

Resiane Silveira (Org.)



# COMUNICAÇÃO e MÍDIAS Transformação e Movimento

EDITORA  
**UNION**

**v3**  
2024

Resiane Silveira (Org.)



# COMUNICAÇÃO

# e MÍDIAS

# Transformação e Movimento

EDITORA  
**UNION**

v3  
2024

© 2024 – Editora Union

[www.editoraunion.com.br](http://www.editoraunion.com.br)

editoraunion@gmail.com

### **Organizadora**

Resiane Paula da Silveira

**Editor Chefe:** Jader Luís da Silveira

**Editoração e Arte:** Resiane Paula da Silveira

**Capa:** Freepik/Union

**Revisão:** Respective autores dos artigos

### **Conselho Editorial**

Ma. Heloisa Alves Braga, Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais, SEE-MG

Me. Ricardo Ferreira de Sousa, Universidade Federal do Tocantins, UFT

Dra. Náyra de Oliveira Frederico Pinto, Universidade Federal do Ceará, UFC

Me. Guilherme de Andrade Ruela, Universidade Federal de Juiz de Fora, UFJF

Esp. Rícael Spirandeli Rocha, Instituto Federal Minas Gerais, IFMG

Ma. Luana Ferreira dos Santos, Universidade Estadual de Santa Cruz, UESC

Ma. Ana Paula Cota Moreira, Fundação Comunitária Educacional e Cultural de João Monlevade, FUNCEC

Me. Camilla Mariane Menezes Souza, Universidade Federal do Paraná, UFPR

Ma. Jocilene dos Santos Pereira, Universidade Estadual de Santa Cruz, UESC

Ma. Tatiany Michelle Gonçalves da Silva, Secretaria de Estado do Distrito Federal, SEE-DF

Dra. Haiany Aparecida Ferreira, Universidade Federal de Lavras, UFLA

Me. Arthur Lima de Oliveira, Fundação Centro de Ciências e Educação Superior à Distância do Estado do RJ, CECIERJ

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Silveira, Resiane Paula da  
S587c Comunicação e Mídias: Transformação e Movimento - Volume 3 /  
Resiane Paula da Silveira (organizadora). – Formiga (MG): Editora  
Union, 2024. 151 p. : il.

Formato: PDF  
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader  
Modo de acesso: World Wide Web  
Inclui bibliografia  
ISBN 978-65-84885-34-9  
DOI: 10.5281/zenodo.10576633

1. Comunicação. 2. Mídias. 3. Artes. 4. Sociedade e Cultura. I.  
Silveira, Resiane Paula da. II. Título.

CDD: 302.23  
CDU: 654

*Os artigos, seus conteúdos, textos e contextos que participam da presente obra apresentam responsabilidade de seus autores.*

Downloads podem ser feitos com créditos aos autores. São proibidas as modificações e os fins comerciais.

Proibido plágio e todas as formas de cópias.

Editora Union  
CNPJ: 35.335.163/0001-00  
Telefone: +55 (37) 99855-6001  
[www.editoraunion.com.br](http://www.editoraunion.com.br)  
[editoraunion@gmail.com](mailto:editoraunion@gmail.com)  
Formiga - MG  
Catálogo Geral: <https://editoras.grupomultiatual.com.br/>

Acesse a obra originalmente publicada em:  
<https://www.editoraunion.com.br/2024/01/comunicacao-e-midias-transformacao-e.html>



**AUTORES**

**ALINE PEREIRA LOPES  
ANDRÉ QUINTÃO DA SILVA  
CARLOS EDUARDO BELLINI BORENSTEIN  
EDUARDO LIMA LEITE  
ELIANE DELAMAR ROQUE  
JOÃO CUBAS MARTINS  
LUIZA DIAS DE OLIVEIRA  
MAIRA ROSSIN GIOIA DE BRITO  
MARCIA SIQUEIRA COSTA MARQUES  
MARIANE CRISTINE ANTUNES  
ODON RODRIGUES DE FREITAS JÚNIOR  
RICARDO BEDENDO  
THIAGO ÁLVARES DA TRINDADE**

## APRESENTAÇÃO

Este compêndio representa uma incursão meticulosa e abrangente nas complexidades intrínsecas à interseção entre a comunicação e as mídias na contemporaneidade. Sob a égide de uma abordagem rigorosamente científica, os ensaios compilados neste volume aspiram a desvelar os mecanismos intrincados e as dinâmicas transformacionais que caracterizam esse domínio em constante evolução.

A comunicação, como fenômeno essencial à natureza humana, desdobra-se em uma miríade de formas e contextos. Neste contexto, exploramos não apenas as metamorfoses inerentes à comunicação interpessoal, mas também as repercussões colossais da disseminação de informações por meio das mídias, abarcando desde os tradicionais meios impressos até as modernas plataformas digitais.

A presente obra é concebida como uma resposta à imperiosa necessidade de compreender as transformações ininterruptas que delineiam o panorama comunicativo global. Com uma abordagem interdisciplinar, os autores, convergem suas análises para proporcionar uma visão holística, integrando perspectivas da comunicação, ciência da informação, sociologia, psicologia e tecnologia da informação.

Assim, esta obra não apenas reflete a excelência acadêmica de seus colaboradores, mas também representa um convite à reflexão crítica e ao engajamento intelectual. Confiamos que os leitores encontrarão nestas páginas um recurso valioso para aprofundar seu entendimento sobre a comunicação e mídias, estimulando um diálogo contínuo e frutífero em meio às rápidas transformações que caracterizam nosso contexto sociocultural.

*Boa leitura!*

## SUMÁRIO

<b>Capítulo 1</b> <b>DE OLHO NA MENSAGEM: UMA ANÁLISE DA INTERATIVIDADE RADIOFÔNICA NA MIGRAÇÃO AM-FM DA RÁDIO MAIS</b> <i>João Cubas Martins; Maira Rossin Gioia de Brito; Mariane Cristine Antunes</i>	<b>8</b>
<b>Capítulo 2</b> <b>UNIÃO, MODERAÇÃO E IDENTIDADE GAÚCHA NO CONCEITO DE CAMPANHA DE EDUARDO LEITE</b> <i>Carlos Eduardo Bellini Borenstein</i>	<b>27</b>
<b>Capítulo 3</b> <b>A FOTOGRAFIA DOCUMENTAL COMO INSTRUMENTO DA PESQUISA CIENTÍFICA</b> <i>Eduardo Lima Leite; Odon Rodrigues de Freitas Júnior</i>	<b>45</b>
<b>Capítulo 4</b> <b>CONSUMO E CULTURA DIGITAL EM TEMPOS DE ALGORITMOS, INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E DESAFIOS ÉTICOS</b> <i>Marcia Siqueira Costa Marques</i>	<b>54</b>
<b>Capítulo 5</b> <b>EXPERIMENTAÇÃO SIMULADA DA UTOPIA POR MEIO DO CORPO EM IMAGEM</b> <i>Eliane Delamar Roque</i>	<b>69</b>
<b>Capítulo 6</b> <b>ENSAIOS PARA UMA ETNOGRAFIA PARA INTERNET A PARTIR DA ABORDAGEM INTERSECCIONAL</b> <i>Luiza Dias de Oliveira; Thiago Álvares da Trindade</i>	<b>86</b>
<b>Capítulo 7</b> <b>MUDANÇA DE FAIXA: NOTAS SOBRE A MIGRAÇÃO DO RÁDIO AM PARA FM NO BRASIL</b> <i>Mariane Cristine Antunes; João Cubas Martins; Maira Rossin Gioia de Brito</i>	<b>103</b>
<b>Capítulo 8</b> <b>PATRIMÔNIO CULTURAL E VIRTUALIZAÇÃO DO MUSEU DO FUTEBOL PELO GOOGLE ARTS &amp; CULTURE</b> <i>André Quintão da Silva; Aline Pereira Lopes</i>	<b>116</b>
<b>Capítulo 9</b> <b>DO VIDEO-TAPE AO VAR: O FOOTBYTE E AS MUDANÇAS NAS ARQUITETURAS DO OLHAR E DA EXPERIÊNCIA DE JORNALISTAS ESPORTIVOS</b> <i>Ricardo Bedendo</i>	<b>133</b>
<b>AUTORES</b>	<b>149</b>



**Capítulo 1**  
**DE OLHO NA MENSAGEM: UMA ANÁLISE**  
**DA INTERATIVIDADE RADIOFÔNICA NA**  
**MIGRAÇÃO AM-FM DA RÁDIO MAIS**

**João Cubas Martins**  
**Maira Rossin Gioia de Brito**  
**Mariane Cristine Antunes**



# DE OLHO NA MENSAGEM: UMA ANÁLISE DA INTERATIVIDADE RADIOFÔNICA NA MIGRAÇÃO AM-FM DA RÁDIO MAIS

## **João Cubas Martins**

*Relações Públicas formado pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR) e Jornalista formado pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM/UFPR). Integra o grupo de pesquisa CLICK (Comunicação e Cultura Ciber). E-mail: [joaocubas@ufpr.br](mailto:joaocubas@ufpr.br)*

## **Maira Rossin Gioia de Brito**

*Doutoranda em Comunicação, na Linha de Comunicação e Cultura do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal do Paraná (UFPR) e mestre em Estudos de Linguagens pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Integra o grupo de pesquisa CLICK (Comunicação e Cultura Ciber). E-mail: [mairargioia@gmail.com](mailto:mairargioia@gmail.com)*

## **Mariane Cristine Antunes**

*Jornalista (PUCPR/2002), especialista em Administração e Marketing (Uniguaçu/2005) e Produtora Cultural. Diretora da Rádio Cultura de Curitiba, desde 2017. Pesquisa o rádio e suas interações com a comunidade. Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM/UFPR). Integra o grupo de pesquisa COM21. E-mail: [marianeantunes13@gmail.com](mailto:marianeantunes13@gmail.com)*

## **RESUMO**

Neste capítulo, exploramos a natureza da interatividade promovida pelo WhatsApp durante a estreia das transmissões em FM da Rádio Mais, que aconteceu em novembro de 2022. A Rádio Mais foi escolhida para este estudo por ser uma das pioneiras na Região Metropolitana de Curitiba a completar a transição da faixa AM para FM. O foco principal é compreender como os ouvintes reagiram a essa mudança, especialmente através de plataformas digitais, e analisar os temas mais discutidos pelos internautas. Além disso, buscamos

identificar os critérios utilizados pela emissora para selecionar o conteúdo transmitido, aplicando a classificação proposta por Lopez e Quadros (2015) e adotando a abordagem multimétodos de Kischinhevsky (2016). O estudo revela que a interatividade foi significativa, ainda que limitada pelo perfil da emissora, pelo tipo de conteúdo transmitido e pelas rotinas de produção. A transição da Rádio Mais para a faixa FM foi um marco significativo, não apenas em termos técnicos, mas também no que se refere à relação com os ouvintes. A análise das interações via WhatsApp ofereceu uma perspectiva valiosa sobre as preferências e expectativas da audiência em relação ao novo formato da rádio. Este capítulo, portanto, não só destaca a importância da interatividade em um cenário de rádio em constante evolução, mas também reflete sobre o papel das emissoras em responder de forma criativa e eficaz às mudanças no comportamento da audiência no ambiente digital.

**Palavras-chave:** Rádio; migração AM-FM; redes sociais; interatividade.

#### **ABSTRACT**

In this chapter, we delve into the nature of interactivity facilitated by WhatsApp during the debut of FM broadcasts by Radio Mais, which occurred in November 2022. This radio was selected for this study as it was among the first in the Curitiba Metropolitan Region to complete the shift from the AM to FM band. The primary aim is to understand how listeners reacted to this transition, particularly through digital platforms, and to examine the topics most discussed by internet users. Additionally, we aim to identify the criteria used by the station for selecting broadcast content, employing the classification proposed by Lopez and Quadros (2015) and adopting the multimethod approach of Kischinhevsky (2016). The study reveals that interactivity was substantial, albeit constrained by the station's profile, the nature of the content broadcast, and the production routines. The transition of Radio Mais to the FM band was a significant milestone, not just technically, but also in terms of listener engagement. Analyzing interactions via WhatsApp provided valuable insights into the audience's preferences and expectations regarding the radio's new format. This chapter, therefore, not only highlights the importance of interactivity in an ever-evolving radio landscape but also reflects on the role of broadcasters in creatively and effectively responding to shifts in audience behavior in the digital environment.

**Keywords:** Radio; AM-FM Migration; Social Networks; Interactivity.

## **A MIGRAÇÃO AM-FM E A RÁDIO MAIS**

A migração das rádios AM para a faixa FM teve início no Brasil em novembro de 2013, quando Dilma Rousseff assinou o Decreto no 8.139, que delimitou as condições para extinção do serviço de radiodifusão em ondas médias de caráter local

(com potência de até 1 kW) e para adaptação das outorgas vigentes para execução deste serviço em frequência modulada (BRASIL, 2013). Em 18 de março de 2016, a Rádio Progresso, de Juazeiro do Norte (CE), tornou-se a primeira emissora do país a migrar da faixa AM para FM e se seguiu nos anos posteriores os chamados mutirões do governo federal para assinar a migração nos estados (ABERT, 2023).

A mudança para o FM visa solucionar uma série de problemas, como a qualidade sonora deficiente, as dificuldades técnicas e operacionais de recepção em dispositivos móveis, a redução de receitas e o risco de fechamento de estações devido à falta de sustentabilidade na prestação do serviço (PRATA e DEL BIANCO, 2020).

Para Farias e Zuculoto (2017), alguns dos motivos do enfraquecimento do Rádio em AM estão na ausência da faixa em diversos dispositivos. Os novos aparelhos chegam ao mercado somente com a sintonia em Frequência Modulada refletindo diretamente na audiência de emissoras em Ondas Médias. Para as autoras, esse “esquecimento do AM” que condena o espectro e é apontado como alguns dos motivos da migração. Como os estudos técnicos opara digitalização do rádio esbarraram em critérios técnicos e políticos, “o FM analógico surgiu como solução, com boa penetração e com receptores diversificados e baratos” (FARIAS E ZUCULOTO, 2017).

Alguns desafios no processo de migração são equilibrar a necessidade de inovação, típica do mercado dinâmico e muito competitivo do FM, com a tradição vinculada a um estilo, conteúdo e linguagem (PRATA e DEL BIANCO, 2018). Por essa razão, as emissoras investem em sites, aplicativo para celular, perfis no *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* e canal no *YouTube*. Além disso, há investimentos em estúdios e transmissores, uma vez que a estrutura de transmissão precisa ser renovada.

Nesse contexto, Lopez et al (2019) perceberam que a migração trazia, em suas impressões iniciais, uma expectativa de sobrevida ao meio, com aumento no faturamento no primeiro ano de novo *dial*. Porém, isso não era uma regra, pois para muitas delas isso ainda era uma perspectiva, que variava o seu grau de acordo com a emissora. (LOPEZ et al, 2019, p. 14).

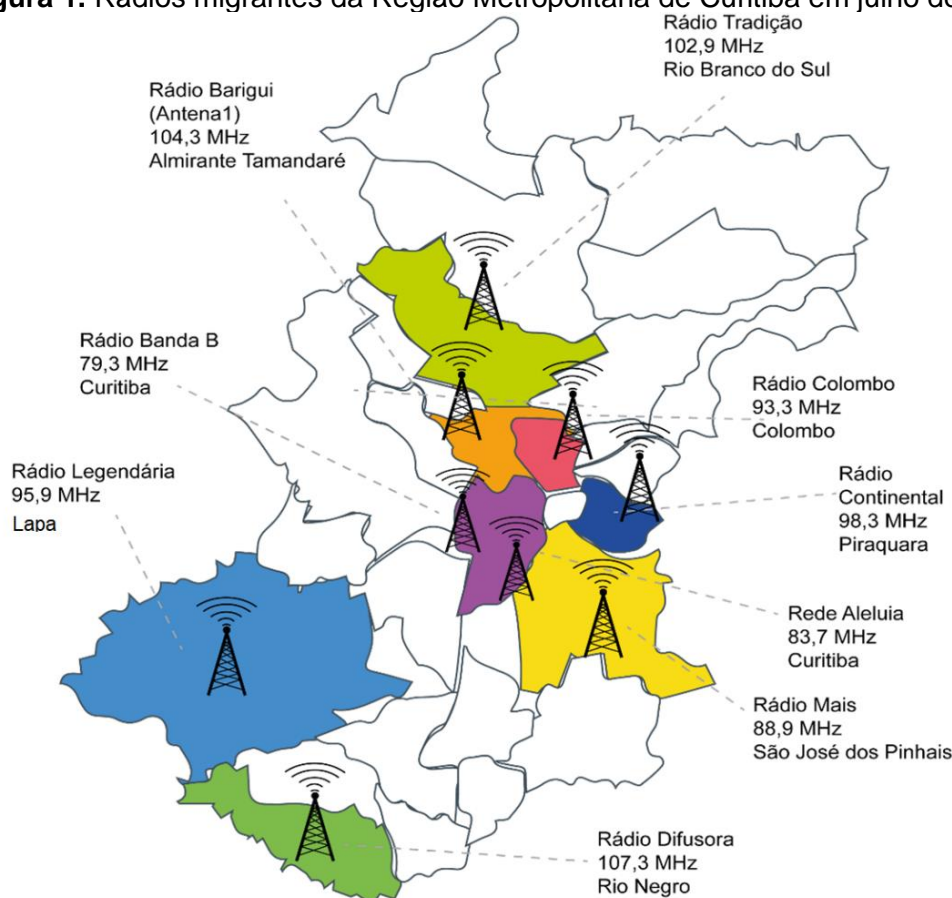
Até o momento, a quase totalidade das emissoras de Rádio brasileiras originadas na Faixa AM já solicitou a migração para o Ministério das Comunicações (MCom). A Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) fez uma avaliação das relações de proteção exigidas entre os canais em FM, para possibilitar um aumento do número de canais viáveis, tanto na faixa convencional (de 88 a 108 Mhz), quanto

na estendida (de 76 a 87,5 Mhz), usada anteriormente nas transmissões de TV analógica (DEL BIANCO e PRATA, 2019).

Em maio de 2021, iniciou-se a transmissões na faixa estendida de FM no Brasil. Dez emissoras de rádio, localizadas em sete capitais brasileiras, foram autorizadas pelo Ministério das Comunicações (MCom) a emitirem seus sinais em caráter científico, ou seja, em menor potência do que a definitiva, por 60 dias. Em julho de 2023, 34 emissoras brasileiras veiculavam sua programação nessa faixa (ANATEL, 2023)

Até o início da migração, havia um total de 187 emissoras outorgadas para operar na faixa AM no estado do Paraná (AUGUSTINHO, 2022). Em agosto de 2023, 125 dessas rádios já haviam realizado a migração de suas transmissões para a faixa FM. Na Região Metropolitana de Curitiba (RMC), até o momento, nove emissoras finalizaram o processo. Apesar de serem consideradas da RMC, as rádios Legendária (da Lapa) e Difusora (de Rio Negro) não tem como público-alvo a cidade de Curitiba, pois seus sinais não chegam com qualidade em toda a cidade. Já as demais, pela proximidade, têm a capital como foco de sua programação e anunciantes, sendo percebidas pelos ouvintes como rádios de Curitiba (com exceção da Rádio Mais, que se identifica como “da grande Curitiba”). A localização da outorga dessas emissoras está na figura a seguir.

**Figura 1.** Rádios migrantes da Região Metropolitana de Curitiba em julho de 2023.



**Fonte:** os autores, com base em Anatel (2023) e IBGE (2023)

Uma dessas emissoras é a Rádio Mais, de São José dos Pinhais (PR). Trata-se da única concessão comercial da cidade com sede e transmissor dentro do município, que é o maior da RMC (Região Metropolitana de Curitiba). Seu público-alvo são os habitantes da própria cidade e da região sul da capital e a programação atual, ajustada no segundo semestre de 2022, baseia-se na prestação de serviço no período da manhã e a execução de músicas sertanejas nos demais horários (DONATO, 2022).

As origens da atual Rádio Mais remontam à década de 1960. Em períodos anteriores, já recebeu os nomes de Tapajós e Eldorado e foi de propriedade da família Massa (do apresentador de TV Ratinho). Em 2007, foi adquirida pela família Chab e recebeu o nome atual. A programação sofreu alterações em 2022 com vistas à migração para a frequência FM, que ocorreu em dezembro do mesmo ano. O principal programa é comandado pela proprietária e por outros comunicadores, sendo dois apresentadores, um terceiro que atua também na mesa de som e uma produtora. Nos demais períodos do dia, a programação é musical, com ênfase no sertanejo raiz.

O Manhã da Mais é o principal programa da emissora, veiculado de segunda à sexta das 09h às 12h pelas ondas hertzianas, pelo aplicativo da rádio e pelo site da emissora. Durante a sua veiculação, a equipe responsável recebe cerca de 200 mensagens pelo *WhatsApp*. Nesse sentido, o trabalho fará uma análise do conteúdo das mensagens recebidas na primeira edição do programa veiculada na faixa FM, para verificar quais delas repercutem no conteúdo radiofônico e quais as razões que levam a essas escolhas e os assuntos abordados, em especial a migração. O instrumento de análise tem como apoio metodológico a proposta de classificação de interatividade de Lopez e Quadros (2015).

### **As tensões sobre a “participação”**

De acordo com Rodero (2020), uma das qualidades mais importantes do rádio é o de ser um companheiro das pessoas em suas rotinas, de trazer o sentimento de proximidade. Através da interatividade, o público se aproxima dos apresentadores ou emissoras que provoca uma ilusão de intimidade, uma sensação de estar presente e poder estabelecer uma conversa com eles.

Com o acesso à internet e às mídias sociais é importante para estabelecer e mensurar a mediação entre ouvintes e rádio, considerando-as como uma parte inseparável da vida midiática (DEUZE, 2012). Nesse espaço, o veículo está inserido em um conteúdo multiplataforma de produção, consumo e integração (ZELENKAUKSAITE, 2015). Assim, o ouvinte internauta pode sugerir pautas, enviar reclamações ou simplesmente ter seu nome lido pelos apresentadores, como forma de reconhecimento pela audiência, como explicam (KOCHHANN, GOMES E EVANGELISTA, 2017).

Outro fator que envolve o processo é a necessidade da rapidez e da instantaneidade ao se passar a informação, fazendo com a que a notícia acabe indo ao ar como se fosse um diálogo conversado com o ouvinte (ZUCULOTO, 2012). Porém, ainda assim, é provável que apenas uma parcela da audiência atenda aos apelos para a participação, como atesta Jan Pinseler (2015):

Se você ouvir algum programa matinal no rádio, muito provavelmente o apresentador vai lhe desejar um bom dia, vai fazer suposições sobre o que você fez ou faz, o que você gosta e o que não gosta, ele vai pedir para você ligar para receber informações, provavelmente sobre engarrafamentos ou radares, ou para participar de um debate sobre

algum tópico e fazê-lo não apenas por telefone, mas também usando um site de mídia social como o Facebook ou o Twitter. E com toda a probabilidade você ignorará esses pedidos e continuará com o que costuma fazer pela manhã. (PINSELER, 2015, p.16).

Zelenkauksaite (2015) indica que, com a interação por meios digitais, a produção de conteúdo é em tempo real, como é o caso de um radiojornal veiculado no período da manhã. Por isso, as mensagens enviadas precisam ser avaliadas para se nivelar diferenças nos tipos de conteúdo, fluxos e estrutura que podem aumentar em complexidade e, por consequência, interferir no tempo de veiculação do programa. Como o conteúdo baseado no público não pode ser preparado com antecedência, esse tipo de participação na mídia de massa tradicional é imprevisível. (ZELENKAUKSAITE, 2015).

A participação da audiência via redes sociais pode ser também vista como uma terceirização da produção de conteúdo, além de ter caráter autograticante, sem muito espaço para visões contrárias às daquele determinado público (RESMANN, 2009).

Por outro lado, uma tribuna livre ideal consideraria 100% das mensagens, o que pode gerar tensões de ordem política e jurídica, como lembra Lievrouw (2011). “Se os espectadores tiverem permissão para postar qualquer coisa que eles quiserem, eles me convidam a todos os tipos de perigos, inclusive um processo por difamação”. (LIEVROUW, 2011, p. 110).

Outro fator que dá fragilidade ao amplo espaço de discussões é a disseminação de *fake news*, financiada por grupos com o objetivo de obter resultados políticos, com perfis falsos e automatizados para mobilizar apoiadores reais ao compartilhar informações enganosas (KINSCHINHEVKY et. al, 2020).

Nico Carpentier (2012) considera que, embora a participação da audiência contribua para a esfera pública, por muitas vezes ela atende interesses do próprio sistema de mídia *mainstream*. Dessa forma, amplia-se o caráter autograticante dos proprietários dos meios de comunicação (CARPENTIER, 2012, p.171).

Nesse contexto, “é preciso olhar para o complexo social, econômico e comunicacional, suas dinâmicas de produção, principalmente quanto à seletividade de fontes e quais os interesses de determinadas notícias, sejam eles sociais ou corporativos” (CHAGAS, 2016, p.14).

## **Propostas de classificação da interatividade**

Ao longo do tempo, diferentes ferramentas foram ou são utilizadas pelos ouvintes durante a programação radiofônica: cartas, participação em programas de auditório, ligações telefônicas, do contato direto em visitas às emissoras e, mais recentemente, nas plataformas e dispositivos de comunicação móvel e digital (LOPEZ E QUADROS, 2015).

Klöckner (2011) justifica a utilização do termo interativo nos estudos de rádio ao analisar o ponto de vista do ouvinte, indicando sua possibilidade de interferência na comunicação radiofônica. Assim, para o autor, a interatividade é mais efetiva que a participação, exigindo do ouvinte a vontade de interagir, atenção ao que está sendo veiculado e igual tempo e espaço de discussão. A participação, neste caso não demandaria a intenção de interagir e pode ser observada, por exemplo, na mera citação do nome do ouvinte no ar.

O autor classifica as interatividades no rádio em três categorias: Completa, quando há o diálogo direto e ao vivo, com réplicas e tréplicas; Parcial: quando o ouvinte opina, pergunta, mas não conquista um lugar ou não se interessa pela réplica ou tréplica; e Reacional: quando o ouvinte apenas reage a uma situação proposta no programa, sem que haja uma resposta conclusiva, sobre determinados assuntos (KLÖCKNER, 2011).

A partir deste cenário, Lopez e Quadros (2015) ampliam a análise desse tipo de conteúdo a partir de uma classificação das trocas. Inicialmente entre dialógica (a partir da iniciativa espontânea dos ouvintes) e reacional (quando a audiência é incitada pelos apresentadores com determinados temas). Depois disso há uma subdivisão, conforme a utilização dessas mensagens no conteúdo veiculado pela rádio, seja em plataformas sonoras ou em outros meios. Para efeito deste trabalho, a análise da participação será feita apenas considerado o conteúdo veiculado de forma sonora, não incluindo aqui, por exemplo, posts em redes sociais ou produção de matérias escritas no portal da emissora.

As instâncias de análise estão descritas na Tabela 1:



**Tabela 1 - Instâncias de Interatividade**

Tipos de interação		Descrição
Interatividade	Dialógica simples	Trocas comunicacionais entre rádio e ouvinte que se dão de forma <b>pública ou privada</b> , em plataformas que não a sonora, <b>sem</b> interferência identificada no conteúdo sonoro.
	Dialógica ampliada	Trocas comunicacionais entre rádio e ouvinte que se dá de forma <b>pública ou privada</b> , em plataformas que não a sonora, <b>com</b> interferência identificada no conteúdo sonoro.
	Dialógica imediata	Trocas comunicacionais entre rádio e ouvinte que se dão de forma <b>pública com interferência ao vivo</b> na programação sonora.
	Reacional simples	Resposta do ouvinte para iniciativas “interativas” da rádio, <b>de forma pública ou privada</b> , em plataformas que não a sonora, <b>sem</b> interferência identificada no conteúdo sonoro.
	Reacional ampliada	Resposta do ouvinte para iniciativas “interativas” da rádio, de forma <b>pública ou privada</b> , em plataformas que não a sonora, <b>com</b> interferência identificada no conteúdo sonoro.

**Fonte:** os autores, com base em Lopez e Quadros (2015)

### **Métodos e *corpus* da pesquisa**

Esta análise de conteúdo radiofônico é baseada nas contribuições de Lopez e Quadros (2015), na perspectiva multimétodos de Kischinhevsky (2016), que, seguindo os conceitos do rádio expandido, exige do pesquisador atenção à replicação da veiculação em outras plataformas e a toda a comunicação que se engendra a partir daí.

O primeiro autor deste artigo visitou os estúdios da Rádio Mais no dia 03 de novembro de 2022, para acompanhar o programa “Manhã da Mais”. A captação das mensagens foi feita em tempo real pela versão *web* do aplicativo *WhatsApp*. A partir disso, foi possível verificar também como se deu parte da rotina produtiva.

A partir da extração das mensagens recebidas pela produção durante a veiculação do programa, foi feita a comparação do que foi ou não ao ar, mediante a gravação integral do conteúdo, obtida junto aos arquivos da emissora. Os dados pessoais, como nomes dos apresentadores e dos ouvintes, foram devidamente omitidos para essa análise.

## Resultados


Na data da amostragem, foram analisadas as mensagens recebidas desde às 09h, horário em que o primeiro autor deste artigo chegou aos estúdios, até o final do programa, às 12h07 min.

Durante essas três horas de exibição, foram recebidas pelo *WhatsApp* da Rádio Mais 231 mensagens, sendo 75 áudios, 14 elementos gráficos (fotos ou emojis), 129 mensagens de textos e sete vídeos. Seis mensagens não foram consideradas como interatividade, pois se tratava de envio de propaganda por anunciantes.

Foi possível verificar também que não houve trocas comunicacionais entre a emissora e os ouvintes fora do ar, ou seja, o que na classificação de Lopez e Quadros (2015) como **participação espontânea**. Os visitantes que vieram à rádio naquela ocasião eram integrantes da família proprietária da empresa e entrevistados. Não foi possível mensurar também o registro de ligações telefônicas, o que caracterizaria a **Interatividade Dialógica Imediata**.

Dentro da proposta de interatividade de Lopez e Quadros (2015), foi possível verificar que 114 mensagens se caracterizaram como **Interação Dialógica simples**, pois não foram identificadas na programação sonora. Muitas delas eram apenas saudações e confirmação de audiência, porém, grande parte fazia alusão à migração que ocorreu às 10h daquele dia, como os exemplos na Tabela 2.

**Tabela 2** - Exemplos de interação dialógica simples.

Horário	Tipo	Mensagem/descrição	Foi ao ar?
09:15	Texto	(apresentadora), bom dia! chama o Paulinho de volta está fazendo falta (nome) do xaxim	Não
10:27	Áudio	Bom dia, (apresentadores), todos da Rádio Mais. Abração a todos. Estamos aí ligadinhos como sempre na Rádio Mais. Pois é, (apresentadora), meus parabéns aí, pela sua iniciativa dessa emissora, da mudança para FM, não é, meus parabéns a todos da equipe e que estão envolvidos nessa nova emissora, eu digo nova porque é nova FM, mas tudo de bom, meus parabéns (apresentadora) e toda a equipe. Pois é, eu aqui estou sintonizando na AM ainda, o meu rádio não sei por ser antigo não estou conseguindo sintonizar FM, mas eu vou experimentar no carro e aí já mando uma mensagem para vocês lá, tá bom? Vou ver o carro aqui, tem aqui o carro, quero ver se já sintonizo, tá bom? Meus parabéns a todos aí e um excelente dia com muita saúde. Tudo de bom! Tenha um bom dia!	Não
09:43	Emoji		Não

09:42	Foto	Visor de uma tela de celular com o rádio sintonizado em 88.9 MHz	Não
10:48	Áudio	Bom dia (apresentadora), é a (nome) do Alto Boqueirão. Parabéns, para você e toda a sua família, parabéns para todos os comunicadores, toda a equipe, do menor até o maior. Dos mais ou menos, até os melhores. Parabéns para toda a sua família e por ter realizado esse sonho que acredito que é nosso também. De estar ouvindo uma rádio boa que tem uma programação muito boa e a principal característica da rádio que eu acho que é uma das melhores é ouvir o ouvinte. A gente aqui fora precisa de alguém para nos apoiar. Quando a gente precisa de ajuda, isso que eu acho que é a característica mais importante da programação. Um abraço, um beijo no seu coração e tudo de bom	Não
10:05	Áudio	01:16 de gravação da programação, com alguns chiados. Ouvinte não se identifica de que bairro ou cidade é	Não
10:18	Texto	Muito obrigado a todos, Deus Jesus abençoe vocês todos, amém! Paz fé amor 🍷	Não
10:26	Áudio	O meu também tá com chiado no grandão, não pegou. Tá com chiado ainda. Parabéns para vocês, tá? Muitas vitórias na vida desta rádio. Beijinho, beijinho, tchau, tchau	Não
10:29	Áudio	Bom dia, Rádio Mais, (nome) do Quissisana, aqui não está pegando nada. Meu radinho tá no AM ainda, do 88 pula para o 88.10, nove não aparece, o oito, então não sei o que pode ser, beleza? Estou ouvindo toda manhã	Não

**Fonte:** os autores.

Oitenta e seis mensagens encaminhadas pelos ouvintes caracterizam a **Interatividade Dialógica Ampliada**, em que as trocas comunicacionais entre o rádio e seus ouvintes são identificadas no conteúdo sonoro. Como no caso anterior, a maioria das mensagens é sobre a recepção da rádio na nova frequência. Há também relatos sobre a história da rádio, a falha de cobertura da nova frequência e a interferência de outra emissora que existe na mesma frequência na cidade de São Bento do Sul (SC). A descrição do material está na Tabela 3.

**Tabela 3** - Exemplos de interação dialógica ampliada.

Horário	Tipo	Mensagem/descrição	Horário que foi ao ar
09:23	Áudio	Bom dia, (apresentadora) e aos demais. Aqui é o (nome) da Colônia Capão Grosso. Eu só queria fazer uma pequena ressalva aí, que você falou sobre a data da fundação da rádio Eldorado, Rádio Mais, antiga Tapajós. Ela foi inaugurada no dia 01 de maio de 1960. É a rádio que nasceu com Brasília. No mesmo dia de Brasília. Foi inaugurada pelo Senhor João Rochinski que foi o proprietário da rádio. E o locutor principal que trabalhou nela foi um grande amigo nosso, Celso Schadeck. Vê se conserta aí, estou apenas ressaltando o que eu escutei,	11:00

		eu estava em trânsito e eu ouvi você falar. A data é esta 01 de maio de 1960. Bom dia, abraço, a todos	
10:01	Áudio	Eu lembro do tempo da Rádio Eldorado, Tapajós, eu sou daquele tempo também, hoje Rádio Mais né, eu era daquele tempo lá, quantas vezes eu fui lá na Rádio lá mais as crianças, levava meus netos, minhas filhas, tudo naquele tempo lá, eu lembro do Dr. Ricardo Chab, da Carol pequeninha, menininha pequena, daquele tempo tudo lá. Meu Deus do céu, eu lembro sim, eu fui lá uma vez com meu filho, meu filho me levou lá na Rádio Eldorado na Tapajós também. E hoje também na rádio mais, sempre que eu tô aí na rádio Mais de vez em quando, não direto. Agora como eu tô de cirurgia vou passar por mais uma cirurgia amanhã, mas a hora que eu tiver melhor daí eu vou aí dar um abraço em todos da rádio Mais, vou dar um abraço em todos que a gente ama, esse povo querido. A Mais FM ainda bem que não vai mudar o telefone para a gente sair do <i>WhatsApp</i> da rádio. Um beijo e um abraço da (nome) do Umbará, sua ouvinte número um. Coloca na oração, eu a (nome) do Umbará.	11:06
10:02	Áudio	Bom dia pessoal da rádio Mais, aqui é o (nome) do Uberaba. Sintonizei aqui no 88.9, tá chiando bastante a rádio, beleza?	11:14
10:04	Áudio	(alguns segundos do som recebido na casa do ouvinte pelo FM) (nomes) ouvindo aqui a Mais FM 88.9	10:05
10:05	Áudio	Alô meu querido povo da Rádio Mais aqui no Capão Raso, eu moro aqui pertinho do Terminal do Pinheirinho tá chiando, chiando bastante ainda a 88.9	12:03
10:05	Áudio	Oi, (apresentadora), aqui Tijucas do Sul tá chiando, viu, não tá pegando não, tá bom. Só tá no fundo a Rádio de São Bento.	11:19
10:06	Áudio	Bom dia (apresentadora), aqui é o (nome). Estou aqui em Araucária, nas Onças, no meio do mato, no interior. Aqui tá pegando bem a rádio, tá sossegado, tá show de bola, beleza? Um bom final de semana para vocês, tudo de bom e parabéns pela melhoria. Um abraço!	11:24
10:41	Áudio	Bom dia a todos da rádio. Eu não estou conseguindo ligação nesse 3058-1120, não sei por quê. Estou pelo celular e acaba saindo do ar a rádio, tá assim, tá horrível para escutar a rádio. Só quando eu chegar em casa que eu vou colocar na rádio mesmo, estou ouvindo pelo celular agora. Beijo	10:46

Fonte: os autores.

A **Interação Reacional Simples** ocorreu em 10 dos registros analisados. Nela não há um diálogo entre ouvinte e rádio, apenas a reação do primeiro a uma chamada à interação da emissora, ou seja, o ouvinte apenas atende ao convite à interação da rádio - que aqui são os quadros fixos do dia. Na primeira hora do programa, os

ouvintes foram convidados a comentar sobre a greve dos caminhoneiros, contrários ao resultado das eleições presidenciais de 2022. Como algumas das mensagens foram recebidas e lidas após este horário, elas estão relacionadas na análise. Nas horas seguintes, os quadros fixos em que os ouvintes foram instados a participar eram a escolha da música do dia e para fazer pedidos para a oração do meio-dia. Nesses casos, não houve menção às mensagens na programação. Alguns exemplos estão na Tabela 4.

**Tabela 4 - Exemplos de Interação Reacional Simples.**

Horário	Tipo	Mensagem/descrição	Foi ao ar?
09:35	Áudio	(nome) do Quissisana. Sobre a política, na minha opinião todos são farinha do mesmo saco, ninguém vem perguntar se eu estou precisando de um prato de comida, de um remédio, nem nada. Minha opinião é essa, se quem reelegeu, que volte a trabalhar, quem não se elegeu, se conforme com o que perdeu porque ninguém vai fazer nada por ninguém, se a gente não trabalhar ninguém vai trazer um prato de comida para a gente. Essa é a minha opinião. Voto porque sou obrigada a votar senão nem votação tinha que votar, eu nem iria. Se a gente não trabalhar, não correr atrás, ninguém vem dar nada para a gente, a não ser pedir voto quando precisa.	Não
10:57	Áudio	(mesmo ouvinte das 10:50) Viu, todas são lindas, mas a melhor é a primeira, viu? A primeira, tá bom? Obrigado, abração a todos, está ótimo. Tá maravilhoso a FM aqui, tá pegando bem. Ficou ótimo, beleza? Obrigado, Deus que abençoe a todos, fazendo eco aqui no Sítio Cercado.	Não
11:41	Vídeo	Vídeo da família da mensagem das 11:39 (pedido de orações)	Não

**Fonte:** os autores.

A **Interação Reacional Ampliada** ocorreu em 10 ocasiões. Nelas, as repostas aos ouvintes aparecem dentro do conteúdo sonoro. Os assuntos são basicamente os mesmos da Interação Reacional Simples. Alguns exemplos estão na Tabela 5.

**Tabela 5 - Exemplos de Interação Reacional Ampliada**

Horário	Tipo	Mensagem/descrição	Horário em que foi ao ar
09:01	Áudio	Bom dia, nova apresentadora da Rádio Mais! Intervenção militar não existe, outra coisa é ditadura. Ditadura só quem passou sabe o que é tortura, o que é escondido e morte, entendeu? O que eles estão fazendo para a economia é prejuízo de milhões por dia. Esse pessoal tem que voltar a trabalhar e o atual presidente tem que pegar no pé deles para saber que tem que obedecer a constituição, como ele diz que obedece às quatro linhas da constituição. Até a palavra de Deus nos orienta para respeitar nossas autoridades, nossos governantes. Assim eu faço, oro por eles. Se o governante é mal é porque o povo é mal, se somos de bem, Deus nos dá um bom governante. Vamos orar por eles, que sejam bons governantes, seja quem for. E direita, o Hitler também era de direita. Viu no que deu, OK, boa tarde, bom dia!	09:35
10:00	Áudio	Bom dia, meus amores da Radio Mais. Um lindo abençoado dia para vocês. Gostaria de colocar o nome dos meus familiares na corrente de oração. Uma ótima quinta-feira abençoada para vocês, beijo	10:48
10:52	Texto	Estamos na sintonia (nome) do Orleans toca Zezé de Camargo e Luciano, É o Amor, para (nome) do Orleans abraço	12:01
11:39	Áudio	(Apresentador) bom dia, de novo. Gostaria de pedir para você colocar nossos nomes na oração, que eu esqueci, por gentileza, e agradecer pelo dia de ontem, dia de hoje e sempre. Fiz aniversário ontem, 57 anos de vida. Agradeço, ao (nome), da Colônia Zacarias, meu marido (nome), meus filhos, meus netos, nossos amigos, a vocês da rádio e para todos os ouvintes, obrigado, fiquem com Deus, vocês todos	11:43

**Fonte:** os autores.

### Considerações Finais

Este trabalho procurou analisar o conteúdo das mensagens encaminhadas por ouvintes durante uma edição do “Manhã da Mais”, por meio da classificação de interatividade proposta por Lopez e Quadros (2015).

Ainda que possa ser caracterizada como terceirização da produção de conteúdo, e de ter caráter autograticante (RESMANN, 2009), considera-se que o programa abre espaço à interatividade. O estímulo a participação pelo *WhatsApp*

reforça a questão de que, independentemente do instrumento utilizado, as pessoas buscam proximidade com o rádio, como relata Rodero (2020).

Percebeu-se que várias mensagens, em especial as de confirmação de audiência, não entraram no ar em razão do tempo de veiculação do programa. Naquele dia havia o fato do início das transmissões em FM, o que demandou, em especial após as 09 horas, praticamente todo o tempo do programa, deixando pouco espaço para editorias fixas, como o horóscopo, notícias do trânsito, pedidos de música e de oração. Essa organização do conteúdo do programa também é reflexo do perfil da rádio, mais popular, que precisa atender a um público menos segmentado.

Outro fator que leva algumas mensagens a não serem lidas se baseiam nas tensões de ordem política e jurídica (LIEVROUW, 2011), por citar opiniões políticas. Ainda que isso tenha sido estimulado pelos apresentadores, elas podem acarretar debates, que na visão dos administradores da rádio talvez não sejam produtivos. Isso se reforça ao considerarmos que a edição analisada é próxima do período eleitoral, o que também interfere na rotina da rádio. Além disso, há uma responsabilidade da disseminação desse tipo de informação em um ambiente totalmente novo para eleitores com alfabetização midiática limitada e dificuldades para checar informações erradas (KISCHINHEVSKY et al, 2020).

Por fim, vale destacar o esforço dos ouvintes e dos comunicadores em falar sobre a nova frequência em que a Rádio Mais passava a emitir a partir daquele dia, o que interferiu na forma em que os ouvintes passaram a ouvir a rádio. Embora a emissora AM permanecesse no ar, por mais alguns dias, houve um esforço da equipe em orientar os ouvintes para que, pelo menos nesse primeiro momento, informasse sobre a sintonia em suas localidades. Esse era um problema que já se desenhava naquele momento, com o relato de várias pessoas que não estavam conseguindo acessar o FM, em especial aqueles que estavam em regiões mais distantes de São José dos Pinhais.

Apesar de o material analisado nesta pesquisa ter levado em conta apenas uma edição do “Manhã da Mais”, acredita-se que a amostra coletada seja válida para refletir a essência das participações diárias. Trabalhos futuros podem trazer maiores contribuições com um período de análise maior, que reflita o comportamento de interação e das rotinas produtivas da equipe de partir das demandas apresentadas no programa. Além disso, apenas uma parte da classificação de Lopez e Quadros (2015) foi utilizada, pois só houve análise do *WhatsApp* e da emissão hertziana. Outros

trabalhos poderão englobar outras redes sociais, telefonemas, visitas presenciais e o portal de notícias da rádio, que possui dinâmica própria, mas tem seu conteúdo atrelado às emissões radiofônicas.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES (Anatel). **Sistema de Consulta de Canais**. 2023. Disponível em: <https://sistemas.anatel.gov.br/siscom>. Acesso em: 31 jul. 2023

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO (Distrito Federal). **MIGRAÇÃO AM-FM. 2023**. Disponível em: <https://www.abert.org.br/web/migracao-am.html>. Acesso em: 02 ago. 2023.

AUGUSTINHO, Elias. **Entrevista concedida a João Cubas Martins**. Curitiba, 23 set. 2022.

BRASIL. **Decreto nº 8139, de 07 de novembro de 2013**. Dispõe sobre as condições para extinção do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias de caráter local, sobre a adaptação das outorgas vigentes para execução deste serviço e dá outras providências. Brasília, 08 nov. 2013.

CARPENTIER, Nico. **The concept of participation. If they have access and interact, do they really participate?** Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos, v. 14, n. 2, 2012.

CHAGAS, Luan José Vaz. O rádio expandido e as redações jornalísticas: as implicações da produção informativa na fase da multiplicidade da oferta. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 39, 2016, **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2016. p. 1-15.

DEL BIANCO, Nélia R.; PRATA, Nair. A construção da política pública para ocupação do FM estendido no processo de migração do AM. In: **GP Rádio e Mídia Sonora**, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belém-PA, 2019.

DEUZE, Mark. *Media Life*. Cambridge: Polity Press, 2012.

DONATO, Carolina Andrade Chab. Entrevista concedida a João Cubas Martins. São José dos Pinhais, 17 out. 2022

FARIAS, Karina Woehl de; ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **Ondas de mudança no rádio: do surgimento à migração do AM para FM**. Rádio-Leituras, v. 8, n. 2, 2017.



INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA ESTATÍSTICA. **Geociências**. 2023. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/geociencias/downloads-geociencias.html>. Acesso em: 31 jul. 2023

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Métodos de pesquisa qualitativa aplicada à comunicação radiofônica. In: MOURA, Claudia Peixoto de; LOPEZ, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016.

KISCHINHEVSKY, Marcelo, VIEIRA, Itala Maduell, SANTOS, João Guilherme Bastos dos, CHAGAS, Viktor, FREITAS, Miguel de Andrade, ALDÉ, Alessandra. WhatsApp audios and the remediation of radio: Disinformation in Brazilian 2018 presidential election. **Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media**, 18:2, pp. 139–158, 2020.

KLÖCKNER, Luciano. **Nova retórica e rádio informativo: estudo das programações das emissoras TSF-Portugal e CBN-Brasil**. Porto Alegre: Evangraf, 2011.

KOCHHANN, Roscéli; GOMES, Rafael de Jesus; EVANGELISTA, Ulisflávio Oliveira. Rádio e tecnologias: um olhar sobre a utilização da internet na produção de radiojornalismo das emissoras da microrregião de Alto Araguaia- MT. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 40., 2017, Curitiba, 2017. p. 1-15.

LIEVROUW. Leah A. **Alternative and activist new media**. Polity Press, 2011.

LOPEZ, Debora Cristina; PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nélia; ZUCULOTO, Valci; FARIAS, Karina. Reposicionamento do radiojornalismo frente aos novos desafios da migração do AM para o FM: análise de caso de quatro emissoras tradicionais. *Revista Rádio-Leituras, Mariana-MG*, v. 10, n. 01, pp. 60-78, jan./jun. 2019.

LOPEZ, Débora Cristina; QUADROS, Mirian Redin de. O rádio e a relação com o ouvinte no cenário de convergência: uma proposta de classificação dos tipos de interatividade. **Revista Famecos**, v. 22, n.3, p. 164-180, julho, agosto e setembro de 2015.

PINSELER, Jan. Domesticated Voices: Listener ‘Participation’ in Everyday Radio Shows. In: BONINI, Tiziano e MONCLÚS, Belén (ed.). **Radio audiences and participation in the age of network society**. Nova York e Londres: Routledge, 2015.

PRATA, Nair; BIANCO, Nélia R. del (Org.). **A migração do rádio AM para FM: Avaliação de Impacto e desafios frente à convergência tecnológica**. Florianópolis: Insular, 2018. 394 p.

PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nélia R. Inovação na tradição: a migração do AM para o FM como fator de renovação do rádio brasileiro. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 2, n. 17, p. 22-32, jun. 2020.

RESMANN, N. **Mapping North Belgian Participatory Television Programmes 1989–2008**. Centre for Studies on Media and Culture (Cemeso), 2009

RODERO, Emma. “Radio: the medium that best copes in crises. Listening habits, consumption, and perception of radio listeners during the lockdown by the Covid-19”. **El profesional de la información**, v. 29, n. 3, 2020

ZELINKAUKSAITE, Asta. Radio Audience Interaction SMS Mobile Texting vs. Facebook. In: BONINI, Tiziano e MONCLÚS, Belén (ed.). **Radio audiences and participation in the age of network society**. Nova York e Londres: Routledge, 2015.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **No ar: a história da notícia de rádio no Brasil**. Editora Insular, 2012.



**Capítulo 2**  
**UNIÃO, MODERAÇÃO E IDENTIDADE**  
**GAÚCHA NO CONCEITO DE CAMPANHA DE**  
**EDUARDO LEITE**

***Carlos Eduardo Bellini Borenstein***

# UNIÃO, MODERAÇÃO E IDENTIDADE GAÚCHA NO CONCEITO DE CAMPANHA DE EDUARDO LEITE

**Carlos Eduardo Bellini Borenstein**

*Cientista político e mestrando em Comunicação Social na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Possui MBA em Marketing Político, Comunicação e Planejamento Estratégico de Campanhas Eleitorais pela Universidade Cândido Mendes. É especialista em Ciência Política na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). É Analista político sênior da Arko Advice Pesquisas, onde atua como analista político do cenário nacional e estadual. Atua como professor visitante no curso de Relações Internacionais na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM POA). Email: carlosbellini1@gmail.com*

## **RESUMO**

Este trabalho analisará a estratégia política e comunicação do governador do Rio Grande do Sul (RS), Eduardo Leite (PSDB), nas eleições de 2022. O objetivo é demonstrar que o ajuste no conceito de campanha do primeiro para o segundo turno, quando Leite passou a utilizar o tema da identidade gaúcha como contraponto a nacionalização do pleito estadual pretendida por seu adversário, Onyx Lorenzoni (PL), foi decisiva para sua reeleição.

**Palavras-chave:** Eleições; Identidade Gaúcha; Eduardo Leite; Comunicação Política

## **ABSTRACT**

This work will analyze the political and communication strategy of the governor of Rio Grande do Sul (RS), Eduardo Leite (PSDB), in the 2022 elections. The objective is to demonstrate that the adjustment in the campaign concept from the first to the second round, when Leite He began to use the theme of Rio Grande do Sul identity as a counterpoint to the nationalization of the state election sought by his opponent, Onyx Lorenzoni (PL), which was decisive for his re-election.

**Keywords:** Elections; Gaucho Identity; Eduardo Leite; Political Communication

## INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho é analisar a estratégia eleitoral e de comunicação do governador Eduardo Leite (PSDB) na vitoriosa campanha de 2022 no Rio Grande do Sul (RS). Nessa eleição, Leite enfrentou três grandes desafios: 1) Quebrar o paradigma do Estado nunca ter reelegido um governador; 2) Enfrentar a pressão da polarização nacional entre o presidente Jair Bolsonaro (PL) e o ex-presidente Lula (PT), que “contaminava” as disputas estaduais num contexto em que Leite evitou se posicionar no debate nacional; e 3) Lidar com a pauta dos costumes, já que mesmo após assumir a homossexualidade publicamente, Leite continuou sendo alvo da extrema-direita gaúcha, principalmente no submundo das redes sociais.

Testaremos a hipótese que, após ser surpreendido no primeiro turno da eleição, quase sofrendo uma inesperada derrota<sup>1</sup>, o ajuste no conceito de campanha do primeiro para o segundo turno, apostando na identidade gaúcha e usando a estética da bandeira do RS como contraponto a nacionalização da eleição pretendida por seu principal adversário, Onyx Lorenzoni (PL), que era o representante do bolsonarismo no pleito riograndense – e apostava nas cores verde e amarelo da bandeira nacional – possibilitou a Leite resolver o dilema estratégico que se apresentava: persuadir eleitores de esquerda, que votaram majoritariamente em Edegar Pretto (PT) no primeiro turno, sem perder eleitores de direita que também estavam com Leite.

Esse dilema necessitava ser enfrentado sem que Eduardo Leite caísse em contradição com o posicionamento construído no primeiro turno, que foi se manter “distante” do pleito presidencial, se posicionando como candidato da união e da moderação.

A partir do foco na agenda gaúcha, Leite estadualizou o debate, derrotou Onyx no segundo turno, reverteu o resultado adverso do primeiro turno. Consideramos que a reeleição de Eduardo Leite no RS é um case de sucesso para a comunicação política, pois quebrou a tradição do RS nunca reeleger um governador. Além disso, desde as eleições de 1990, tivemos oito segundo turnos no Estado. Em apenas duas oportunidades – 1998 e 2022 – o candidato que terminou o primeiro turno em segundo lugar “virou” a eleição (TAB.1).

---

<sup>1</sup> No primeiro turno da eleição, Onyx Lorenzoni (PL) obteve 37,50% dos votos válidos. Eduardo Leite (PSDB) foi o segundo colocado com 26,81%. E Edegar Pretto (PT) conquistou 26,77%, ficando em terceiro lugar. No segundo turno, Leite venceu Onyx por 57,12% contra 42,88%.

Tabela 1 – Eleições para Governador do RS – 1º e 2º turno (1990-2022)

<b>ELEIÇÕES</b>	<b>1º TURNO (Votos válidos - %)</b>	<b>2º TURNO (Votos válidos - %)</b>
1990	Alceu Collares (PDT): 36,06 Nelson Marchezan (PDS): 33,25	Alceu Collares (PDT): 61,17 Nelson Marchezan (PDS): 38,83
1994	Antonio Britto (PMDB): 49,20 Olívio Dutra (PT): 34,73	Antonio Britto (PMDB): 52,21 Olívio Dutra (PT): 47,79
1998	Antonio Britto (PMDB): 46,39 Olívio Dutra (PT): 45,92	Olívio Dutra (PT): 50,78 Antonio Britto (PMDB): 49,22
2002	Germano Rigotto (PMDB): 41,16 Tarso Genro (PT): 37,25	Germano Rigotto (PMDB): 52,67 Tarso Genro (PT): 47,33
2006	Yeda Crusius (PSDB): 32,90 Olívio Dutra (PT): 27,39	Yeda Crusius (PSDB): 53,94 Olívio Dutra (PT): 46,06
2010	Tarso Genro (PT): 54,35 José Fogaça (PMDB): 24,74	Não teve, pois Tarso venceu em 1º turno
2014	José Ivo Sartori (PMDB): 40,40 Tarso Genro (PT): 32,57	José Ivo Sartori (PMDB): 61,21 Tarso Genro (PT): 38,79
2018	Eduardo Leite (PSDB): 35,90 José Ivo Sartori (PMDB): 31,11	Eduardo Leite (PSDB): 53,62 José Ivo Sartori (PMDB): 46,38
2022	Onyx Lorenzoni (PL): 37,50 Eduardo Leite (PSDB): 26,81	Eduardo Leite (PSDB): 57,12 Onyx Lorenzoni (PL): 42,88

FONTE: Dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e Criação própria

A reeleição de Eduardo Leite foi possível pela leitura correta que a campanha de Leite soube fazer da eleição, sobretudo no segundo turno. A estratégia eleitoral e a comunicação da campanha foram eficientes quando, do primeiro para o segundo turno, realizou um ajuste no *slogan Juntos somos mais para O Rio Grande fala mais alto*, adaptando a campanha ao seu novo momento e resolvendo com eficiência o dilema estratégico que se apresentava: atrair eleitores de esquerda sem perder o voto de direita e não se posicionar na eleição nacional, mantendo o debate restrito ao RS.

Dessa forma, a campanha de Eduardo Leite preservou seu posicionamento centrista, não "brigou" com parte dos eleitores bolsonaristas que votaram nele para governador no primeiro turno e atraiu os eleitores de esquerda – sobretudo os do candidato do PT derrotado no primeiro turno – sem se posicionar publicamente em favor de Lula ou Bolsonaro.

Numa eleição atípica em que a polarização nacional entre Bolsonaro e Lula "invadiu" as disputas estaduais, a reeleição de Eduardo Leite (PSDB) no RS é um raro caso de sucesso de um candidato que optou em não se posicionar ao lado do bolsonarismo ou do lulismo, assumindo o lado da união, da moderação e da identidade gaúcha, dissociando os dois pleitos.

## **Percurso teórico-metodológico**

Para a realização dessa pesquisa utilizaremos a metodologia da análise de conteúdo de Laurence Bardin (1977). A técnica de pesquisa Análise de Conteúdo defendida por Bardin (1977) se estrutura em três fases: 1) pré-análise; 2) exploração do material; 3) tratamento dos resultados. Optamos por essa metodologia, pois analisaremos a estratégia eleitoral e comunicacional da campanha de Eduardo Leite buscando compreender os significados e os sentidos das mensagens persuasivas. Nossa fonte de pesquisa será a propaganda de Leite durante o horário eleitoral gratuito (HEG), no primeiro e segundo turno, disponíveis no YouTube. Também utilizaremos os materiais publicitários da campanha de Leite, que passou por uma metamorfose em sua estética, substituindo o azul do primeiro turno pelas cores verde, vermelho e amarelo da bandeira gaúcha no segundo turno.

A abordagem dessa pesquisa será qualitativa e quantitativa, pois além da compreensão dos significados e sentidos da campanha, utilizaremos os resultados eleitorais do pleito gaúcho. Também recorreremos a procedimentos de pesquisa bibliográficas e documentais, pois o trabalho está ancorado em livros que abordam conceitos do marketing político e matérias do jornal Zero Hora sobre a campanha eleitoral de 2022 no RS.

A fundamentação teórica será feita a partir da definição de gaúcho e identidade gaúcha. Conceitos de marketing político como posicionamento, foco e imagem do candidato; de slogan, e de *jingle* também farão parte do percurso teórico do trabalho.

Segundo Lasswell (1982) e Reboul (1975), a palavra *slogan* tem origem na língua gaélica escocesa – *slaugh-ghrairm* – significando “grito de guerra de um clã”. Manhanelli e Queiroz (2009) entendem que o *slogan* deve conseguir maximizar sentimentos e emoções do inconsciente coletivo da população. No caso dos *slogans* eleitorais, que é o objetivo do nosso trabalho, eles devem ser de fácil lembrança, com palavras simples.

Para o cientista político Francisco Ferraz (2003, p.262), “*slogan* é, então, uma síntese do significado da candidatura. Ele força uma campanha a se definir numa declaração curta e numa linguagem clara”. Manhanelli e Queiroz (2009), por sua vez, entendem que o slogan deve conseguir maximizar sentimentos e emoções do inconsciente coletivo.

Também é importante conceituar *jingle*. Conforme veremos neste trabalho, o *jingle*, segundo o publicitário Duda Mendonça (2001) é “um discurso cantado”. Através do *jingle*, foi possível identificar as mudanças na campanha de Eduardo Leite do primeiro para o segundo turno, decisivas para a vitória eleitoral do candidato do PSDB.

De acordo com Duda Mendonça (2001), um *jingle* tem que ser emocional, sendo um “discurso que vai para o coração sem ter que passar pela cabeça”.

Principalmente no segundo turno da campanha de Eduardo Leite, os aspectos relativos à cultura gaúcha estiveram bastante presentes em sua estratégia. De acordo com a tese apresentada por Lima (2019), no 68º Congresso Tradicionalista Gaúcho, organizado pelo Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG), o gaúcho seria “um produtor de hábitos, costumes, valores, ideias que se formaram, se mantiveram ou se transformaram à medida que ele experimentava relações concretadas de dominação ou de subordinação” (LIMA, 2019).

Essa breve descrição do conceito do gaúcho mostra que a valorização da identidade gaúcha faz parte da história do gaúcho. Todo este conjunto de significados afirma a identidade cultural do gaúcho e segue tendo forte influência social no estado.

### Uma eleição de quebra de paradigmas

As eleições de 2022 no Rio Grande do Sul (RS) entrarão para a história como o pleito em que o paradigma do estado nunca reeleger um governador terminou. Conforme podemos observar (TAB. 2), também pela primeira vez num regime democrático, um mesmo partido político conseguiu dois mandatos consecutivos no RS.

Tabela 2 – Governadores eleitos do RS (1982-2022)

<b>ANO</b>	<b>GOVERNADOR ELEITO</b>
1982	Jair Soares (PDS)
1986	Pedro Simon (PMDB)
1990	Alceu Collares (PDT)
1994	Antonio Britto (PMDB)
1998	Olívio Dutra (PT)
2002	Germano Rigotto (PMDB)
2006	Yeda Crusius (PSDB)
2010	Tarso Genro (PT)
2014	José Ivo Sartori (PMDB)
2018	Eduardo Leite (PSDB)
2022	Eduardo Leite (PSDB)

Fonte: Criação própria



Outra quebra de paradigma na eleição gaúcha envolveu o tema da homofobia. Leite, ainda durante o período em que tentou se viabilizar como o candidato do PSDB ao Palácio do Planalto, no mês de julho, assumiu, durante entrevista ao jornalista Pedro Bial, no programa “Conversa com Bial”, que é homossexual. Como desde a campanha de 2018, Leite é alvo de ataques homofóbicos, a decisão do governador reeleito em tornar pública sua orientação sexual num estado conservador no tema dos costumes também foi um fato histórico. Nessa entrevista, Eduardo Leite afirmou: “Eu sou gay. E sou um gay governador, e não um gay governador, tanto quanto o Obama nos EUA não foi um negro presidente, foi um presidente negro. E tenho orgulho disso” (LEITE, 01/07).

A declaração de Leite ao assumir que é homossexual ajudou a quebrar resistências no eleitorado gaúcho. Além disso, Leite se vinculou Obama, um presidente que representou uma quebra de paradigma na política norte-americana.

### **A estratégia comunicacional de Eduardo Leite**

A partir da observação da campanha de Eduardo Leite no horário eleitoral gratuito (HEG), e também de suas peças publicitárias, tanto do primeiro quanto do segundo turno, buscaremos demonstrar como a identidade gaúcha foi fundamental para o sucesso eleitoral de Leite.

Antes de abordarmos a estratégia de comunicação da campanha de Eduardo Leite faremos breves comentários sobre importantes conceitos do marketing político na construção de uma candidatura: o posicionamento; o foco; a imagem; e as propostas do candidato.

Segundo Ferraz (2003),

Posicionar, então, equivale a ocupar um espaço favorável para atingir um objetivo desejado. O principal problema, que o desafio do posicionamento deve resolver, reside no fato de que a ocupação do espaço desejado não depende apenas da vontade do candidato. Há outros candidatos disputando os mesmos espaços e, acima de tudo, há eleitores que podem ou não aceitar o posicionamento escolhido (FERRAZ, 2003, p.58).

No caso da candidatura de Eduardo Leite à reeleição, o desafio do posicionamento foi bem enfrentado. A partir da aliança com o MDB, Leite evitou o

surgimento de uma segunda candidatura governista no centro do tabuleiro. Assim, o campo centrista foi dominado por Leite.

A pulverização de candidaturas à esquerda e à direita também beneficiaram Leite. A esquerda teve Edegar Pretto (PT); Vieira da Cunha (PDT); Vicente Bogo (PSB); Rejane de Oliveira (PSTU); e Carlos Messalla (PCB) como alternativas. A direita, por sua vez, concorreu com Onyx Lorenzoni (PL); Luis Carlos Heinze (PP); Argenta (PSC); e Ricardo Jobim (Novo). Outra vantagem competitiva importante para Eduardo Leite foi o foco da sua candidatura.

De acordo com Ferraz (2003, p.60), “O foco de uma candidatura é, em última análise, a razão mais forte e convincente pela qual os eleitores devem votar naquele candidato e não nos outros. Ele – o foco – resume o significado da candidatura.

Leite apostou numa campanha propositiva e se postou como representante da continuidade. Ao mesmo tempo buscou construir uma narrativa de futuro, transmitindo esperança. Era comum Leite afirmar que “ataca os problemas e não as pessoas” (HEG, 2022), numa resposta a campanha negativa que era alvo, principalmente por parte de Onyx Lorenzoni e Edegar Pretto.

Desde o primeiro turno, Eduardo Leite teve como foco o debate circunscrito ao RS. Esse foco na questão estadual foi um diferencial para Leite, já que seus oponentes, principalmente Onyx e Edegar, ficaram com um discurso muito ancorado na nacionalização. Mesmo que a estratégia de Onyx e Edegar passasse pela vinculação com Bolsonaro e Lula, eles tiveram dificuldades para apresentar um projeto de RS alternativo ao de Eduardo Leite.

Nos programas eleitorais de Eduardo Leite podemos observar um ajuste no conceito de campanha do primeiro para o segundo turno. Durante o primeiro turno, o *slogan* *Juntos somos mais* representou a síntese estratégica proposta pela candidatura Leite. A comunicação da campanha de Eduardo Leite procurou apresentar o então governador como o candidato da moderação. Um candidato sem radicalismos. O candidato da união.

Durante o HEG, Eduardo Leite destacava que o “Rio Grande avançou”, mas reconhecia a necessidade de “fazer mais e melhor”. E esse “fazer mais e melhor” vinha acompanhado da frase “vamos fazer juntos”. O “fazer juntos” tinha relação com o conceito da campanha em apresentar Leite como um candidato do diálogo e da união.

É o conceito, portanto, que, basicamente, traduz publicamente o posicionamento de uma candidatura. No conceito está se definindo porque e para que a candidatura existe, a que ela se destina naquele momento e para que tipo de eleitor. Um bom conceito já traz, em si, uma razão para o voto naquele candidato, além de instigar sentimentos e as emoções certos sobre sua presença na eleição. (BERNARDI, 2022, p. 194)

Com a surpresa do resultado eleitoral do primeiro turno, quando Eduardo Leite, em que pese o bom conceito de campanha, quase ficou fora do segundo turno, temos um ajuste de estética e linguagem.

Este ajuste no conceito foi fundamental para a histórica vitória de Eduardo Leite. Para não cair em contradição com o posicionamento do primeiro turno, o que seria fatal para a candidatura, a imagem de Leite como candidato da união e da moderação foi preservado. Paralelamente a isso, a estética da campanha é modificada com a inclusão das cores, da bandeira do RS e da linguagem da identidade gaúcha como contraponto a nacionalização da eleição proposta por Onyx Lorenzoni.

Este ajuste no conceito da campanha tinha dois objetivos: 1) desvincular as eleições estadual e nacional, já que Leite, desde o primeiro turno, buscou debater o RS, evitando se posicionar na disputa entre Bolsonaro x Lula no plano nacional; 2) apelo estético e discursivo a identidade gaúcha como narrativa mobilizadora.

Alguns trechos do HEG merecem destaque por sua importância para a estratégia, posicionamento e comunicação da candidatura. O primeiro deles foi a decisão do marketing de Leite em trazer para o HEG o tema da renúncia de Leite do cargo para tentar viabilizar sua candidatura presidencial, fato que trazia desgaste para sua imagem.

Não tenho apego ao poder. Renunciei ao cargo para não renunciar a política. Renunciei ao mandato para não renunciar ao Rio Grande. Todos sabem da minha posição contra a reeleição. E aqueles que ficam no cargo mais preocupados em se reeleger do que governar. Nunca quis o governo contaminado pela eleição. Sai do cargo para poder fazer política. Com a renúncia eu posso fazer o que eu acredito. Conversar, unir aqueles que como eu não querem mais radicalização, briga ao invés de soluções, das parcerias e da união de esforços. Não podemos andar para atrás. (LEITE, HEG, 26/08)

Outra fala importante no HEG foi quando Leite sinalizou para a direita e a esquerda ao mesmo tempo, reforçando seu posicionamento ao centro, assumindo a imagem de um candidato moderado.

Se governar para a direita é diminuir a máquina pública, reduzir impostos e combater o crime, então eu governei para a direita. Se governar para a esquerda é investir em cultura, criar programas de proteção social e cuidar das pessoas, então eu governei para a esquerda. Mas se você acha que o importante é governar para todos, então eu governei para você. (LEITE, HEG, 27/08)

Esse posicionamento de Leite favoreceria, posteriormente, no segundo turno, o apoio de candidatos e partidos derrotados no primeiro turno. Mais do que isso, a imagem de equilíbrio e ponderação atraiu facilmente eleitores, principalmente de esquerda, que no primeiro turno votaram em outros candidatos.

Outro aspecto importante é que a campanha de Eduardo Leite optou por enfrentar discursivamente o estigma da reeleição. Até o pleito deste ano, o RS nunca havia reelegido um governador.

Para avançar mais o primeiro passo é não andar para trás. Vamos continuar o que a gente começou. Acelerar. Daqui para frente. Completar o nosso trabalho. Não dá para parar no meio do caminho. O Rio Grande nunca reelegeu um governador. Nunca deu continuidade aos bons projetos. Sempre parou no meio do caminho. Ou recomeçou tudo do zero. Agora a gente tem a chance de mudar isso. De fazer diferente. Pela primeira vez seguir em frente de verdade. Vamos fazer juntos o que ninguém fez antes. Mudar o futuro sem mudar o governo. Esse é o caminho. E a hora é agora (LEITE, HEG, 23/09)

Para reforçar a compreensão desse conceito de campanha pretendido no primeiro turno, sintetizado no slogan *Juntos somais mais*, é importante observarmos o jingle da campanha do primeiro turno.

Um horizonte claro e lindo  
Um céu ficando mais azul  
Um grito no meu peito vindo  
Viva o Rio Grande do Sul!  
Onde a gente plantou o amor  
Hoje tá colhendo esperança  
Um de nós governador, foi o vento da mudança  
Ele foi lá, a gente foi junto  
Olha tudo que a gente já fez  
Virou o jogo, mudou o assunto  
Tamo junto outra vez  
Eduardo ô ô!  
Eduardo ô ô!  
Esse Rio Grande me apaixonou  
E o meu voto é uma prova de amor  
Eduardo ô ô!  
Eduardo ô ô!  
Eduardo governador

Da nossa gente ele sempre cuidou  
Nele eu confio, boto fé e conheço  
Usa a cabeça e o coração  
Fizemos juntos e é só o começo  
Faremos muito mais com a reeleição  
Para trás eu não vou, é só daqui pra frente  
Acelerando, melhorando a vida da gente  
Só quem já fez é quem pode fazer mais  
Eu quero a coragem de quem luta pela paz  
Eduardo ô ô!  
Eduardo ô ô!  
Esse Rio Grande me apaixonou  
E o meu voto é uma prova de amor  
Eduardo ô ô!  
Eduardo ô ô!  
O Eduardo pra avançar em paz!  
Com Gabriel, porque juntos somos mais!  
Eduardo ô ô!  
Eduardo ô ô!  
Esse Rio Grande me apaixonou  
E o meu voto é minha prova de amor  
Eduardo ô ô!  
Eduardo ô ô!  
O Eduardo pra avançar em paz!  
Com Gabriel, porque juntos somos mais!  
Eduardo ô ô!  
Eduardo ô ô!  
Esse Rio Grande me apaixonou  
E o meu voto é minha prova de amor  
(*Jingle* Eduardo Leite – 1º turno 2022)

Figura 1 - Material publicitário (1º turno)



**Fonte:** Facebook da chapa Eduardo Leite e Gabriel Souza

Sobre a importância do *jingle* numa campanha eleitoral, o coordenador de marketing da campanha de Eduardo Leite, o publicitário Fábio Bernardi (2022), afirma

Um bom jingle é um discurso cantado e não apenas uma música bonitinha que se repete sem parar. Muitos optam por uma música “chiclé de ouvido”, que gruda na cabeça com um refrão de fácil memorização. O jingle é, portanto, uma peça-chave, porque ele une a emoção da música com a razão da letra, formando uma dupla poderosa de convencimento (BERNARDI, 2022, p. 196)

Conceitos centrais numa campanha como o amor, a esperança, a defesa da continuidade para avançar, a união e, inclusive, a defesa da reeleição, estiveram presentes no *jingle* de Leite. Outro aspecto importante é a estética do material publicitário. O azul e o amarelo tinha destaque maior, assim como o *slogan* da união *Juntos somos mais*. No segundo turno, as cores do material publicitário e o *slogan* serão ajustados ao novo momento.

No segundo turno, esse ajuste no conceito da campanha de Eduardo Leite é perceptível desde o primeiro programa eleitoral do turno decisivo do pleito. Apesar do HEG do segundo turno manter a imagem de Leite como o candidato da união e da conciliação, o tema da identidade gaúcha entra com força na campanha, estabelecendo um contraponto com a nacionalização proposta por Onyx Lorenzoni sem entrar em contradição com a posição assumida de não assumir um lado no embate presidencial entre Lula x Jair Bolsonaro, que ficava cada vez mais intenso.

Outro aspecto desse ajuste no conceito de campanha operado pelo marketing de Eduardo Leite é que, ao trazer o tema do gauchismo para a eleição, conseguia impor sua agenda de debater o estado, dissociando a eleição estadual do pleito nacional.

Sobre esse primeiro programa do segundo turno da campanha percebemos um claro ajuste já na abertura da propaganda. Além do *slogan Juntos somos mais* ter sido substituído por *O Rio Grande fala mais alto*, a estética do programa também muda. O tom azul dá lugar as cores e a bandeira do RS. Para reforçar a identidade gaúcha e o debate focado nos temas estaduais, a música “Querência Amada”, de autoria de Teixeirinha, mas cantada por Osvaldir e Carlos Magrão, passou a ocupar um espaço quase que diário no HEG.

A locução desse primeiro programa eleitoral do segundo turno, feita pelo próprio candidato, destacava

Rio Grande do Sul. Nossa terra, nosso chão. Rio Grande de todos nós. Filhos da tua história. Fazedores do teu destino. Somos tua gente Farroupilha, séria, honesta, de valor. Que está na lida diária para unir sua família. Nossa história foi forjada na luta. Não no adesismo.

Porque se o Brasil é importante, o Rio Grande também é. Aqui não é mera extensão de Brasília nem quintal do governo federal. Aqui é o Rio Grande do Sul. Nossa luta, nossa briga é para não entrar numa guerra que só nos divide. Vamos caminhar como um só Rio Grande, unido e forte. Unir as famílias gaúchas a favor de todas elas. Não colocar uma contra as outras. Aqui é o Rio Grande do Sul. Estado de amor, de paz, mas que não foge da peleia. (LEITE, HEG, 13/10).

Outro aspecto a ser observado é que *jingle* também passou por ajustes em relação ao do primeiro turno.

O Rio Grande fala mais alto  
Quem é daqui escuta o chamado  
Da nossa aurora precursora  
A voz do nosso Estado  
Desafios que são nossos  
São nossos para resolver  
Conquistas que são nossas  
São nossas para proteger  
Se tem guerra lá em cima  
Aqui se semeia a paz  
Avançando, colhendo os frutos  
Que o amor o trabalho nos traz  
O Rio Grande fala mais alto  
Eduardo ô ô!  
O melhor para o nosso Estado  
Eduardo ô ô!  
O Rio Grande fala mais alto  
Eduardo ô ô!  
Pro Rio Grande seguir mudando  
É de 45 que eu vou  
O Rio Grande fala mais alto  
Eduardo ô ô!  
O melhor para o nosso Estado  
Eduardo ô ô!  
O Rio Grande fala mais alto  
Eduardo ô ô!  
Pro Rio Grande seguir mudando  
É de 45 que eu vou  
Gaúcho não segue ou confia  
Em quem não sabe o caminho  
Seja verde, amarelo ou vermelho  
Ninguém faz nada sozinho  
Ou bem se cuida de todos  
Ou não se tem confiança  
Acredito em que prega o amor  
E espalha a esperança  
O Rio Grande fala mais alto  
Eduardo ô ô!  
O melhor para o nosso Estado  
Eduardo ô ô!  
O Rio Grande fala mais alto  
Eduardo ô ô!  
Pro Rio Grande seguir mudando

É de 45 que eu vou  
O Rio Grande fala mais alto  
Eduardo ô ô!  
O melhor para o nosso Estado  
Eduardo ô ô!  
O Rio Grande fala mais alto  
Eduardo ô ô!  
Pro Rio Grande seguir mudando  
É com Eduardo que eu vou  
(*Jingle* Eduardo Leite – 2º turno 2022)

Figura 2 - Material publicitário (2º turno)



**Fonte:** Facebook da chapa Eduardo Leite e Gabriel Souza

Sobre o *jingle* do segundo turno, destacamos a ênfase mais forte na identidade gaúcha. O *slogan* *O Rio Grande fala mais alto* é destacado desde o início do *jingle*. A moderação, a união, o amor e a esperança, conceitos presentes na campanha desde o primeiro turno, continuam no segundo turno.

Assim, o ajuste estratégico, que se mostrou o grande acerto estratégico da campanha para “virar” a disputa sobre Onyx, não tirou a autenticidade de Leite.

Este posicionamento ao centro de Eduardo Leite e a imagem construída de candidato da união e diálogo, assim como a neutralidade na eleição nacional, favoreceu a construção de uma frente ampla antibolsonarista – que no RS era uma frente ampla anti-Onyx – no segundo turno.

Dentro desse objetivo, Leite construiu no HEG argumentos de grande peso ao afirmar:



O Rio Grande foi um dos poucos estados do país que rompeu a escolha entre direita e esquerda ao colocar no segundo turno com uma campanha que ataca os problemas, não as pessoas. Isso me faz ser a voz de todos aqueles que querem avançar, seguir em frente, defender a democracia, construir novas e maiores mudanças no nosso Rio Grande. Agora, quem deseja ver o Rio Grande em primeiro turno, só tem um lugar para estar. Ao lado do seu estado, do nosso estado. Ao lado de todos os gaúchos e gaúchas que amam essa terra (LEITE, HEG, 14/10)

A declaração de Leite no HEG também veio acompanhada do novo *slogan* da campanha – *O Rio Grande fala mais alto* – remetendo novamente a identidade gaúcha, assim reforçou a defesa do seu governo e a necessidade de avançar neste projeto. O *slogan* também possui um forte componente emocional ao explorar identidade gaúcha.

Como no segundo turno o contraste entre as candidaturas fica mais nítido, o que, conseqüentemente, acaba intensificando os embates, o tom propositivo da campanha de Eduardo Leite também passa a dividir espaço com as respostas aos ataques que Leite sofreu, além da campanha negativa em alguns momentos para responder ao seu adversário.

Um desses momentos foi o HEG do dia 18 de outubro, quando a campanha de Eduardo Leite levou ao ar um episódio que gerou uma forte repercussão negativa contra Onyx Lorenzoni. No debate realizado na *Rádio Gaúcha* nesse mesmo dia, ao final do evento, Leite estendeu a mão para cumprimentar Onyx, mas seu adversário se recusou a cumprimentá-lo. A atitude de Onyx ganhou as manchetes de grandes jornais como a *Folha de São Paulo* e *O Globo*.

A partir do episódio do debate da *Gaúcha*, a campanha ficou mais belicosa no RS, principalmente porque Onyx Lorenzoni intensificou os ataques contra seu adversário.

Vale ainda citar que Onyx, em um de seus programas eleitorais do segundo turno, afirmou que o “RS voltará a ter uma primeira-dama” (HEG,16/10). A manifestação de Onyx foi classificada como homofóbica e gerou na campanha de Eduardo Leite a decisão de responder esses ataques no HEG. Numa crítica aos episódios de ódio, intolerância e preconceito, Leite declarou

Homofobia e preconceito não podem ser tolerados. Não condizem com a nossa história, com os nossos valores. Atacam minha honra, minha orientação sexual. Tomei a vacina contra a Covid. Não sou réu confesso. O que está em discussão vai além da eleição. É o Rio Grande que queremos ser. Os valores que estão estampados na

bandeira gaúcha (liberdade, igualdade e humanidade). É esse Rio Grande que quero unir. (LEITE, HEG, 19/10)

Estes embates reforçaram a estratégia de Leite em se posicionar como o candidato mais habilitado para enfrentar os desafios de ser governador. Também fortaleceu o conceito de campanha de Leite, que passava por debater o RS, dissociando o pleito estadual do nacional.

No último HEG antes do segundo turno, Eduardo Leite consolidou o posicionamento, o foco e a imagem que o consagrariam nas urnas como o primeiro governador reeleito da história do RS.

Hoje o Rio Grande está no caminho certo. Nós trabalhamos muito para ter importantes avanços. Colocamos os salários em dia. Arrumamos a casa. E agora podemos investir em avanços e melhorias por todo o estado. Eu sei que não fizemos tudo, mas fizemos muito. E a mudança já começou. Ela não pode parar. O teu voto vai decidir qual o rumo do nosso estado. O certo ou o duvidoso. O caminho certo tu já conheces. E vai seguir em frente mudando o Rio Grande, de maneira segura, com diálogo e com união. Já o outro caminho ninguém sabe aonde vai dar. Nem o adversário sabe. É um risco para todos nós. (LEITE, HEG, 25/10).

A seguir, faremos as considerações finais sobre a campanha vitoriosa de Eduardo Leite.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Numa eleição atípica em que a polarização nacional entre o presidente Jair Bolsonaro (PL) e o então ex-presidente Lula (PT) “invadiu” as disputas estaduais, a reeleição de Eduardo Leite (PSDB) no RS é um raro caso de sucesso de um candidato que optou por não se posicionar ao lado do bolsonarismo ou do lulismo, assumindo o lado da união, da moderação e da identidade gaúcha, dissociando os dois pleitos.

Neste estudo sobre as eleições de 2022 no RS buscamos demonstrar que o conceito de campanha construído pelo marketing de Eduardo Leite como o candidato da união, da moderação e da identidade gaúcha funcionaram como contraponto a nacionalização da eleição proposta por seus adversários, principalmente por Onyx Lorenzoni (PL).

Numa campanha eleitoral, o (s) *slogan* (s) representam uma síntese estratégica do posicionamento do candidato. Tanto o *slogan* do primeiro turno – *Juntos somos*

*mais* – quanto do segundo turno – *Rio Grande fala mais alto* – cumpriram esse objetivo.

Como candidato da moderação e se vinculando a identidade gaúcha, Eduardo Leite, conseguiu atingir o objetivo estratégico de dissociar as duas eleições – estadual da nacional – impôs sua agenda e escancarou a vulnerabilidades da candidatura Onyx.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70 LDA, 2011.

CAMP – Clube Associativo dos Profissionais de Marketing Político. **Marketing Político no Brasil**. São Paulo: Geração Editorial, 2022

EDUARDO LEITE CONFIRMA HOMOSSEXUALIDADE NO “CONVERSA COM BIAL”: “Sou um governador gay, e não um gay governador”. **Gshow**. 2022. Disponível em: [Eduardo Leite confirma homossexualidade no 'Conversa com Bial': 'Sou um governador gay, e não um gay governador' | Conversa com Bial | gshow \(globo.com\)](#)

ELEIÇÕES BRASIL. **Jingle 2022 “Juntos Somos Mais” – Eduardo Leite 45 (PSDB – Rio Grande do Sul)**. YouTube, 09/2022. Disponível em: [\(988\) Jingle 2022 "Juntos Somos Mais" - Eduardo Leite 45 \(PSDB - Rio Grande do Sul\) - Legendado - YouTube](#)

JINGLES DO SUL. **Jingle “O Rio Grande fala mais alto” de Eduardo Leite em 2022** YouTube, 11/2022. Disponível em: [\(988\) Jingle "O Rio Grande fala mais alto" de Eduardo Leite em 2022 - YouTube](#)

LASSWELL, H. 1982. **A Linguagem da Política**. Editora Universidade de Brasília. Brasília, DF, Brasil.

LEITE, Eduardo. **Programa Eleitoral**. YouTube, 13/10/2022. Disponível em: [\(67\) Programa Eleitoral 13/10/2022 | 2º Turno | Eduardo Leite - YouTube](#)

LEITE, Eduardo. **Programa Eleitoral**. YouTube, 14/09/2022. Disponível em: [\(67\) Programa Eleitoral 14/09/2022 | Eduardo Leite - YouTube](#)

LEITE, Eduardo. **Programa Eleitoral**. YouTube, 19/10/2022. Disponível em: [\(67\) Programa Eleitoral 19/10/2022 | 2º Turno | Eduardo Leite - YouTube](#)

LEITE, Eduardo. **Programa Eleitoral**. YouTube, 23/09/2022. Disponível em: [\(67\) Programa Eleitoral 23/09/2022 | Eduardo Leite - YouTube](#)

LEITE, Eduardo. **Programa Eleitoral. YouTube, 25/10/2022.** Disponível em: [\(67\) Programa Eleitoral 25/10/2022 | 2º Turno | Eduardo Leite - YouTube](#)

LEITE, Eduardo. **Programa Eleitoral. YouTube, 26/08/2022.** Disponível em: [\(986\) Programa Eleitoral26/08/2022 | Eduardo Leite - YouTube](#)

LEITE, Eduardo. **Programa Eleitoral. YouTube, 27/08/2022.** Disponível em: [\(67\) Programa Eleitoral 27/08/2022 | Eduardo Leite - YouTube](#)

LIMA, Henrique Pereira. **Os novos desafios dos novos tempos: por um tradicionalismo humanizador.** Tese, Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG). Porto Alegre, 2019.

MENDONÇA, Duda. **Casos e coisas.** São Paulo: Globo, 2001

OFICIAL TEIXEIRA. **Teixeirinha – Querência Amada (Clipe Remasterizado).** Disponível em: [Teixeirinha - Querência Amada \(Clipe Remasterizado\) - YouTube](#)

QUEIROZ, A.; MANHANELLI, C. 2009. **Breve história dos slogans políticos nas eleições do Brasil Republicano.** In: Signos do Consumo 2: 235-253

REBOUL, O. 1975. **O slogan.** Editora Cultrix. São Paulo, SP, Brasil

SCHAFFNER, Fábio. **Leite reformula estratégia e mira em desconstrução de Onyx.** Zero Hora, Porto Alegre, 07/10/2022. Disponível em: [Leite reformula estratégia e mira em desconstrução de Onyx | GZH \(clicrbs.com.br\)](#)



**Capítulo 3**  
**A FOTOGRAFIA DOCUMENTAL COMO**  
**INSTRUMENTO DA PESQUISA CIENTÍFICA**

**Eduardo Lima Leite**  
**Odon Rodrigues de Freitas Júnior**

# A FOTOGRAFIA DOCUMENTAL COMO INSTRUMENTO DA PESQUISA CIENTÍFICA

**Eduardo Lima Leite**

*Professor de Antropologia, Filosofia, História e Metodologia da Ciência na Rede Universidade Federal de Campina Grande (UFCG) Graduação em Ciências Sociais e Mestrado em Sociologia pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e Doutorando em Ciências da Religião pela Universidade Católica de Pernambuco (UNIACP).*

**Odon Rodrigues de Freitas Júnior**

*Policial Militar do Estado da Paraíba, Graduado em Tecnologia da Segurança Pública, Especialização em Inteligência Policial (IBGM), Cybercrime, Cybersecurity e Análise Criminal (Unyleya), membro do Corpo Educacional da PM-PB. Aluno da Especialização em Tutoria em Educação a Distância (UFMS). Graduando em Ciências da Religião pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).*

## **RESUMO**

Há muito, a fotografia documental é utilizada como fonte de conhecimento antropológico, em especial nas pesquisas de Bronisław Malinowski (1922) que marcou os estudos da antropologia moderna. No contexto deste trabalho a fotografia documental assume uma questão de método. Do tempo de vista conceitual o artigo está ancorado nos estudos de interacionismo simbólico, na filosofia social de Georg Simmel (2019) e na sociologia figuracionista de Norbert Elias (2013). A partir desse contexto teórico-metodológico buscou-se fundir um leque de fotografias de um Presídio com anotações resultantes da observação participante realizada durante pouco mais de dois anos.

**Palavras-chave:** Ciências Humanas. Pesquisa. Fotografia.

## **ABSTRACT**

Documentary photography has long been used as a source of anthropological knowledge, especially in the research of Bronisław Malinowski (1922), who marked the studies of modern anthropology. In the context of this work, documentary photography is a question of method. From a conceptual point of view, the article is anchored in studies of symbolic interactionism, Georg Simmel's social philosophy (2019) and Norbert Elias's (2013) figure sociology. From this

theoretical-methodological context, we sought to merge a range of photographs of a prison with notes resulting from participant observation carried out over a period of just over two years.

**Keywords:** Human Sciences. Research. Photography.

## INTRODUÇÃO

Fotografia documental, segundo DA SILVA (2016) é aquela que se propõe ser um registro fiel de seu lugar e de seu tempo. Um dos objetivos da fotografia documental está intimamente ligado ao fator social, capaz de construir um testemunho acerca dos acontecimentos do mundo (Macedo, 2013).

De acordo com Maia (2013), “certas fotografias são classificadas com o termo documental porque reúnem determinadas propriedades que as fazem ser identificadas como tal”.

Ao observarmos uma fotografia, devemos estar conscientes de que a nossa compreensão do real será forçosamente influenciada por uma ou várias interpretações anteriores. Por mais isenta que seja à interpretação dos conteúdos fotográficos, o passado será visto sempre conforme a interpretação primeira do fotógrafo que optou por um aspecto determinado, o qual foi objeto de manipulação desde o momento da tomada do registro e ao longo de todo o processamento, até a obtenção da imagem final. (Kossoy, 2012, p. 125).

Este artigo resultou das atividades de orientação de iniciação científica e de trabalho de conclusão de curso, enquanto professor do curso de Direito da UNIFIP. Essas orientações objetivaram mapear o perfil da comunidade carcerária do Presídio Regional de Patos-PB. O presídio foi demolido em 2018 a partir de uma parceria público-privada entre a UNIFIP e o Governo do Estado da Paraíba.

Durante esse período em que trabalhava na orientação dos alunos, realizei também uma pesquisa sobre a violência prisional, segundo a ótica do problema do risco e o medo, tendo como fundamento metodológico a observação participante junto aos 263 encarcerados.

A observação participante é realizada em contato direto, frequente e prolongado do investigador, com os atores sociais, nos seus contextos culturais, sendo o próprio investigador instrumento de pesquisa. Requer a necessidade de eliminar deformações subjetivas para que possa haver a compreensão de factos e de interações entre sujeitos em observação, no seu contexto. É por isso desejável que o investigador possa ter adquirido treino nas suas habilidades e capacidades para utilizar a técnica. (Correia, 1999, p. 31).

A partir dos laços de confiança e aprofundamento dos diálogos com os presos, resolvi documentar através das fotografias a rotina do presídio, com aprovação do juiz de execuções penais da época e que agora posso publicar pelo fato do presídio ter sido demolido. Mais do que isso, as fotografias representam também documentos.

## **METODOLOGIA**

A abordagem utilizada desdobra-se através da fotografia documental, que configura nesse trabalho uma chave para a leitura de subjetividades e interações a partir das fotografias enquanto expressões de inteligibilidade. As fotografias por sua vez, representam documentos históricos e refletem meu sobre

O que durante muito tempo distinguiu o homem da maioria das outras espécies foi justamente o fato de que eles não se reconhecem entre si. Um gato para um gato, sempre foi outro gato. Um homem ao contrário, deveria preencher determinadas condições draconianas para não ser excluído, inapelavelmente, do mundo humano. O que caracterizava o homem, a princípio, era o fato de reservar zelosamente o título de homem apenas para sua comunidade. (Finkienkraut, 1998).

As capturas das imagens fotográficas foram autorizadas pelo juiz das execuções penais em consonância com a direção do presídio. Durante as sessões fotográficas não houve reclamação por parte dos presos. Em conversa prévia foi acordado que a imagem dos presos e dos agentes penitenciários seriam resguardadas por questões de segurança. O equipamento utilizado para fotografar, foi a Canon 5D Mark II.

## **A INTERSEÇÃO ENTRE FOTOGRAFIA E OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE**

**Fotografia 1 – Presídio**



Fonte: Arquivo da pesquisa (2010).



É possível que essas fotografias sejam algumas ou as únicas existentes que revelam o exterior e o interior do presídio. Serviu também como fonte para leituras e compreensão do ambiente prisional, a partir do enfoque antropológico no qual atividades rotineiras e humanas ganharam significados que não eram possíveis de compreender a partir de um olhar de fora; mas a partir de um olhar de dentro. Por isso, essa fotografia simboliza a base metodológica utilizada durante a pesquisa de campo

**Fotografia 2 – Saída para o pátio**



Fonte: Arquivo da pesquisa (2010).

A fotografia 2, revela o principal acesso utilizado pelos presos. Era um pequeno espaço que dividia o acesso ao portão de entrada e saída, com o pátio utilizado para o banho de sol.

Esse espaço era passagem obrigatória para todos que diariamente precisavam acessar o presídio e que por isso serviu de local para entrevistar os presos do regime semiaberto que chegavam para dormir diariamente no presídio. Esse espaço possibilita uma leitura sobre os muitos sentidos da prisão, entre eles, que o presídio é um lugar marcado por forte religiosidade. Ao passar pelo portão de entrada, bastava levantar a cabeça e a primeira mensagem que viria era: “Recebei por herança o reino, pois estive preso e viestes me visitar”, Mt. 25.34-36.

**Fotografia 3 – Corredores**



Fonte: Arquivo da pesquisa (2010).

A fotografia 3 permite uma interpretação das relações interpessoais a partir do contexto espaço marcado pelo regime fechado.

Na fotografia podemos observar um casal conversando, apesar do pouco tempo de convívio com os familiares, as prisões são locais de construção e reforço de laços de amizade, familiares, etc.

**Fotografia 4 – Interior**



Fonte: Arquivo da pesquisa (2010).

Essa imagem mostra que algo simples como dormir, se torna no espaço de uma cela, algo desafiador. Um exercício diário que requer negociações solidariedade entre os presos, mas que pode gerar conflitos.

**Fotografia 5 – Escada**

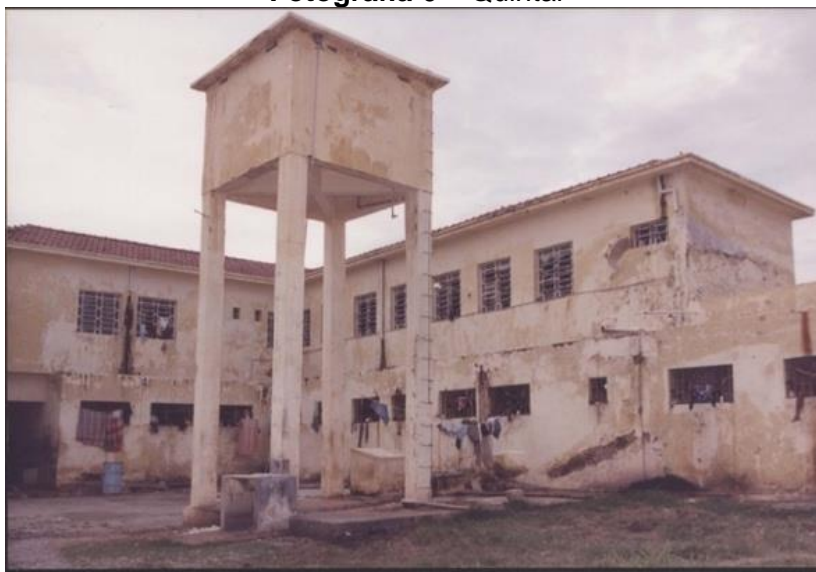


Fonte: Arquivo da pesquisa (2010).

A fotografia 5 representa a separação de dois espaços distintos: o caminho de acesso às celas em que preso fica recolhido durante vinte e duas horas do dia e o outro caminho para a saída, ao mesmo tempo a escada permite uma visão do mundo exterior.

O Presídio Regional de Patos-PB era uma mistura de moradia do homem na prisão, que “transita” mesmo em regime fechado e outro intransitável também de regime fechado. Era através de dois lances de escadas que se fazia transição entre esses dois espaços.

**Fotografia 6 – Quintal**



Fonte: Arquivo da pesquisa (2010).

A fotografia 6 indica os efeitos do tempo, o descaso com a conservação da prisão. No contexto do presídio, o tijolo batido deteriorado pode ser uma metáfora para as várias conversões do ser humano.

Expõe a negligência com a dignidade humana e não deixa dúvida sobre a desproporcionalidade entre o valor-de-uso e valor-de-troca dos homens e mulheres que trabalham e cumprem pena.

**Fotografia 7 – Vizinhos**



Fonte: Arquivo da pesquisa (2010).

A última fotografia intitulada vizinhos, permite observar uma divisão representada, de um lado pelos limites dos muros da prisão, a visão da UNIFIP do outro lado e possibilidades que a formação acadêmica oferece. Lembra que comunidade prisional e comunidade acadêmica foram vizinhas durante cinco décadas.

## **CONSIDERAÇÕES**

Em primeiro lugar, a ação de fotografar o presídio foi motivada pela preocupação em gerar um acervo fotográfico do Presídio Regional de Patos-PB, tendo em vista sua demolição e como consequência, a transformação do espaço que o presídio ocupava.


Em segundo lugar, garantir o registro da memória do presídio e dos espaços em seu entorno.

Em terceiro lugar, esse trabalho documental expressa-se como lugar de contradiscurso, através do olhar antropológico sobre a prisão combinada com a fotografia, capaz de contribuir para reflexão dos problemas inerentes a prisão, tais como superlotação, péssimas condições estruturais, etc.

Por fim, espero que o olhar atencioso possibilitado por esse trabalho documental possa contribuir para o debate sobre os problemas atuais em se que se enquadram as prisões.

## REFERÊNCIAS

- CORREIA, M. C. (1999). A Observação Participante enquanto técnica de investigação. **Pensar Enfermagem**, 13(2), p. 30-36. 1999.
- DA SILVA, Debora Aparecida; DE MELLO, Neli Demonico; DOS SANTOS, Klinger Atuy. Uso da fotografia documental como fonte histórica. **Revista Educação-UNG-Ser**, v. 11, n. 2 ESP, p. 67-79, 2016.
- DUBOIS, Philippe. **Ato Fotográfico (o)**. Editora Papirus, 1994.
- FINKIENKRAUT, Alain. **A humanidade perdida**. São Paulo: Ática, 1998.
- KOSSOY, Boris. **Fotografia & história**. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2012.
- MACEDO, Felipe Augusto Passos. **Minicurso sobre fotografia documental: “A fotografia não mente, os mentirosos, fotografam”**, 2013.
- MALINOWSKI, Bronisław. **Argonautas do pacífico ocidental**. Ubu Editora LTDA-ME, 2018.
- MAIA, Ravena Sena. **A paisagem na fotografia documental contemporânea: tendências estéticas na obra “Paisagem submersa”** (Monografia). 2013.
- MANZO, Enrique Guerra. La sociología figuracionista de Norbert Elias: Críticas y contracríticas. **REencuentro. Análisis de Problemas Universitarios**, n. 66, p. 80-89, 2013.
- VANDENBERGHE, Frédéric. **As sociologias de Georg Simmel**. Editora Vozes Limitada, 2019.



**Capítulo 4**  
**CONSUMO E CULTURA DIGITAL EM**  
**TEMPOS DE ALGORITMOS, INTELIGÊNCIA**  
**ARTIFICIAL E DESAFIOS ÉTICOS**  
***Marcia Siqueira Costa Marques***

# CONSUMO E CULTURA DIGITAL EM TEMPOS DE ALGORITMOS, INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E DESAFIOS ÉTICOS

**Marcia Siqueira Costa Marques**

*Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e Colíder do Grupo Design e  
Convergência – Centro Universitário Belas Artes, São Paulo, SP, e-mail:  
marciasiqueira253@gmail.com*

## **RESUMO**

A interligação entre algoritmos, inteligência artificial e consumo de conteúdo molda a comunicação contemporânea e atuam como filtros, processando dados para recomendações personalizadas. Embora a interconexão melhore a eficiência e a personalização da comunicação, surgem muitos desafios. O viés algorítmico pode reforçar preconceitos, a privacidade é ameaçada pela coleta de dados e a manipulação comportamental se torna possível. A complexidade dessas tecnologias dificulta a regulamentação. A transparência nos algoritmos pode reduzir preconceitos. O ensino digital ajudará a capacitar indivíduos. A regulamentação equilibrada e a colaboração entre diversos setores são vitais. No entanto, não há solução única; cada contexto exige abordagens adaptadas. A busca por respostas éticas e eficazes é essencial para uma utilização responsável e benéfica dessas tecnologias.

**Palavras-chave:** comunicação; algoritmos; inteligência artificial; consumo digital; desafios éticos.

## **CONTEXTO**

A interconexão entre algoritmos, inteligência artificial e o consumo de conteúdo configura um cenário transformador na comunicação contemporânea. Algoritmos, como sequências de instruções computacionais, operam como agentes filtradores, processando volumes massivos de dados para fornecer recomendações personalizadas (CASTELLS, 2009). A inteligência artificial, em seu papel de emuladora do raciocínio humano, emprega técnicas como aprendizado de máquina e redes neurais para aprimorar a interação (VAN DIJCK, 2013). Essa interconexão impulsionou uma mudança significativa na forma de interagir e comunicar. A

sociedade contemporânea experimenta um fluxo incessante de informações e estímulos, resultado da agilidade imposta pelas tecnologias. Dessa forma, o consumo de informação e entretenimento se encontra permeado por interfaces algorítmicas que reconfiguram a vivência cotidiana (VAN DIJCK, 2013) A busca por conteúdo personalizado e a agilidade da comunicação digital se convertem em padrões de comportamento, como exemplifica Flusser:

podemos estar cansados e esgotados pelo progresso, podemos querer, exaustos, abandonar a caça. Não podemos fazê-lo. O rolo compressor da gula em progresso nos arrasta consigo, ou passa por cima de nós e nos comprime. [...]. A humanidade oferece, atualmente, a imagem da megalomania. (FLUSSER, 2008, p.136).

É importante perceber que o livro em questão foi publicado nos anos 1960, mas essa megalomania é muito atual. A internet da nova era é repleta de superlativos.

As vantagens dos algoritmos e inteligência artificial nesse contexto são notáveis. Tais tecnologias, ao processar grandes quantidades de dados, antecipam preferências e possibilitam a oferta de conteúdo altamente direcionado, otimizando a experiência do usuário (CASTELLS, 2009). A personalização do consumo também amplifica a sensação de pertencimento e relevância, ao mesmo tempo que a inteligência artificial possibilita interações em tempo real, tornando as plataformas digitais espaços ativos e dinâmicos (van Dijck, 2013).

Entretanto, a disseminação acelerada de algoritmos e inteligência artificial não está isenta de desafios éticos e sociais. O conceito de viés algorítmico emerge como uma questão crucial, visto que as recomendações personalizadas podem resultar em bolhas de informação e reforçar preconceitos (PARISIER, 2012).

Flusser também destaca a “bolha”, de uma maneira muito incisiva:

[...] as máquinas e instrumentos formarão uma muralha chinesa em redor da mente, e evitarão que o acaso, a necessidade e outras influências, teoricamente caóticas, possam inquietá-la. [...]. Dentro das muralhas haverá um novo senso do ‘estar abrigado’, portanto de realidade. (FLUSSER, 2008, p.126).

A privacidade também é posta à prova, uma vez que a coleta de dados para alimentar os algoritmos levanta questionamentos sobre o controle das informações pessoais (FLUSSER, 2017). Além disso, a manipulação comportamental se faz presente, visto que as tecnologias têm o poder de influenciar as ações dos indivíduos.



Nesse mundo criado e recriado pela técnica, a diferença entre realidade e virtualidade torna-se cada vez mais difusa, assim como a própria identidade de se ser humano. A falta de distinção entre o público e o privado, a anulação de fronteiras territoriais, a supremacia do tempo real, ocasionados por meio das inovações tecnológicas, estão inscritos na vida cotidiana das pessoas e modificam a participação social e política de todos. Flusser alerta para o fato de o conhecimento especializado ser a faca que “fatia” a natureza, cortando-a em “objetos” e que os veículos são excretados para que possamos estar em todos os lugares ao mesmo tempo. “Servem para devorar o tempo, mas o fazem de uma forma tão diabólica que nos tornam completamente escravos do tempo” (FLUSSER, 2008, p.127).

A proposição analítica relativa à plataformização da sociedade, cunhada por José VAN DIJCK et al (2018), emerge como um insight crucial para compreender a transformação em curso na dinâmica social contemporânea. O cerne dessa abordagem é a busca por apreender e realçar a perspectiva infra estrutural, que muitas vezes se perde em meio à diversidade de concepções teóricas e proposições conceituais. A plataforma, antes vista como um espaço virtual de interações, é agora percebida como uma peça essencial do arcabouço social, tecendo laços intrincados nas relações intersubjetivas do cotidiano. A "sociedade da plataforma" não apenas transfere o foco do econômico para o social, mas também catalisa um debate profundo entre ganhos privados e benefícios públicos. Enquanto as plataformas prometem benefícios personalizados e ganhos econômicos, elas simultaneamente exercem pressão sobre meios coletivos e serviços públicos. Esse dilema sublinha a urgência de compreender a plataforma como uma infraestrutura social e tecnológica interdependente, cujas ramificações se estendem além das fronteiras virtuais para moldar a sociedade em si.

A presença imponente das plataformas digitais e seus algoritmos no cotidiano da maioria da população humana instaura a necessidade essencial de entender essas plataformas em profundidade nos tempos atuais.

A compreensão das plataformas vai além de estudá-las como meros objetos; é a apreensão da plataformização enquanto processo que se faz necessária. Sob essa perspectiva, a plataformização é concebida como a inserção das plataformas digitais em setores econômicos e esferas sociais já existentes, reconfigurando práticas e construções simbólicas culturais.

Essas plataformas infra estruturais são definidas dessa maneira porque viabilizam o uso rotineiro da tecnologia da informação e também estruturam as plataformas setoriais. No ocidente, esse mercado é dominado pelas cinco gigantes conhecidas como Big Five (as cinco grandes): Alphabet (que engloba os serviços do Google), Amazon, Facebook, Apple e Microsoft. O Facebook, por sua vez, controla o fluxo de dados na internet, detendo cerca de 80% do mercado de redes sociais, com mais de dois bilhões de usuários ativos globalmente. Essas cinco empresas exercem uma influência tão avassaladora que até mesmo outras grandes empresas, como Spotify e Netflix, dependem delas em sua infraestrutura. O Spotify opera na estrutura de nuvem da Alphabet, o Google Cloud, e a Netflix utiliza servidores da Amazon, a Amazon Web Services.<sup>2</sup>

O resultado é que essas empresas não estão apenas transformando e fornecendo novas formas de consumo de serviços, mas também possuem poder e influência para estabelecer novos padrões de comportamento e consumo social. Paradoxalmente, essa influência é interdependente: o usuário depende da plataforma e a plataforma depende do usuário. Essa dinâmica cria uma rede em que quanto maior a plataforma em número de usuários (e produção de conteúdo e dados), mais poderosa ela tende a se tornar, gerando uma tendência natural à formação de oligopólios.

Nesse contexto, as implicações éticas e sociais da interconexão entre algoritmos, inteligência artificial e consumo de conteúdo são prementes. A compreensão desses desafios e dilemas é essencial para moldar o rumo dessa nova era comunicativa.

A sociedade contemporânea enfrenta o desafio de conciliar a agilidade e personalização proporcionadas por essas tecnologias com a preservação da privacidade, diversidade de opiniões e valores éticos. Portanto, a análise profunda e crítica desses aspectos se apresenta como um imperativo, na medida em que pavimentam o caminho para um desenvolvimento tecnológico responsável e sustentável.

Em síntese, a interconexão entre algoritmos, inteligência artificial e o consumo de conteúdo reconfigura a comunicação contemporânea de maneira profunda e ampla. Ao mesmo tempo que oferece personalização e agilidade, suscita importantes

---

<sup>2</sup> Sem dados sobre China. Sabemos que a plataforma chinesa TikTok tem uma grande influência nos dias de hoje, mas os dados se referem a plataformas mais usadas nos países ocidentais.

desafios e, é por meio da compreensão desses desafios, que a sociedade poderá aproveitar as vantagens dessas tecnologias, minimizando seus impactos negativos e construindo uma cultura digital ética e inclusiva.

## **PONTOS POSITIVOS E NEGATIVOS**

A intersecção entre algoritmos, inteligência artificial e consumo de conteúdo traz consigo uma série de pontos positivos e negativos que moldam a contemporaneidade digital. Os algoritmos, ao personalizarem o consumo, são capazes de tornar a experiência mais relevante para os indivíduos. Essa personalização se fundamenta na análise de padrões de comportamento e preferências, proporcionando uma jornada de navegação mais eficiente e satisfatória (CASTELLS, 2009). A busca por conteúdo relevante é otimizada pela capacidade dos algoritmos em entender as preferências individuais, promovendo um ambiente onde a informação se apresenta como sob medida (VAN DIJCK, 2013).

Alter (2017) nos alerta para o risco do vício, de nos tornamos dependentes de nossos smartphones e laptops e analisa o mecanismo dos vícios comportamentais. Dessa forma, explica quais são os ingredientes para construir uma experiência viciante e assim conseguir o vício comportamental. Eles estão presentes na construção da interação de redes sociais, games e sites da internet. São: definição de metas a serem alcançadas (que sempre podem ser superadas); realimentação constante e contínua (para continuidade e acertos); progresso gradual (como fases de games); intensificação de sensações; ganchos para as próximas fases e interação social. E assim, de fase em fase, de objetivo em objetivo, passamos horas perdidos nas buscas e posts na internet. Cada vez mais, a dependência não é de drogas e sim expressada em comportamento compulsivo.

Uma das transformações mais perceptíveis se dá nas melhorias nas recomendações personalizadas de conteúdo e filtragem de informações. A inteligência artificial tem a capacidade de processar uma vasta quantidade de dados em tempo real, fornecendo sugestões alinhadas aos interesses dos usuários (CASTELLS, 2009). Isso resulta em uma experiência de consumo mais eficaz, onde as barreiras entre o que é interessante e o que é redundante são amplamente delineadas (FLUSSER, 2017). Essa filtragem assertiva é responsável por impulsionar o engajamento e a interação dentro das plataformas digitais (VAN DIJCK 2013).

Contudo, essa personalização também traz desafios éticos complexos. O viés algorítmico, por exemplo, levanta preocupações sobre a imparcialidade das recomendações, uma vez que os algoritmos podem reproduzir preconceitos e estereótipos.

A plataforma da sociedade (VAN DIJCK 2018) também deve ser entendida como um amplo processo que afeta aspectos organizacionais, gerenciais, políticos e culturais. Ela é resultado de transformações desencadeadas por estruturas pré-existentes. A perspectiva infraestrutural parte desse pressuposto, baseando-se em momentos anteriores de transformação tecnológica e seus impactos na vida cotidiana. Isso sugere que as relações de desigualdade, por exemplo, não desaparecerão, mas se reconfigurarão, conforme evidenciado na análise histórica, onde a retórica de igualdade e compartilhamento só é viável ao ignorar a historicidade do processo de plataformação.

Se as plataformas produzem infraestrutura, também produzem relações sociais profundas e em grande escala, tornando a compreensão da plataformação da sociedade cada vez mais crucial para decifrar a realidade social contemporânea. Essas plataformas se entrelaçam com funções estatais de prestação de serviços, enfraquecendo o papel do Estado e exigindo sua reinvenção. (VAN DIJCK 2018).

Além disso, a coleta de dados necessária para a alimentação desses sistemas impacta diretamente a privacidade dos usuários, tornando necessária a delimitação de limites éticos. Um dos desafios mais sutis é a manipulação comportamental, uma vez que os algoritmos podem induzir ações e reações por meio da sugestão de conteúdos e interações (VAN DIJCK., 2013).

Para Castells (2009), o poder é a capacidade de transformar a realidade impondo uma vontade sobre outra; é sempre uma relação entre duas ou mais vontades, onde uma prevalece. O ser humano vive em uma sociedade organizada na qual os comportamentos sociais são ordenados, o poder é uma forma de controle social e o âmbito em que se constrói esse poder é, sobretudo, a mente humana. A batalha para influenciar nossas mentes, a construção do poder, se constitui principalmente no espaço da comunicação. O autor enfatiza que as redes de comunicação definem o poder de persuasão das pessoas. Para ele, essas organizações estabelecem as relações de poder, que incluem ou excluem os usuários; o poder da rede, em que alguns usuários exercerão poder sobre outros; a força de trabalho dela, que soma o poder de cada pessoa e as conexões que traz para a rede

como um todo e o arcabouço de tomada de poder, que o indivíduo programa a criação e união de redes para aumentar o alcance da informação de sua própria conexão ou de outras. Ou seja, as junções e as redes formadas por esses nós podem ter pesos muito diferentes nessa teia.

Os impactos negativos dessas tecnologias também emergem com força. A personalização extrema do consumo pode levar à polarização, onde as plataformas direcionam os usuários a conteúdos que reforçam suas crenças pré-existentes (VAN DIJCK, 2018). Isso resulta em um cenário onde a diversidade de perspectivas é limitada, dificultando o diálogo construtivo e a compreensão mútua (FLUSSER, 2017). Ademais, a disseminação de informações falsas é uma consequência preocupante, uma vez que os algoritmos podem promover conteúdos sensacionalistas e desinformativos em prol da atenção (VAN DIJCK., 2013).

A análise da plataformização sob a lente da infraestrutura revela uma dinâmica crucial que sustenta a sociedade digitalizada. As plataformas não são apenas intermediárias que facilitam transações e comunicações; elas se tornaram elementos imprescindíveis para a manutenção das interações cotidianas. Da troca de mensagens à compra de produtos, da organização de eventos à expressão de opiniões, as plataformas emergiram como a espinha dorsal das relações sociais modernas. Sob essa perspectiva, a plataforma não é apenas um veículo de interação, mas também um pilar sobre o qual repousam as redes sociais, econômicas e culturais contemporâneas. Contudo, essa infraestrutura de poder não é apenas neutra, mas moldada por dinâmicas complexas. À medida que as plataformas se tornam vitais para a vida cotidiana, também conferem um poder desmedido a um oligopólio tecnológico em ascensão. A concentração de poder em poucas mãos torna-se uma realidade cada vez mais visível, à medida que as plataformas se expandem e se infiltram em diversos aspectos da vida pública e privada. Esse domínio não é meramente tecnológico, mas também social, influenciando a forma como as pessoas se relacionam, consomem informações e participam na esfera pública.

Diante desse cenário, é imprescindível considerar tanto os aspectos positivos quanto os negativos na intersecção entre algoritmos, inteligência artificial e consumo de conteúdo. Enquanto a personalização e a relevância do consumo são pontos fortes, é necessário estar vigilante quanto aos desafios constantes, como o viés algorítmico e a manipulação comportamental. Da mesma forma, os impactos

negativos, incluindo a polarização e a disseminação de informações falsas, exigem abordagens robustas para mitigação.

## **DIFICULDADES E OPORTUNIDADES**

A interconexão entre algoritmos, inteligência artificial e consumo de conteúdo não apenas traz transformações, mas também se depara com dificuldades significativas na esfera da regulamentação e monitoramento. A natureza complexa e em constante evolução dessas tecnologias dificulta a criação de leis e normas que abarquem todas as suas possibilidades e desafios (LEMOS, 2005). A regulação de algoritmos é uma tarefa delicada, pois exige o equilíbrio entre garantir a inovação tecnológica e proteger os direitos individuais e coletivos. A falta de transparência nos algoritmos também gera uma dificuldade adicional, já que muitas vezes os processos de tomada de decisão são opacos e de difícil compreensão.

Entretanto, essa interconexão também traz oportunidades significativas para promover um ambiente digital ético, inclusivo e responsável. A regulação e o monitoramento podem ser ferramentas essenciais para evitar abusos e assegurar que essas tecnologias sejam usadas de maneira benéfica para a sociedade (CASTELLS, 2009). A criação de políticas que orientem o uso ético dos algoritmos e da inteligência artificial pode contribuir para minimizar riscos e maximizar benefícios (UNESCO, 2021). Além disso, a colaboração entre empresas, governos e sociedade civil pode resultar em inovações sociais que atenuem os desafios éticos e sociais inerentes a essas tecnologias. Lemos(2005) explica que nossa Lei de Direitos Autorais e a Lei do Software, de 1998, “deixaram de aproveitar a oportunidade para enfrentar problemas que viriam a tornar-se pungentes nos anos seguintes à sua promulgação”. Dessa forma, não foi apontada a responsabilidade dos provedores de acesso à internet, a privacidade, os direitos de uso de informações na internet e a responsabilidade dos prestadores de serviços online, entre outras.

A busca por soluções para as questões éticas e sociais associadas a essas tecnologias também enfrenta desafios consideráveis. A velocidade do avanço tecnológico muitas vezes supera a capacidade das instituições regulatórias e da sociedade em compreender e responder a esses desafios (FLUSSER, 2017). Além disso, a complexidade intrínseca das tecnologias de algoritmos e inteligência artificial demanda a construção de novas estruturas éticas que considerem a interação entre

máquinas e humanos. A delimitação de limites éticos e a definição de critérios para o uso responsável dessas tecnologias são passos cruciais na busca por soluções (UNESCO, 2021).

Em suma, a interconexão entre algoritmos, inteligência artificial e consumo de conteúdo apresenta tanto dificuldades quanto oportunidades que devem ser cuidadosamente ponderadas. A regulamentação e o monitoramento dos algoritmos se mostram desafiadores, dada a sua complexidade e evolução constante. No entanto, essas dificuldades são contrabalançadas pela oportunidade de criar um ambiente digital ético e inclusivo. A colaboração entre diferentes atores também se mostra uma oportunidade para promover inovações sociais que atenuem os desafios éticos e sociais emergentes. A busca por soluções, embora complexa, é fundamental para direcionar o uso das tecnologias de forma responsável e benéfica para a sociedade.

## **SOLUÇÕES E RECOMENDAÇÕES**

Diante das complexas interações entre algoritmos, inteligência artificial e consumo de conteúdo, é essencial considerar soluções e recomendações que possam orientar o desenvolvimento e o uso ético dessas tecnologias. A busca por uma abordagem equilibrada requer a colaboração entre governos, setor privado, sociedade civil e academia (UNESCO, 2021). Nesse contexto, algumas estratégias podem ser exploradas para mitigar os desafios éticos e sociais emergentes.

Uma solução promissora consiste na promoção da transparência nos algoritmos. A divulgação das lógicas e critérios por trás das decisões algorítmicas pode permitir uma melhor compreensão e avaliação dos processos de recomendação e filtragem de conteúdo (VAN DIJCK ET AL., 2018). A transparência também contribui para minimizar o viés algorítmico, proporcionando a identificação e correção de possíveis discriminações (Unesco, 2021). Além disso, a educação digital desempenha um papel fundamental na capacitação das pessoas para entenderem o funcionamento dos algoritmos e da inteligência artificial, permitindo que façam escolhas informadas (CASTELLS, 2018).

À medida que as plataformas se consolidam como componentes indispensáveis do cotidiano, é imperativo analisar as implicações desse fenômeno

para o equilíbrio entre benefícios individuais e coletivos, além de investigar a dinâmica de poder subjacente que molda essa nova era da interação humana.

A regulação e a governança também são componentes cruciais para a promoção de um ambiente digital ético e responsável. A criação de leis e normas que estabeleçam limites éticos para o uso de algoritmos e inteligência artificial pode contribuir para minimizar riscos e abusos. E foi justamente preocupada com a opacidade e atuação ética, das novas tecnologias, suscetível de provocar prejuízos aos seres humanos, que a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura - (UNESCO) está desenvolvendo uma cartilha de recomendações que poderá se tornar o primeiro código de ética global sobre inteligência artificial. A recomendação da UNESCO sobre a ética da inteligência artificial ressalta a importância de garantir direitos fundamentais e valores públicos no desenvolvimento dessas tecnologias (UNESCO, 2021). Ao mesmo tempo, a colaboração entre diferentes atores, como empresas, governos e sociedade civil, pode resultar em uma governança multissetorial que reflita uma ampla gama de perspectivas e interesses (LEMOS, 2005).

No entanto, é importante reconhecer que não existe uma abordagem única e universal para lidar com os desafios éticos e sociais dessas tecnologias. Cada contexto cultural, social e político pode demandar soluções adaptadas que considerem as particularidades locais (CASTELLS, 2009). A responsabilidade compartilhada entre diferentes atores também é fundamental para garantir que as soluções propostas sejam eficazes e benéficas para a sociedade (VAN DIJCK ET AL., 2018).

Portanto, frente às complexidades trazidas pela interconexão entre algoritmos, inteligência artificial e consumo de conteúdo, a busca por soluções e recomendações se apresenta como um desafio necessário e urgente. A promoção da transparência nos algoritmos, a educação digital, a regulação e a governança multissetorial são estratégias que podem contribuir para direcionar o desenvolvimento e o uso dessas tecnologias de maneira ética, inclusiva e responsável. No entanto, é fundamental reconhecer a diversidade de contextos e a complexidade das questões envolvidas, demandando abordagens adaptadas e uma responsabilidade compartilhada na busca por soluções.

Nesse contexto, o ensino digital surge como uma das oportunidades mais promissoras para capacitar indivíduos a navegarem conscientemente pelo cenário



algorítmico. A educação digital oferece o conhecimento e as habilidades necessárias para compreender como algoritmos funcionam, como personalizam conteúdo e como influenciam decisões. Capacitar as pessoas a entenderem os mecanismos por trás da personalização algorítmica proporciona uma maior conscientização sobre os filtros que moldam suas experiências online.

## **CONCLUSÃO**

A convergência entre algoritmos, inteligência artificial e consumo de conteúdo redefine o panorama da comunicação contemporânea, abrindo portas para um mundo de possibilidades e complexidades. Ao mesmo tempo em que algoritmos personalizados aprimoram nossa experiência digital, eles também ameaçam criar câmaras de eco, limitando nossa exposição a diferentes perspectivas. Diante desse cenário, é crucial enfatizar que as soluções para os desafios éticos e sociais associados a essa interconexão são complexas e multifacetadas. O desafio que se apresenta é como implementar uma regulação equilibrada, capaz de estabelecer parâmetros para que os algoritmos sejam usados de forma transparente e não discriminatória, mas ao mesmo tempo mantenha intactos os incentivos ao desenvolvimento tecnológico, necessários ao desenvolvimento e a melhoria da qualidade de vida das pessoas.

Uma abordagem proativa é necessária para enfrentar esses dilemas. A regulamentação e a transparência dos algoritmos podem mitigar o viés e assegurar a justiça na recomendação de conteúdo. A educação digital, por sua vez, desempenha um papel fundamental em capacitar os indivíduos a compreender e questionar o funcionamento dessas tecnologias, permitindo-lhes tomar decisões informadas sobre seu consumo de conteúdo.

No horizonte da revolução algorítmica, é importante manter um equilíbrio entre o poder da personalização e a preservação da diversidade de opiniões. Ao fazer isso, podemos navegar com confiança em um cenário digital que respeite os valores fundamentais da sociedade, promovendo um futuro onde as vantagens superam os desafios, e onde a interação entre algoritmos, inteligência artificial e consumo de conteúdo contribui para uma comunicação ética, informada e verdadeiramente conectada. Em um mundo cada vez mais digital e interconectado, a interação entre algoritmos, inteligência artificial e o consumo de conteúdo tem sido uma força

transformadora que redefine profundamente nossa relação com a informação, a comunicação e a sociedade. A jornada percorrida neste artigo permitiu explorar uma ampla gama de aspectos ligados a essa interconexão, evidenciando os benefícios e os desafios que emergem desse cenário.

A análise apresentada corroborou com as afirmações de Van Dijck (2018), demonstrando como as plataformas digitais, impulsionadas por algoritmos inteligentes, agem como mediadoras primárias da informação na sociedade contemporânea. Nesse cenário, o consumo de conteúdo torna-se altamente personalizado, impulsionando a sensação de pertencimento a uma cultura da informação sob medida.

Os pontos positivos dessa transformação são expressivos. A capacidade dos algoritmos de customizar recomendações de conteúdo e aprimorar a filtragem de informações são aspectos que enriquecem nossa experiência digital. A personalização auxilia na descoberta de novos interesses e no acesso a informações relevantes em um ambiente saturado de dados. Isso, por sua vez, contribui para uma interação mais enriquecedora e eficaz com a vastidão de conteúdo disponível.

Porém, é inegável que esses avanços tecnológicos também trazem desafios éticos e sociais. A imparcialidade dos algoritmos é frequentemente abalada pelo viés algorítmico, levando a resultados discriminatórios (UNESCO, 2021). Além disso, a personalização extrema pode aprisionar os usuários em "bolhas de filtro", limitando a diversidade de perspectivas e a exposição a ideias diferentes (PARISIER, 2009). A manipulação comportamental, muitas vezes sutil, é uma preocupação crescente que afeta a autonomia individual.

A regulamentação e monitoramento do uso de algoritmos e inteligência artificial emergem como desafios complexos. A rápida evolução dessas tecnologias dificulta a formulação de diretrizes rígidas e atualizadas (LEMOS, 2005). No entanto, é nessas dificuldades que também encontramos oportunidades. Oportunidades para moldar um ambiente digital ético, inclusivo e responsável. A transparência e a explicabilidade dos algoritmos são passos essenciais para construir confiança e mitigar os riscos. A colaboração multissetorial e a educação digital são ferramentas cruciais para empoderar os usuários.

A busca por soluções éticas e responsáveis exige uma abordagem holística e abrangente. A diversidade de perspectivas e a consideração das particularidades culturais são cruciais (CASTELLS, 2009). A colaboração entre governos, empresas,

academia e sociedade civil é fundamental para a criação de diretrizes e regulamentações eficazes. A compreensão de que a tecnologia é uma ferramenta moldada por escolhas humanas reforça a necessidade de tomar decisões ponderadas que busquem o bem comum.

Em síntese, a interconexão entre algoritmos, inteligência artificial e consumo de conteúdo é uma revolução que reconfigura a maneira como vivemos, trabalhamos e nos relacionamos. O equilíbrio entre os benefícios e os riscos dessas transformações é um desafio central para a nossa era. A reflexão crítica sobre essas questões e a busca por soluções éticas e responsáveis devem permanecer no centro do debate, visando um futuro digital que seja verdadeiramente humano, justo e inclusivo.

Evidencia-se que uma parcela substancial das considerações éticas não está simplesmente condicionada à arquitetura das tecnologias e seus algoritmos. Em vez disso, emerge da interseção entre esse design e as interações sociais que moldam o uso dos algoritmos. Por conseguinte, a sociedade como um todo deve conceber e implementar estratégias de natureza ética e política para enfrentar ou superar essas questões. A resolução dessa situação transcende meramente o aspecto tecnológico, abarcando decisões e iniciativas de ordem interpessoal, cultural e legal, diretamente associadas à concepção algorítmica e à sua aplicação. A temática da ética dos algoritmos permeia nossa sociedade: no contexto interpessoal, é objeto de discussão na UNESCO ao abordar os letramentos em mídia e informação; no âmbito cultural, se faz presente em documentários como "O dilema das redes" (NETFLIX, 2020) e em reportagens que trazem à tona situações práticas que colocam essa discussão em foco; e sob o prisma legal, a recente promulgação da Lei Geral de Proteção de Dados visa, entre outras metas, salvaguardar os dados pessoais do uso inapropriado dos algoritmos. Em suma, é crucial desencadear um processo de conscientização acerca das escolhas tomadas tanto pelos planejadores e projetistas quanto pelos membros da sociedade em geral que possam ser "fisgados" pelos algoritmos, tornando-se atentos às implicações de suas ativações.

Embora cada contexto cultural e social apresente suas peculiaridades, a colaboração global é essencial para estabelecer diretrizes éticas e políticas públicas eficazes. Governos, empresas, sociedade civil e especialistas devem unir forças para forjar um ambiente digital responsável e inclusivo, onde as inovações tecnológicas possam ser aproveitadas para o bem coletivo.

## REFERÊNCIAS

ALTER, A. **Irresistible: The Rise of Addictive Technology and the Business of Keeping Us Hooked.** Penguin Press, 2017.

CASTELLS, Manoel. **Communication Power.** Oxford University Press. 2009.

FLUSSER, Vilém. **Comunicologia: Reflexões Sobre o Futuro.** Martins Fontes Ed., 2015.

FLUSSER, Vilém. **A história do diabo.** Annablume Editora. 2008.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: Por uma filosofia do design e da comunicação.** Ubu Editora, 2017.

LEMOS, Ronaldo. **Direito, Tecnologia e Cultura.** FGV Editora, 2005. Recuperado de <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2190/Ronaldo%20Lemos-Direito-Tecnologia-e-Cultura.pdf?sequence=1>

LOPES, Tiago Simões Vieira. **Humano Ex Machina: fronteiras entre inteligência artificial e consciência.** Anais da VI Reunião de Antropologia da Ciência e Tecnologia. 2017. Recuperado de <https://ocs.ige.unicamp.br/article/download>

PARISIER, E. **O filtro invisível: O que a internet está escondendo de você.** Zahar, 2012.

UNESCO. **Recomendação sobre a Ética da Inteligência Artificial.** 2021.

VAN DIJCK, José. **The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media.** Oxford University Press, 2013.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; WAAL, Martijn **The Platform Society: Public Values in a Connective World.** Oxford University Press, 2018. (kindle version).



**Capítulo 5**  
**EXPERIMENTAÇÃO SIMULADA DA UTOPIA**  
**POR MEIO DO CORPO EM IMAGEM**  
*Eliane Delamar Roque*

# EXPERIMENTAÇÃO SIMULADA DA UTOPIA POR MEIO DO CORPO EM IMAGEM<sup>3</sup>

***Eliane Delamar Roque***<sup>4</sup>

*No Serviço Social, experiência na garantia e defesa de direitos de crianças e adolescentes; na Educação, experiência com educação infantil e ensino superior; em Artes Visuais, atuação como pintora, desenhista e fotógrafa; em Antropologia e Comunicação, atuação como pesquisadora na área da tanatologia.*

## **RESUMO**

O presente artigo se refere a um estudo de base empírica, que reflete sobre a possibilidade de uma experimentação simulada da utopia, por meio da arte, quando esta promove a presença de corpos estigmatizados, performando em lugares interditos socialmente ou comumente improváveis. Isto, como forma de impulsionar um modelo ideal de sociedade, ao viabilizar uma experiência sensível capaz de descontinuar o real que segrega e exclui, produzindo um novo imaginário. Para que este novo imaginário, espera-se, possa produzir um novo real. Como elemento articulador desta análise, utilizamos a polêmica envolvendo a atriz Adele James no papel de Cleópatra, série documental da plataforma de streaming Netflix. Como metodologia, analisamos as imagens das atrizes que interpretaram Cleópatra no cinema nos últimos anos e os argumentos utilizados por historiadores em sites especializados para refletir sobre a polêmica na época da estreia. Listamos os argumentos mais comuns usados pelos historiadores para defender suas opiniões sobre a série. Concluiu-se que a arte pode ser um instrumento de transformação social quando viabiliza uma experiência estética capaz de afetar as audiências, por meio do deslocamento de relações sociais, para uma experimentação simulada da utopia que, no caso deste artigo, se refere a um mundo ideal sem discriminação racial e étnica.

**Palavras-chave:** estética; políticas do corpo; imagem; comunicação.

## **ABSTRACT**

This article refers to an empirically study, which reflects on the possibility of a simulated experimentation of utopia, through art, when

---

<sup>3</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa – Estéticas, Políticas do Corpo e Interseccionalidades do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023

<sup>4</sup> Doutoranda do Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia-Poscom/ UFBA – Aluna Pesquisadora da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia – Fapesb.

E-mail: [elianeroque@ufba.br](mailto:elianeroque@ufba.br)

it promotes the presence of stigmatized bodies, performing in socially prohibited or unusual places. This, as a way of promoting an ideal model of society, by enabling a sensitive experience capable of breaking down the real that segregates and excludes, producing a new imaginary. So that this new imaginary, it is hoped, can produce a new real. As an organizing element of this analysis, we use the controversy involving actress Adele James in the role of Cleopatra, a documentary series on the Netflix streaming platform. As a methodology, we analyzed the images of the actresses who played Cleopatra in cinema in recent years and the arguments used by historians on specialized websites to reflect on the controversy at the time of its release. We list the most common arguments used by historians to defend their opinions about the series. It was concluded that art can be an instrument of social transformation when it enables an aesthetic experience that can affect audiences, through the displacement of social relations, towards a simulated experimentation of utopia which, in the case of this article, refers to a world ideal without racial and ethnic discrimination.

**Keywords:** aesthetics; body politics; image; communication.

## 1. Introdução

Este artigo se refere a um estudo de base empírica sobre a utilização da imagem como um instrumento de propulsão de um ideal de sociedade ao viabilizar a presença de corpos estigmatizados em cenários, comumente, improváveis. O argumento defende a importância do rompimento com a reprodução do real por meio de uma experimentação simulada da utopia, quando este real ainda se estabelece como um lugar de segregação e desigualdade social. Esta seria uma estratégia para pactuar com um modelo ideal de sociedade arquitetado por leis e normas sociais estabelecidas. Ou seja, privilegiando a presença de corpos estigmatizados em práticas de comunicação visual para que a sociedade possa experienciar, na forma de um sonho plausível, como seria o mundo imagético que nos comunica se não houvesse o racismo e o machismo estrutural; a homofobia; a transfobia; o capacitismo e tantos outros preconceitos que têm o corpo como alvo primeiro de ataque e repulsão.

## 2. O corpo em imagem como instrumento de narrativa

Esta reflexão toma como ponto de partida uma das vezes em que a ausência de um desses corpos foi sentida pela pesquisadora, quando (2015) ao produzir um

material didático surgiu a dificuldade em encontrar, no banco de imagens disponibilizado pela faculdade para professores-autores, pessoas de pele preta e parda em performance capaz de ilustrar uma ‘Família Feliz’. Todas as palavras-chave: família feliz, pessoas felizes, pessoas alegres, retornavam como resultado de busca apenas imagens de corpos brancos. Na oportunidade, dois bancos de imagens, do tipo pago, foram utilizados e, apesar das buscas, as pessoas negras não eram associadas às palavras-chave referidas. Uma nova busca, dessa vez pelas características corporais, foi estabelecida a partir das palavras-chave: pessoas negras, família negra, e o resultado retornou pessoas de pele preta e parda em situação de mendicância, pobreza ou sofrimento. Ou seja, nada que pudesse representar uma ‘Família Feliz’. Ao final, a fotografia pretendida foi conseguida a partir de uma palavra-chave completamente aleatória: plano de saúde.

Esta experiência vivida no contexto de uma faculdade privada no estado de Santa Catarina, acionou um alerta sobre como a segregação de certos corpos pode ser reforçada, por meio de suas ausências, em lugares, nos quais, suas presenças poderiam legitimar discursos sociais promotores da igualdade impulsionando um novo imaginário. Essa memória foi revisitada no contato com o texto de Rancière (2019:21), mais especificamente, quando o autor trata de uma performance artística apresentada em 2011, na Bienal de Veneza. A obra de Yaël Bartana (artista israelense) intitulada *And Europe Will Be Stunned* [E a Europa Será Surpreendida], é uma instalação com três filmes projetados simultaneamente em três ecrãs, que mostram “três episódios de uma mesma narrativa ficcional: o regresso dos judeus à Polônia.”

Yaël Bartana, afirmou em entrevista no *Louisiana Museum of Modern Art* em 2011<sup>5</sup>, que queria imaginar o renascimento Judeu na Polônia como uma forma de pensar o futuro, mas também de acordar os fantasmas da história provocando um novo discurso. Também era uma reflexão sobre as possibilidades e impossibilidades de viverem todos juntos. Uma provocação de emoções pessoais diante de uma utopia e, ao mesmo tempo, de um grande espelho que reflete duas realidades europeias: a xenofobia e o conflito político com o Oriente Médio.

O caráter político da instalação foi reconhecido por Rancière (2019), exatamente, quando esta faz uma interferência na referência que separa realidade e ficção, ao contar uma história inverossímil, ao mesmo tempo, composta por elementos

---

<sup>5</sup> Copyright: *Louisiana Channel, Louisiana Museum of Modern Art*, 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bO9IHA7K4IU>



do real. Interessou-nos, portanto, essa possibilidade de criar, “a partir de elementos materiais e simbólicos variados” uma forma de “experiência sensível partilhada” que constrói uma estética política capaz de romper, de forma ‘explosiva’, com modelos imagéticos estabelecidos, por oferecer como suporte da narrativa uma imagem não imaginada. No caso deste artigo, ligada ao corpo e sua presença em espaços de tensão com o real.

### **3. A dialética inquieta em busca de um novo imaginário**

Para a reflexão neste artigo, estabelecemos a articulação de dois elementos importantes: política e estética que se integram para estabelecer um debate que busca liberar, por meio da tensão entre ficção e realidade, questões reprimidas no imaginário porque estão ligadas as coisas naturalizadas (romantizadas), tais como, corpos negros em performance de subserviência e/ou sujeição; ou não autorizadas, tais como, corpos negros em performance de poder protagonizando e narrando a história do mundo. Isto considerando, é claro, que o corpo negro foi estigmatizado pelas “teorias raciais” que se constituem como “produções do Ocidente e que justificaram o imperialismo e o colonialismo.” Servindo, posteriormente, “a outros fins como o holocausto judeu na Alemanha nazista, a segregação racial nos EUA e o Apartheid na África do Sul” (Sagredo, 2017:28).

Portanto, estamos tratando de um corpo sobre o qual foi projetado um conhecimento que inventou não só Oriente e os orientais, como também, estabeleceu assimetrias que determinaram lugares para ele. Isto se refletiu na assimilação de valores culturais, nos moldes descritos por Fanon<sup>6</sup> (2008), mas também em ausências inquestionadas, como aquelas percebidas nas narrativas históricas estabelecidas a partir de imagens. Se considerarmos que:

toda narrativa histórica é uma aproximação hipotética de acontecimentos que o autor não viveu – o papel escrito, embora pareça neutro, é quase sempre parcial e, como as tradições que a memória coletiva guarda e adultera, também mente, dissimula, cala e ilude, além de ser lido de modo distinto de geração em geração – ,

---

<sup>6</sup> Frantz Fanon em “Pele Negra, Máscaras Brancas”. No livro Fanon faz uma crítica a negação do racismo na França e em grande parte do mundo moderno. Ressalta “que racismo e colonialismo deveriam ser entendidos como modos socialmente gerados de ver o mundo e viver nele”; e que “colonização requer mais do que a subordinação material de um povo. Ela também fornece os meios pelos quais as pessoas são capazes de se expressarem e se entenderem.” (Prefácio de Lewis R. Gordon, p-14 e 15).

esse relativismo se acrescenta, ao tratar-se da África, pois os menos obscuros dos testemunhos de sua antiguidade são os objetos e as imagens de cerâmica, bronze, latão, madeira ou pedra, a indicarem o alto nível de mestria técnica e a agudeza de sensibilidade e inteligência que lhes deu origem (Silva *apud* Sagredo. 2017: 34 e 35).

Didi-Huberman (2019:4 - 7) afirma que: “A separação acadêmica entre as «artes do tempo» e as «artes do espaço» (das quais procederiam as imagens pictóricas, esculturais ou fotográficas) é uma simplificação ingénuo, perigosa até.” Para ele, “ver muda perpetuamente a natureza do que é visto como a constituição daquele vê.” Neste sentido, a legitimidade de uma narrativa histórica pode ser sustentada pelas imagens que são, reiteradamente, apresentadas como apêndices iconográficos de um texto e monumentos imóveis, passíveis de interpretação e controle. Não significa, porém, que a narrativa esteja acabada, considerando, que as imagens estão em movimento orquestrado pelo espaço e o tempo, e por novas descobertas e imprevisibilidades.

E é, na tentativa de observar as imagens sem comprometer sua liberdade de movimento, por via daquilo que Didi-Huberman (2019:8 e 10) chamou de “uma dialéctica inquieta, infinita, inacabada, irreconciliada”, que defendemos que a arte pode promover, por meio da presença de outros corpos na cena, um “confronto insurreccional” resultado da tensão criada entre o corpo imaginado (que se espera) e o corpo visível (que aparece). Os novos protagonistas que insurgem deste confronto fazem a mesma coisa, contam a mesma história, que não é mais a mesma porque manifesta visualmente o dissenso, realiza o contraditório; transgride limites; retira corpos dos lugares nos quais estavam confinados; possibilita um novo olhar testemunhal. Neste contexto, o corpo é o terreno político que se integra com a arte para fabricar o mesmo mundo, só que próprio.

#### **4. O elemento articulador: Cleópatra**

Como objeto para composição da análise foi estabelecida a polémica envolvendo a personagem histórica Cleópatra, que durante muitas décadas foi representada por atrizes brancas - sendo Elizabeth Taylor uma das mais icônicas - e, recentemente (maio de 2023), na série documental da Netflix, foi representada por Adele James, uma atriz negra. A série causou protestos no Egito, sendo que, um advogado entrou com uma ação contra plataforma Netflix acusando-a de tentar

“apagar a identidade egípcia” por meio da violação das leis de mídia. A série também foi motivo de embate entre historiadores de várias partes do mundo, que parecem não ser unânimes em afirmar sobre a possibilidade ou não de Cleópatra ter sido uma pessoa de pele negra. E pareceu importante, para muitas destas pessoas, que ela fosse representada com uma pessoa branca.

## 4.1. Metodologia

### 4.1.1. Coleta de dados

Como método de coleta estabelecemos dois momentos: um com pranchas de imagens das ‘Cleópatras’ que nos foram apresentadas na história do cinema nos últimos anos; e outro com os principais argumentos que os historiadores usaram em sites especializados, para concordar ou discordar da possibilidade ou não de uma Cleópatra de pele negra. Foram reunidas 21 imagens de Cleópatra no cinema de 1899 a 2023. A amostra foi estabelecida a partir de busca por imagens com as palavras-chave: ‘Cleópatra no cinema’, nos buscadores da Google e da Microsoft. Não foram consideradas na amostra as atrizes que interpretaram Cleópatra no teatro. Foram analisadas as imagens de divulgação dos seguintes filmes (ver figura 1):

'CLEÓPATRA NO CINEMA'
Jeanne d'Alcy como Cleópatra, em "A Tumba de Cleópatra" (1899);
Florence Lawrence em "Antony and Cleópatra" (1908);
Madeline Roch em "Cléopâtre" (1910);
Helen Gardner em "Cleópatra" (1912);
Lyda Borelli em "Cleópatra" (1916);
Theda Bara como "Cleópatra" (1917);
Ethel Teare em "Anthony and Cleópatra" (1924).
Claudette Colbert em "Cleópatra" (1934);
Samira Kamal Hassan em "Cleópatra" (1943);
Vivien Leigh em "César e Cleópatra" (1945);
Claudette Colbert em "Cleópatra" (1953);
Sophia Loren em "Duas Noites com Cleópatra" (1954);
Linda Cristal em "Legiões do Nilo" (1959);
Elizabeth Taylor em Cleópatra" (1963);
"Asterix e Cleópatra", animação belga-francesa (1968);
"Cleópatra", animação japonesa (1970);
Hildegarde Neil "À sombra das Pirâmides" (1972);
Leonor Varella em "Cleópatra" (1999).
Monica Bellucci em "Asterix e Obelix" (2002);
Alessandra Negrini em "Cleópatra" (2007);
Adele James em "Queen Cleópatra" (2023);

Figura 1 - Tabela nossa

Foram pesquisados em sites especializados em Egiptologia e História argumentos que defendiam uma Cleópatra de pele: branca; negra; talvez branca, talvez negra. Os textos foram lidos e compilados resultando em uma tabela (figura 2) com os argumentos mais utilizados. Como havia uma diversidade muito grande de argumentos, optamos por priorizar aqueles oriundos de historiadores - egiptólogos ou não - e veiculados em meses próximos a estreia do documentário da Netflix, em 10 de maio de 2023. As opiniões de pessoas leigas, interessadas no assunto, não foram consideradas nesta amostra, apesar de termos tido ciência delas.

ARGUMENTOS ENCONTRADOS NA DEFESA DE UMA CLEOPATRA DE PELE:		
BRANCA	TALVEZ BRANCA, TALVEZ NEGRA	NEGRA
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teorias raciais do século XIX (Perspectiva monocromática), que fundiram Biologia (craniometria) e História e afirmam que o nordeste africano foi povoado em sua pré-história por grupos caucasianos;</li> <li>2. Teoria de que os negros, apesar de existirem em grande número no Egito, tinham posição social inferior e, portanto, não poderiam ser reis e rainhas;</li> <li>3. A inexistência de traços negroides nas esculturas e moedas que tem o rosto de Cleópatra;</li> <li>4. Prática de "blackwashing" uma "whitewashing" invertida;</li> <li>5. As origens macedônia e grega de Cleópatra, portanto, branca;</li> <li>6. O fato de que os faraós negros do império foram representados com a pele negra, cabelo crespo e lábios grossos e eram originários do sul do Egito e norte do Sudão;</li> <li>7. Teoria de que os habitantes da África pertencem a três raças, uma delas seria a antiga população do Egito: os "brancos de pele escura."</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. O fato de que as categorias raciais: branco e negro não eram operadas pelos egípcios na Antiguidade;</li> <li>2. Um grupo étnico não é um dado biológico. A condição ontológica de um grupo étnico depende das relações étnicas. Havia gente negra que nasceu na Grécia e na Itália;</li> <li>3. Os contatos com grupos do Mediterrâneo e da Mesopotâmia foram decisivos para as fronteiras étnicas no Egito Antigo possibilitando miscigenações. A família de Cleópatra já estava no Egito havia mais de dois séculos quando ela nasceu. Era tempo suficiente para que alguma miscigenação tivesse ocorrido;</li> <li>4. Lacunas históricas que impedem que saibamos como muitos Egípcios se viam e/ou como viam os grupos subalternos e/ou dominantes, vizinhos ou estrangeiros;</li> <li>5. Não há dado biológico que seja suficiente para validar uma raça essencialmente pura e/ou proveniente de etnicidade imutável.</li> <li>6. As identidades da mãe e da avó da rainha, não estão bem estabelecidas historicamente e, portanto, elas podem ter sido mulheres egípcias ou mesmo de outras partes da África;</li> <li>7. O padrão artísticos das representações ptolomaicas de faraós e rainhas impedem que se tenha aspectos fisionômicos precisos na maioria das obras de arte. Diante disto, bustos creditados a Cleópatra podem não ser a representação dela de fato.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desafrikanização do Egito, também por meio das teorias raciais produzidas pelo Ocidente e que justificaram o imperialismo e o colonialismo;</li> <li>2. Com base na paleoantropologia e na tese das migrações dos primeiros grupos humanos para fora da África, pode-se dizer que os antigos egípcios tinham origens africanas;</li> <li>3. A retirada do Egito Antigo, de seu contexto africano geograficamente e antropológicamente. A africanização do Egito Antigo teve os seus arautos no final do século XIX;</li> <li>4. O conhecimento histórico-político sobre o Egito, foi objeto passível de análise feita e pensada a partir do mundo ocidental.</li> <li>5. A frase de Heródoto em seu livro: História, quando trata do rio Nilo e suas grandes enchentes: (...) A terceira provém do fato de ser o calor ali tão intenso que torna os homens negros;</li> <li>6. Os traços da Esfinge de Gizé do tipo africano ou negro, com narinas expandidas;</li> <li>7. Modo de classificação criado com base em pesquisas antropológicas que apresentam dados divergentes com relação a medidas osteológicas e nasais, o que produz uma natureza arbitrária dos critérios utilizados para definir as raças egípcia.</li> </ol>

Figura 2 - tabela nossa

#### 4.1.2. Análise dos dados

Como método de análise estabelecemos, entre as imagens, os padrões estéticos comuns utilizados para composição da personagem, tais como: maquiagem, performance e indumentária. Uma vez elencados estes padrões, buscamos identificá-los nos discursos dos teóricos que opinaram sobre a produção da Netflix para entender se houve, na composição de Adele James algo, além da cor de sua pele,

que justifique a acusação de manipulação histórica por parte da criadora Jada Smith. E para verificar a validade de nossa hipótese, a de que o corpo de Adele James foi dotado de potência política por ser um corpo negro protagonizando a narrativa de um corpo (supostamente) branco e, sendo por isso, capaz de romper padrões estéticos de um imaginário global. O que convida os espectadores a um novo olhar sobre a História do Mundo.

## 5. Os atributos de Cleópatra

Cleópatra é uma personagem histórica reiteradas vezes representada como uma mulher com atributos físicos capazes de atrair a atenção dos homens, provavelmente, isto decorre do fato de ela ter conseguido envolver, afetivamente, dois grandes líderes do Egito Antigo: Júlio César e Marco Antônio. A erotização de Cleópatra parece ser uma faceta bastante explorada nos filmes a respeito dela e se reflete nas imagens de nossa amostra, onde as atrizes posam para a câmera com sensualidade e munidas de uma indumentária que favorece esta performance. Até os desenhos que aparecem na amostra apresentam o corpo da personagem super erotizado. Sabe-se que a Rainha também era uma intelectual, estrategista que por duas décadas lutou para manter a independência do Egito e que, segundo o historiador Stanley Burstein (2004:63), até recentemente, no entanto, raramente era tratada pelos historiadores como uma personagem histórica com políticas e objetivos coerentes e potencialmente alcançáveis.

Observa-se que o figurino está adaptado à época da narrativa, mas também reflete a época em que foram filmadas as cenas, sendo que, parecem trazer elementos da cultura onde o filme foi produzido. O que queremos dizer é que, de alguma forma, é possível, por exemplo, ver a França na imagem de Jeanne d'Alcy, a *Belle Époque*<sup>7</sup> do luxo com tecidos leves e rendas a vestir Cleópatra; um pouco da Itália no adorno de cabeça de Lyda Borelli; e mesmo atriz egípcia Samira Kamal traz em seu figurino traços da cultura árabe que só chegou ao Egito no século 7. A atriz Elizabeth Taylor aparece, no contexto desta pesquisa, como a imagem mais icônica

---

<sup>7</sup> Do Francês: Bela Époque. Período histórico em que França e Alemanha assinam o Tratado de Frankfurt que resulta em um período de paz e desenvolvimento das duas potências e que culminou na modernização de Paris por meio de avanços científicos e tecnológicos. A França se tornou uma potência global de influência nas culturas, nas ciências e nas artes.

de Cleópatra, sendo sua representação legitimada até pelo egiptólogo Zahi Hawass que foi secretário-geral do Conselho Supremo de Antiguidades do Egito e alegou que via, nos olhos de Liz Taylor, o charme da ‘carismática Rainha’<sup>8</sup>. Porém, mesmo a Cleópatra de Elizabeth estava envolta em um luxo hollywoodiano que, segundo contam, quase faliu a *20th Century Fox*<sup>9</sup>.

Dito isto, percebe-se que mesmo uma produção cinematográfica que toma como base uma narrativa histórica, tem elementos culturais contemporâneos que se espraiam a partir da técnica. É desta forma que o cinema conta histórias do mundo, ao mesmo tempo em que, determina a percepção sobre elas. Se considerarmos Benjamin (2015:43 e 44) quando diz que “a reprodução técnica mostra-se mais autônoma em relação ao original do que a manual.” Porque pode revelar aspectos do original que só serão visíveis por meio de recursos mais precisos que o olho humano, como a lente da câmera, por exemplo. Da mesma forma, uma produção cinematográfica pode ser mais precisa na hora de reproduzir um fato histórico porque agrega em torno do seu argumento toda as informações que escapam a narrativa convencional e que foi sacramentada como verdade, protegida com uma espécie de “aura”, porque se refere aquilo que atrofia na memória coletiva ainda que a Arqueologia, a Antropologia e a própria História apareçam com novos indícios.

Nota-se que mesmo os atributos de Cleópatra mudaram ao longo do tempo. A Rainha, hoje reconhecida como uma figura nacional do Egito moderno, símbolo de beleza e inteligência. No Antigo Egito, foi tornada famosa por meio de seus inimigos. “A imagem romana de Cleópatra originou-se na virulenta campanha de propaganda que Otaviano montou contra ela como parte de sua preparação para a guerra contra Antônio<sup>10</sup>” (Burstein, 2004:65). A percepção sobre a Rainha também foi afetada por outras questões mais contemporâneas, como a emancipação feminina, que possibilita ler heroínas da história sem a lente distorcida do machismo estrutural, a que estavam severamente submetidas. E isto nos remete novamente a Benjamin (2015:46), quando afirma que “Ao longo de grandes períodos históricos modifica-se, com a totalidade do modo de existir da coletividade humana, também o modo de sua percepção”. Sendo esta percepção também historicamente determinada.

---

<sup>8</sup> Balthazar, Gregory da Silva. **Plutarco e a Ocidentalização de Cleópatra** v. 3, n. 2 (2010): NEARCO 2010-2. P. 05

<sup>9</sup> Estúdio de cinema americano.

<sup>10</sup> Tradução nossa para: “*The Roman image of Cleópatra originated in the virulent propaganda campaign Octavian mounted against her as part of his preparation for his war against Antony.*”



## 6. Os Olhos da História veriam uma Cleópatra Negra?

Dr. Mustafa Waziri, secretário-geral do Conselho Supremo de Antiguidades do Egito é mencionado, em 27 de abril, em postagem publicada na página do Facebook do Ministério do Turismo e Antiguidades, referindo-se a atriz Adele James:

A propósito da série de documentários que a plataforma “Netflix” anunciou para o próximo período, destacando-se a exibição do filme “Rainha Cleópatra” no próximo dia 10 de Maio, em que a sua heroína, que interpreta o papel da Rainha “Cleópatra VII”, aparece com traços africanos e pele escura, confirmou o Dr. Mostafa Waziri, secretário-geral do Conselho Supremo de Antiguidades, que o aparecimento da heroína neste corpo é uma falsificação da história egípcia e uma falácia histórica flagrante, especialmente porque o filme é classificado como documentário e não uma obra dramática; que exige que os responsáveis por sua produção investiguem a precisão e se baseiem em fatos históricos e científicos para garantir que a história e as civilizações não sejam falsificadas. Acrescentou que é necessário recorrer a especialistas em arqueologia e antropologia na realização destes tipos de documentários e filmes históricos, que ficarão como testemunho das civilizações e da história das nações, lembrando que existem muitas antiguidades da Rainha Cleópatra, incluindo estátuas e representações em moedas que confirmam a forma e as verdadeiras características dela. Todas as quais mostram as características helenísticas (gregas) da rainha Cleópatra em termos de pele clara, nariz alongado e lábios finos.<sup>11</sup>

Muitas questões trazidas por esta autoridade egípcia a respeito da possibilidade ou não de uma Cleópatra negra são repetidas ou refutadas por estudiosos e elencadas na tabela disponibilizada neste artigo (figura 2). É interessante notar que os argumentos que defendem tanto uma Cleópatra negra quanto branca se baseiam em teorias raciais, algumas inauguradas no século XIX, ou seja, aproximadamente, dois mil anos depois do nascimento e vida da Rainha. Um dado interessante trazido pelo Secretário é o fato de que as características do corpo de Cleópatra são buscadas em objetos de arte com traços, mas sem cor. O que muito teóricos repetiram, ao argumentar sobre isto, é que o padrão artístico das representações ptolomaicas de

<sup>11</sup> Tradução nossa para: “منتصه أعلنت التي الوثائقية الأفلام سلسلة إلى بالإشارة: “ وبشرة أفريقية بملامح ”السابعة كليوباترا” الملكة بدور تقوم التي بطلته فيه تظهر حيث، القادم مايو شهر من يوم ”كليوباترا الملكة” لفيلم عرضًا تاريخية ومغالطة المصري للتاريخ تزييفا يعد الهيئة بهذه البطله ظهور أن للآثار الأعلى للمجلس العام الأمين وزيرى مصطفى. د أكد، اللون سمراء إلى والاستناد الدقة تحري ضرورة صناعته على القائمين على يتعين الذي الأمر، درامي عمل وليس وثائقي كفيلم مصنف الفيلم أن لاسيما صارخة الآثار علم متخصصي إلى الرجوع يجب كان أنه وأضاف الشعوب وحضارات تاريخ تزييف عدم يضمن بما والعلمية التاريخية الحقائق أن إلى لافتا، الأمم وتاريخ حضارات على شاهدة تظل سوف والتي والتاريخية الوثائقية الأفلام من النوعية هذه مثل صناعة عند والانثروبولوجيا جميعها والتي، لها الحقيقية والملاح الشكل تؤكد التي المعدنية العملات على وتصوير تماثيل من كليوباترا بالملكة الخاصة الآثار من العديد هناك ”الرفيقة والشفاه المسحوب والأنف اللون فاتحة البشرة حيث من كليوباترا للملكة (اليونانية ) الهلينستية الملامح تظهر Disponível em: <https://www.facebook.com/tourismandantiq/posts/605258044969079/>

faraós e rainhas impedem que se tenha aspectos fisionômicos precisos na maioria das obras de arte. Diante disto, bustos creditados a Cleópatra poderiam não ser a representação dela de fato. Ao mesmo tempo, estas obras (figura 3) têm sido usadas para confrontar o corpo da atriz Adele James como forma de provar a materialidade da branquitude de Cleópatra. Uma espécie de 'craniometria<sup>12</sup> virtual moderna' que se presta a garantir a pele branca, ou não negra, da Rainha como se isso definisse sua etnia.

Fonte – Imagens de Domínio Público disponíveis no Wikipedia Cleópatra

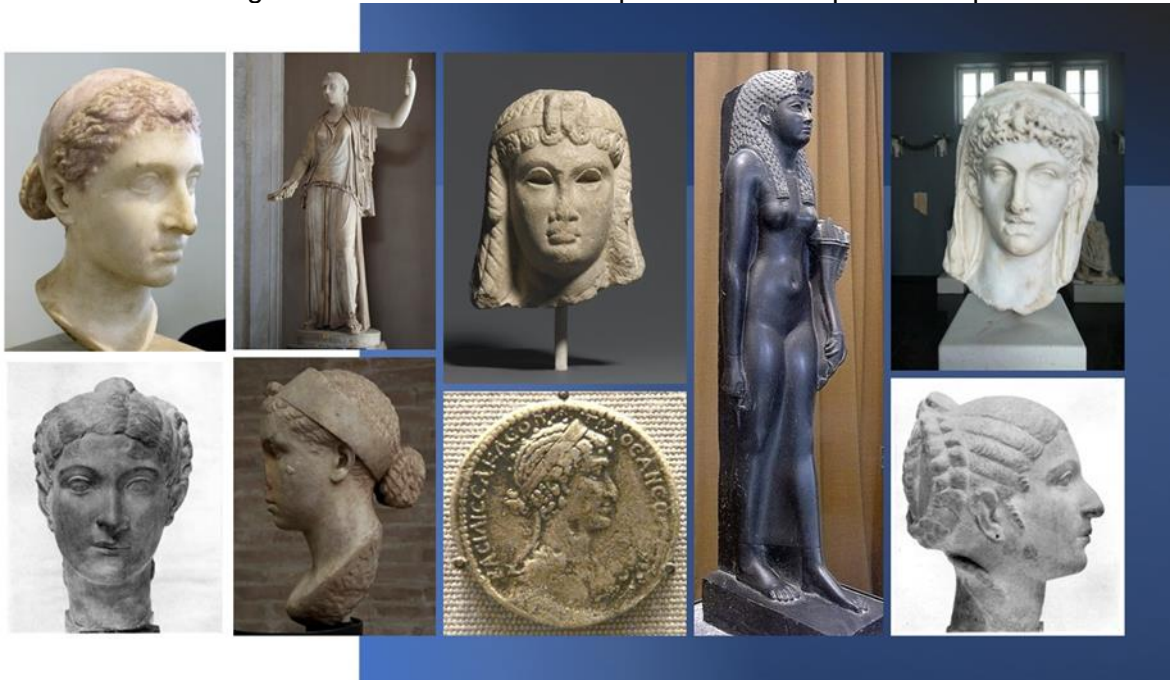


Figura 3 – Da esquerda para a direita: 1 - Busto de mármore de Cleópatra VII do Egito, 40-30; 2 - Cleópatra VII, mármore, Museus Vaticanos, Museu Pio-Clementino, Sala da Cruz Grega 2; 3 - Retrato egípcio de uma rainha ptolomaica, possivelmente Cleópatra, c. 51–30 AC, localizado no Museu do Brooklyn; 4 - uma estátua egípcia de Arsínoe II ou de Cleópatra como uma deusa egípcia em basalto preto da primeira metade do século I a.C.,[397] localizada no Museu Hermitage, em São Petersburgo; 5 - Um antigo busto romano de Cleópatra VII do Egito ptolomaico do Museu Arqueológico de Cherchell, Argélia; 6 - Uma antiga escultura romana de cabeça (50–30 a.C.), atualmente no Museu Britânico de Londres, retratando uma mulher do Egito ptolomaico; a rainha ou um membro de sua comitiva durante sua visita de 46 a 44 a.C. a Roma com seu amante Júlio César [417]; 7 - Uma antiga escultura romana de cabeça, (50–

<sup>12</sup> “Com base na antropometria, surgiu a craniometria ou craniologia, estudo específico das dimensões do crânio e do cérebro. Assim como a antropometria era usada para distinguir as "raças" com base na variação física, a craniologia fazia o mesmo com base no formato do crânio. Pelo fato das pessoas terem diferentes tamanhos de cabeça, isso foi considerado um pressuposto biológico natural, ou seja, raças diferentes, teriam dimensões cranianas diferentes, mas similares entre os indivíduos da sua raça” (...) “No entanto, além do formato da cabeça, analisava-se também a capacidade craniana, alegando-se que o "cérebro" dos pardos, negros e amarelos era menor do que dos brancos, e mesmo entre indivíduos brancos, haveria variações, sendo estes resultados da miscigenação com raças inferiores.” VILAR, Leandro. *O racismo científico: da teoria à prática*. 2015, p.12. Disponível em: <https://seguindopassoshistoria.blogspot.com/2015/07/o-racismo-cientifico-da-teoria-pratica.html>



30 a.C.), atualmente no Museu Britânico de Londres, retratando uma mulher do Egito ptolemaico; a rainha ou um membro de sua comitiva durante sua visita de 46 a 44 a.C. a Roma com seu amante Júlio César[417]; 8 - um tetradracma de prata de Cleópatra cunhado em Selêucia Piéria, Síria; 9 – Imagem 6 de perfil.

Se “os olhos da história não veem tudo” como afirmou Didi-Huberman (2019: 16), ao considerar que “o arquivo visual dos tempos passados – e mesmo presentes – revela-se extraordinariamente frágil ou fugaz”. No contexto em que se fabricam muitas imagens, ao mesmo tempo em que se destroem outras, a imagem de um corpo negro dando vida a uma importante Rainha Egípcia teria sobrevivido as teorias raciais eugenistas do século XIX? O argumento de que havia negros no Egito, mas que ocupavam funções de vassallos e escravos também foi utilizado para defender a cor branca de Cleópatra e esse é um ponto importante porque trata da essência do que queremos tratar aqui: a experiência de ver uma mulher, com seu corpo negro, dando vida a uma rainha que existiu.

No documentário da Netflix *Adele performa*, narrada por historiadores, uma Cleópatra forte, inteligente, estrategista, implacável nos moldes dos soberanos da Antiguidade descritos nos livros de história. Os traços de Adele não são completamente diferentes daqueles representados em muitas obras de arte atribuídas a imagem que se fazia de Cleópatra. Percebe-se que o ‘choque’ é produzido mesmo pela cor da sua pele. Uma ‘extravagância’ na representação imagética de uma personagem histórica, até então, encenada por mulheres brancas. Acreditamos que essa “descontinuidade” da imagem de Cleópatra, poderia contribuir com a ruptura de modelos socialmente estabelecidos, neste caso específico, relacionados a figuras de poder, a ponto de tornar-se um imaginário habitual ver pessoas negras em performance de autoridade e soberania. A experiência com esta nova estética, proposta pelo documentário, parece ter afetado de maneiras diferentes as pessoas.

Rancière (2019:103p) percebe a estética como uma “experiência sensível” como algo que é “relativo à capacidade de construir e pôr à prova esta ou aquela forma.” Refletindo, a partir do autor, entendemos que corpos ausentes ou com performances reinventadas podem ter um efeito político quanto produzem uma estética conflitual. E a comoção que o protagonismo da Cleópatra Negra causou, principalmente, mas não só, entre as autoridades egípcias, revela o poder disto que chamamos aqui de experimentação simulada da utopia por meio do corpo em imagem. E por utopia, entendemos não só a igualdade racial, mas a honestidade com as lacunas da história,

que não podem ser preenchidas com discursos colonialistas, sob o argumento de defesa de características físicas como se estas fossem traços étnicos.

Cleópatra pode ter sido branca, mas pode não ter sido, alguns historiadores falam de uma Rainha 'branca de pele escura', mas supondo-se que ela fosse branca, seria um problema para as pessoas brancas se verem representadas por uma pessoa negra em uma obra que tenta dar vida a uma história? Não foi precisamente a isto que foram submetidas, durante séculos, as pessoas negras em uma espécie de ventriloquismo cultural? O argumento de alguns historiadores é de que os soberanos negros eram representados por esfinges de cor escura, por isso, Cleópatra, se fosse negra, seria representada desta forma. A dúvida é se ela fosse negra ainda seria uma figura nacional? Teria sua história contada em peças de teatro, filmes, desenhos? Sua iconografia teria resistido ao racismo estrutural que afeta, em diferentes níveis, o mundo, invisibilizando e apagando da história milhares de personalidades relevantes?

Didi-Huberman (2019:18 e 19) afirma que :

“O enquadramento, a desfocagem, o contraste, a sequência, a orientação e, em geral, todas as características intrínsecas de uma imagem ensinam-nos assim que fazer uma imagem é, fundamentalmente, fazer um gesto que transforma o tempo. Talvez não seja «agir» directamente, no sentido da acção ou do activismo políticos. Mas, ainda assim, é agir na história e sobre a história, da mais modesta ou mais brilhante das maneiras.”

A série da Netflix está perfeitamente alinhada a narrativa que os historiadores, que tivemos acesso, têm sobre Cleópatra. A imagem da Soberana sob a pele negra é o que parece tirar a legitimidade da obra para alguns deles e, para muitas pessoas que, inclusive, empreenderam ataques racistas a atriz Adele em suas redes sociais. Sabe-se que sempre existiram reis e rainhas de pele negra, mas a personificação disso em uma narrativa sobre uma figura nacional egípcia parece ter feito mais do que promover uma experiência estética perfeitamente plausível. Significa dizer que, a estética da qual tratamos aqui, se refere aquela proposta por Rancière (2019:103p) quando diz que:

“Com efeito, estética não significa em primeiro lugar o que é relativo à arte ou à beleza. Antes significa o que diz respeito à experiência sensível; o que é relativo à capacidade de construir e pôr à prova esta ou aquela forma desta experiência ligando percepções e dando-lhes um sentido. A política, nesse sentido, foi sempre uma questão estética.”

A Cleópatra negra ousa reinventar a história. Ao mesmo tempo, a rejeição, em 2021, à atriz Gal Gadot para o mesmo papel, aparentemente, por ser branca e Israelense ou de um país que tinha relações complicadas com o Egito, parece acenar para o fato de que as imagens que nos falam por meio do cinema documental, fazem mais do que permanecer testemunhas da história, elas investem contra o espaço simbólico que se constrói em torno de narrativas estratificadas e tornadas fato pelos narradores considerados legítimos. No caso de Cleópatra, narrativas estas, envoltas em questões de racismo estrutural.

## **7. Considerações Finais**

Concluí-se que, para além da discussão estabelecida pelos historiadores, um corpo negro a narrar Cléopatra em uma série documental e, portanto, muito mais comprometida em reproduzir fragmentos históricos do real do que performar uma ficção, possibilitou a percepção da existência de uma contranarrativa histórica em que corpos comumente narrados como subalternos podiam ser vistos em performance de poder. A produção de uma Cleópatra negra, compreendida por muitos como uma licença poética para recriar a História, aparenta mais ser um experimento que estiliza o real, ao interpretá-lo como ficção, em um contexto de verdade. Considerando que, o real é produto de processos ideológicos que fabricam imagens tornando-as fatos naturais, uma produção ficcional da realidade - chamada aqui de simulação - pode revelar as estruturas que permanecem atreladas aquelas ideologias que pretendemos desafiar. Esse é um dos instantes em que a arte produz uma interpretação subjetiva da realidade por meio do mundo sensível.

Para Rancière (2019:284p), “O desafio que é comum às performances artísticas e às políticas não é o de revelar as relações sociais, mas o de deslocá-las enquanto são condensadas.” A experiência estética que tensionou o corpo de Cléopatra no imaginário popular, produziu uma fricção capaz de inundar a web com textos, vídeos, fotos, desenhos, que se propunham a desvelar a verdade. A verdade encontrada, porém, por meio deste “choque visual”, parece ter sido o fato de que, deslocar as pessoas por meio de mundos simulados para o lugar da utopia onde muitas afirmam querer estar, parece revelar as estruturas que nos mantem, ainda, muito longe desta Sociedade Ideal.

## 8. Referências

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica** / Walter Benjamin; organização e apresentação Márcio Seligmann-Silva; tradução Gabriel Valladão Silva. – 1. ed. – Porto Alegre, RS: L&PM, 2015.

BURSTEIN, Stanley M. **The reign of Cleopatra**. GREENWOOD PRESS, London, 2004.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Livres olhos da história**. (ymago ensaios breves) (p. 1). Edição do Kindle. Lisboa, 2019.

RANCIÈRE, Jacques. **Questões de limites Arte, política e ética hoje**. Tradução Jorge Leandro Rosa Edição João Francisco Figueira e Vítor Silva (ymago ebooks). Edição do Kindle. Lisboa, 2019.

SAGREDO, Raissa. **Raça e etnicidade: questões e debates em torno da (des)africanização do egito antigo**. Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Florianópolis, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/180903>

## 9. Siteografia

And Europe Will Be Stunned / Mary Koszmary (Nightmares), 2007. Disponível em: <https://www.yaelbartana.com/work/and-europe-will-be-stunned#> Acessado em 09 de agosto de 2023.

Hawass: Cleópatra no era negra. Nos quieren convencer de una falsedad. Disponível em: <https://elblodgeilabasmati.com/2023/04/18/hawass-cleopatra-no-era-negra-nos-quieren-convencer-de-una-falsedad/> Acessado em 09 de agosto de 2023.

The Controversy Behind Netflix's 'Queen Cleopatra' Documentary. Disponível em: <https://www.themaryword.com/post/the-controversy-behind-netflix-s-queen-cleopatra-documentary> Acessado em 09 de agosto de 2023.

Em debate, o mito da Cleópatra 'branca e de olhos azuis' Disponível em: <https://site.veracruz.edu.br/zumzum/capitulos/em-debate-o-mito-da-cleopatra-branca-e-de-olhos-azuis/#:~:text=De%20pele%20branca%2C%20olhos%20claros,e%20parcialmente%20africana%20da%20rainha> Acessado em 09 de agosto de 2023.

A polêmica origem de Cleópatra: a quem interessa? Disponível em: <https://ensinarhistoria.com.br/a-polemica-origem-de-cleopatra-a-quem-interessa/> Acessado em 09 de agosto de 2023.

Cleópatra: a rainha do Egito era branca ou negra? Disponível em:  
<https://rubinero.blogs.sapo.pt/cleopatra-a-rainha-do-egito-era-branca-105643>  
Acessado em 09 de agosto de 2023.

Cleópatra era negra? Disponível em:  
<https://apaixonadosporhistoria.com.br/artigo/299/cleopatra-era-negra> Acessado em  
09 de agosto de 2023.

Você pode ser o que quiser, contanto que seja branco. Disponível em:  
<https://racismoambiental.net.br/2023/04/28/voce-pode-ser-o-que-quiser-contanto-que-seja-branco-por-yna-e-lobes-dos-santos/> Acessado em 09 de agosto 2023.

Nova série sobre Cleópatra gera polêmica com a cor da protagonista. Disponível em:  
<https://veja.abril.com.br/ciencia/nova-serie-sobre-cleopatra-gera-polemica-com-a-corda-protagonista> Acessado em 09 de agosto de 2023.

Cleópatra era negra? Desvendando a verdade histórica. Disponível em:  
<https://sociologica.com.br/cleopatra-era-negra-desvendando-a-verdade-historica/>  
Acessado em 09 de agosto de 2023.

Cleópatra Branca de olhos azuis? Cleópatra preta de box braids? Disponível em:  
<https://todosnegrosdomundo.com.br/cleopatra-branca-de-olhos-azuis-cleopatra-preta-de-box-braids/> Acessado em 09 de agosto de 2023.

Egito processa Netflix por representar Cleópatra como mulher negra. Disponível em:  
[https://cultura.uol.com.br/entretenimento/noticias/2023/04/23/6531\\_egito-processa-netflix-por-representar-cleopatra-como-mulher-negra.html](https://cultura.uol.com.br/entretenimento/noticias/2023/04/23/6531_egito-processa-netflix-por-representar-cleopatra-como-mulher-negra.html) Acessado em 09 de agosto de 2023.

Egito processa Netflix por representação de Cleópatra negra em série. Disponível em:  
<https://rabiscodahistoria.com/egito-processa-netflix-por-representacao-de-cleopatra-negra-em-serie/> Acessado em 09 de agosto de 2023.

La nariz negra de Cleópatra. Disponível em:  
<https://kaplancontralacensura.com/2023/05/03/la-nariz-negra-de-cleopatra/> Acessado em 09 de agosto de 2023.

Wikipedia/ Cleópatra. <https://pt.wikipedia.org/wiki/Cle%C3%B3patra>. Acessado em 04 de novembro de 2023.



**Capítulo 6**  
**ENSAIOS PARA UMA ETNOGRAFIA PARA**  
**INTERNET A PARTIR DA ABORDAGEM**  
**INTERSECCIONAL**

**Luiza Dias de Oliveira**  
**Thiago Álvares da Trindade**

# ENSAIOS PARA UMA ETNOGRAFIA PARA INTERNET A PARTIR DA ABORDAGEM INTERSECCIONAL

**Luiza Dias de Oliveira**

*Doutoranda em Comunicação (Poscom/UFSM). Bolsista Capes.*

*Diasoliveira.luiza@gmail.com.*

**Thiago Álvares da Trindade**

*Doutorando em Comunicação (Poscom/UFSM). Bolsista Capes.*

*Thiagotrindade95@gmail.com*

## **RESUMO**

O artigo procura aproximar a etnografia para a internet (Hine, 2015) com o campo da comunicação, além de propor uma abordagem interseccional para conduzir uma investigação contra-hegemônica nos espaços digitais. A atenção aos fenômenos digitais junto a categorias como raça, gênero e classe auxilia na observação de subjetividades que compõem a realidade dos sujeitos. Logo, apresentamos duas pesquisas em andamento para exemplificar a aplicação da interseccionalidade no percurso etnográfico.

**Palavras-chave:** Etnografia; Interseccionalidades; Comunicação; Internet.

## **ABSTRACT**

The article seeks to bring ethnography for the internet (Hine, 2015) closer to the field of communication, in addition to proposing an intersectional approach to conduct a counter-hegemonic investigation in digital spaces. Attention to digital phenomena along with categories such as race, gender and class helps in observing the subjectivities that make up the reality of the subjects. Therefore, we present two researches in progress to exemplify the application of intersectionality in the ethnographic path.

**Keywords:** Ethnography; Intersectionalities; Communication; Internet.

## **INTRODUÇÃO**

A presença massiva de aparatos tecnológicos e plataformas online corrobora para que a conectividade seja uma realidade presente em inúmeras esferas de nossa

sociedade. Para muitos, essas tecnologias possibilitam a multiplicação da produtividade, a dissolução de barreiras e o acesso à informação. Atualmente, o Brasil tem mais de quatro quintos da sua população conectada à internet<sup>13</sup>. O grande contingente de usuários navegando online capacita a compreensão de que os espaços digitais tornaram-se um ambiente da mais alta valia para as pesquisas no campo da comunicação.

Não há dúvidas de que os cenários digitais se tornaram um verdadeiro espaço por disputas de poder entre indivíduos, plataformas e corporações, favorecendo a relevância para a perspectiva comunicacional. De acordo com as contribuições de Christine Hine (2015), a internet pode ser compreendida como um artefato cultural incorporado, corporificado e cotidiano, o qual representa mutações diante das múltiplas apropriações culturais. Assim, entendemos que uma perspectiva cultural é necessária para compreender o cenário digital diante dos estudos da comunicação.

Nessa seara, estudos de ordem quantitativa e qualitativa debruçaram-se sobre esse cenário que passou a compor o cotidiano de muitos usuários. Entre as múltiplas perspectivas para investigar o campo da internet, entendemos que a etnografia se mostra uma abordagem teórico-metodológica pertinente para a compreensão dos múltiplos fenômenos que atravessam essa esfera na contemporaneidade.

A etnografia se apresenta como uma abordagem teórico-metodológica (Peirano, 2014) plural e adaptável a campos de pesquisa online e offline. Seu aspecto interdisciplinar corrobora para a formação de diferentes lentes interpretativas para os fenômenos contemporâneos, resultado dos cruzamentos entre diferentes fronteiras disciplinares (Silva, Machado, 2020). Ademais, a etnografia é uma abordagem de proximidade fértil para os estudos da comunicação a partir de suas adaptações possíveis (Caiafa, 2019; Pereira, 2022) e capacidade de investigar os aparatos comunicacionais. A interface da comunicação com a antropologia chama atenção para as manifestações culturais que derivam das relações sociais mediante uma sociedade cada vez mais marcada pela presença de meios de comunicação, tecnologias da comunicação e artefatos culturais que correspondem ao cenário comunicacional.

Para tal, a etnografia é capaz de englobar os aspectos derivados do campo da internet, os quais estão imbricados nas práticas de inúmeros indivíduos (Hine, 2015). Portanto, o cenário digital revela oportunidades e desafios para pesquisadoras e

---

<sup>13</sup> Fonte: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/06/21/81percent-da-populacao-brasileira-acessou-a-internet-em-2021-diz-pesquisa.ghtml>. Acesso em 15 de julho de 2022.



pesquisadores do campo da comunicação que se defrontam com um amplo espectro de fenômenos digitais.

Um viés interpretativo que busca ir além das bases dominantes preza por uma abordagem etnográfica interseccional, capaz de contrabalançar padrões e condutas tidas como universais e incontestáveis em cada sociedade. Em suma, a crítica às convenções sociais e culturais corrobora para que elementos provenientes da intersecção com gênero, classe e raça possam ser vistos com aspectos de atenção por parte do olhar etnográfico, trazendo o lugar de fala da pesquisadora e do pesquisador, das interlocutoras e interlocutores, além de ressignificar a conduta de pesquisa que foi formada sob uma base de violências epistêmicas derivadas das etnografias clássicas.

Ao fim, as proposições aqui expostas não têm a intenção de escoltar um percurso etnográfico fechado para a internet a partir de um viés interseccional, trazendo Crenshaw (2002), Collins e Bilge (2021) e Carrera (2021). Nosso objetivo é, a partir da contribuição de duas pesquisas de doutorado em andamento, sugerir direcionamentos metodológicos capazes de atentar não somente aos aparatos digitais, mas também aos indivíduos e suas relações com os artefatos, além de avistar perspectivas de classe, raça, gênero e outras intersecções, trazendo-as para a construção do trabalho científico.

## **ABORDAGEM ETNOGRÁFICA DA COMUNICAÇÃO PARA A INTERNET**

Com origem nos estudos antropológicos, a etnografia tem como base o trabalho interpretativo das culturas a partir da observação participante e contato em proximidade com diferentes grupos sociais (Geertz, 2005). Mesmo que atravessando inúmeras mudanças epistemológicas, o trabalho interpretativo da etnografia centrado na coleta, interpretação e categorização de dados empíricos pertencentes ao nível cultural (Machado, Tomazetti, 2015) manteve-se como um dos principais cernes dos estudos etnográficos, aliado ao trabalho de campo (Geertz, 2005; Winkin, 1998).

Nesse cenário, o fazer etnográfico desenvolve sua força interpretativa a partir da atenção aos sentidos, como o olhar, a escuta e a escrita (Oliveira, 2006). Assim, a percepção das subjetividades e das técnicas que fogem ao familiar (Velho, 2003) compõem o trabalho etnográfico no(s) campo(s) de pesquisa fazendo com que os mesmos participem do cotidiano do grupo estudado (Miller & Slater, 2004).

A ordem qualitativa da descrição etnográfica atenta às práticas, transformações dos sujeitos que fazem parte do cotidiano do campo de pesquisa. De acordo com o antropólogo João Biehl, a etnografia é “uma forma de permanecermos ligados a processos sociais abertos, mesmo furtivos, e ao não pensado” (Biehl, 2020, p. 18). De tal forma, as vivências da pesquisa mesclam as subjetividades e as histórias compartilhadas junto aos participantes que compõem a etnografia. Portanto, o fazer etnográfico deve levar em consideração os aspectos subjetivos dos seus participantes, favorecendo para que as histórias e práticas compartilhadas em espaços online e offline possam ser apresentadas por uma ótica colaborativa entre pesquisador e participante.

A característica crítica e reflexiva que auxilia a etnografia a construir seu percurso de observação e pesquisa também favorece para que o trabalho da etnógrafa e do etnógrafo não desenvolvam juízos de valor frente às práticas observadas em campo. Para tal, a abordagem teórico-metodológica de etnografia oferece um prisma de observações capacitado para compreender a dinamicidade e transformações que ocorrem nos campos de pesquisa. Igualmente, a etnografia reconhece que realidades online e offline não podem ser compreendidas de modo separado, visto que essas esferas compõem instâncias complementares da experiência de estar conectado (Miller, Slater, 2004). Logo, as diretrizes de um campo de estudo interdisciplinar e crítico corroboram para que a etnografia direcione seu olhar para os ambientes e fenômenos digitais (Hine, 2015), além de compreender os fenômenos que emanam de uma sociedade cada vez mais conectada.

O advento da internet traz novos desafios para a etnografia, recorrendo para que cada vez mais pesquisadoras e pesquisadores possam desenvolver estratégias para o desenvolvimento das suas pesquisas. Portanto, refletir sobre a internet na contemporaneidade é considerar a existência de apropriações que são distintas e que surgem da relação entre indivíduo e aparato técnico dentro de recortes contextuais, históricos e culturais distintos. De acordo com Hine, o foco do desenvolvimento metodológico da etnografia está em uma abordagem para a internet, e não na internet (Hine, 2015). À vista disso, a autora compreende a internet como um objeto/lugar cultural presente e imbricado na sociedade e que apresenta diferentes significados de acordo com sua apropriação.

Logo, a etnografia para internet procura seguir conexões constituídas por seus usuários. Por isso, as noções de espaço também sofrem alterações de acordo com a

perspectiva de Christine Hine, sendo assim, a decisão sobre “onde o etnógrafo deveria ir precisa ser tomada a partir de uma combinação de motivações pragmáticas e teoricamente sensíveis” (Hine, 2015, p. 9). A autora defende a etnografia como uma prática sensível, atenta aos detalhes, autorreflexiva e holística, sendo necessário, para o último elemento, uma ambição de entender a internet como um elemento contextual e criador de contexto (Hine, p. 10). Para Hine, a internet dos dias atuais apresenta desafios metodológicos a serem vencidos, pois a mesma se configura como incorporada, corporificada e cotidiana<sup>14</sup>, elementos que serão debatidos a seguir.

Essa teorização é uma das grandes contribuições de Hine para os estudos da etnografia voltada para a internet. Para a autora, a rede mundial de computadores é incorporada porque é “entrelaçada em um uso com múltiplas formas de contexto e estruturas de produção de sentido” (Hine, 2015, p. 33). Logo, a internet é caracterizada como elemento entremeado às práticas cotidianas, com diferentes apropriações e usos. Por isso, torna-se invisível, na medida em que é apropriada na construção de significados das atividades humanas. Em sequência, a internet corporificada representa que as experiências digitais são integradas ao nível do corpo. As identidades criadas no ambiente virtual são apenas consequências inseparáveis das experiências físicas. Contudo, é necessário estar atento para entender o digital como elemento que também nos molda como humanos. Ao fim, a internet é cotidiana porque se integra às rotinas mundanas dos indivíduos. Assim, a autora não somente entende a internet como elemento presente nas práticas diárias, mas também é possível compreendê-la como estrutura (Paasonen, 2020), na qual estamos inseridos e que carrega dados e bits. Logo, é necessário atentar às lógicas econômicas que são estruturadas pelas grandes corporações de tecnologia, para assim capturar os aspectos da internet e os quais já estão arraigados nos usos dos indivíduos.

Estes elementos presentes no entendimento da internet corroboram para o desenvolvimento de uma lente interpretativa capaz de auxiliar na compreensão das práticas e cenários digitais. Logo, os princípios expostos por Hine são importantes para os estudos da comunicação em decorrência de sua capacidade de atentar às práticas e fenômenos dos espaços digitais a partir de um viés subjetivo e holístico,

---

<sup>14</sup> Embedded, embodied and everyday.

que também é capaz de ponderar sobre os efeitos da infraestrutura digital que cerceia estas atividades.

Logo, o que propomos a partir de sugestões e recomendações é construir um percurso metodológico para o campo da comunicação e que seja capaz de atentar não somente aos aparatos técnicos oriundos do campo digital, mas também às subjetividades que emanam das relações entre categorias de raça, gênero, classe e demais outras que estão em proximidade com as práticas digitais na contemporaneidade.

Em resumo, é papel da etnografia desenvolver um estudo a fim de compreender como os indivíduos se apropriam dos artefatos digitais e como estes transformaram o cotidiano dos indivíduos a partir de um recorte histórico, cultural e social previamente determinado (Miller et al., 2016). Portanto, a abordagem de uma etnografia para internet auxilia na interpretação dos significados que surgem da sua inserção cultural, além dos elementos provenientes de uma perspectiva interseccional o qual contempla questões de raça, gênero e classe dentro do campo pesquisado.

## **A INTERSECCIONALIDADE NO CONTEXTO ETNOGRÁFICO**

Assim como a sua própria definição, que coloca a interseccionalidade tanto como campo teórico, como de práxis, a sua origem se deu dentro do campo dos movimentos sociais. Ignoradas pelo movimento feminista, que tinha como foco apenas as mulheres brancas e de classe alta, e pelo movimento antirracista, que focava nos direitos dos homens negros, as mulheres negras foram excluídas e negligenciadas. A partir desta necessidade, surge como uma reivindicação do movimento feminista negro, com pautas que incluíam as questões de gênero e raça interseccionadas.

Kimberly Crenshaw teorizou a interseccionalidade como:

uma conceituação do problema que busca capturar as consequências estruturais e dinâmicas da interação entre dois ou mais eixos da subordinação. Ela trata especificamente da forma pela qual o racismo, o patriarcalismo, a opressão de classe e outros sistemas discriminatórios criam desigualdades básicas que estruturam as posições relativas de mulheres, raças, etnias, classes e outras. Além disso, a interseccionalidade trata da forma como ações e políticas específicas geram opressões que fluem ao longo de tais eixos, constituindo aspectos dinâmicos ou ativos do desempoderamento (Crenshaw, 2002, p. 177).

Conforme a autora, os eixos de poder ou de opressão podem ser pensados como avenidas. Esses eixos podem ser de gênero, raça, classe, orientação sexual, nacionalidade, etc. No entanto, é preciso compreender que eles não são excludentes ou que devem ser somados. Esses eixos, assim como avenidas, se cruzam, criando diferentes intersecções. Assim, o trânsito flui em diferentes direções, o que pode causar colisões. Ou seja, diferentes vulnerabilidades podem ser acionadas ao mesmo tempo. Assim, uma análise interseccional é essencial para a criação de novas políticas públicas, a fim de que todas as mulheres sejam atendidas nas suas diferentes nuances e necessidades (Crenshaw, 2002).

Para Crenshaw (2002, p. 182), o olhar analítico deve repousar nas diferentes formas de subordinação, ou corre o risco de ser insuficiente e, até mesmo, discriminante. As informações desvendadas podem levar a um melhor entendimento sobre os problemas e condições enfrentados pelas mulheres que são cruzadas por diferentes intersecções.

Assim como é verdadeiro o fato de que todas as mulheres estão, de algum modo, sujeitas ao peso da discriminação de gênero, também é verdade que outros fatores relacionados a suas identidades sociais, tais como classe, casta, raça, cor, etnia, religião, origem nacional e orientação sexual, são “diferenças que fazem diferença” na forma como vários grupos de mulheres vivenciam a discriminação (Crenshaw, 2002, p. 173).

Patricia Hill Collins e Sirma Bilge (2021) têm um livro dedicado a discutir o conceito de interseccionalidade e sua aplicação prática. As autoras reconhecem a heterogeneidade tanto da concepção, quanto dos usos da interseccionalidade, além da necessidade de se enxergar as situações com lentes plurifocais, ou seja, reconhecendo diferentes desigualdades sociais, interseccionais. “O *domínio interpessoal do poder* refere-se ao modo como os indivíduos vivenciam a convergência de poder estrutural, cultural e disciplinar” (Collins; Bilge, 2021, p. 28, grifo das autoras). Quer dizer, as “identidades complexas” são formadas pela identificação com diversos grupos, a título de exemplo, citamos gênero, classe e raça. Assim, o olhar interseccional busca enxergar essas diferenças, as experiências individuais, complexificadas a partir de diferentes cruzamentos de categorias.

Neste sentido, defendemos a importância de um olhar interseccional dentro da etnografia. Conforme Carrera (2021, p. 8), nesta perspectiva teórico-metodológica, “há o momento necessário de demarcação do locus de enunciação ou lugar de fala

do pesquisador, questionando os limites da trajetória pessoal que podem regular os resultados das suas análises". Assim, em um primeiro momento, cabe à etnógrafa e ao etnógrafo entender as suas limitações para a análise, considerando, inclusive, a forma como a etnografia deve ser uma descrição densa das culturas. Desta forma, o próprio ponto de partida, observação, análise e direcionamentos devem ser percebidos de forma a levar em consideração o lugar de enunciação particular.

De forma complementar, considerando que não é suficiente apenas se colocar dentro da pesquisa, a partir de diferentes avenidas identitárias, compreendemos que levar em conta as interseccionalidades dentro de cada realidade pesquisada se faz necessário. Por exemplo, quando queremos pesquisar o consumo de smartphones por mulheres de classes populares, estamos, automaticamente, invocando a intersecção de gênero. Mas, para além disso, também temos marcadores de classe e, muitas vezes, de raça. É preciso levar em consideração as diferentes camadas que compõem o todo pesquisado, ou seja, como o impacto das intersecções vai afetar esse consumo.

O objetivo fundamental é identificar as marcas, os rastros destas avenidas de opressão que se revelam nas interações cotidianas, na comunicação midiática e nas representações discursivas. É mostrar, também, como a comunicação se constrói também a partir de estruturas interseccionais. Baseada e completamente atrelada à iniciativa de Crenshaw (1989), cujo princípio era a busca por igualdade em sistemas jurídicos, aqui se busca perceber como opressões interseccionais rasuram a subjetividade, os discursos, os produtos e espaços comunicacionais, e podem ser fundamentais para a composição dos sujeitos e dos seus comportamentos em interação (Carrera, 2021, p. 9 e 10).

Dentro da comunicação, observar essas questões significa estar atento para as diferentes opressões e como elas afetam não apenas os usos e apropriações das mídias sociais digitais, mas também as mediações, os acessos, ou seja, surgem pistas que dão conta de um contexto muito mais amplo e diretamente relacionado ao consumo. Quando pensamos em um mergulho na cultura do outro, conforme teorizado por Geertz (1998), devemos levar em conta que qualquer cenário social é apresentado conforme determinadas concepções. Mesmo diferentes locais em uma mesma cidade podem apresentar um campo extremamente variado no que diz respeito à multiplicidade de pessoas, culturas, hábitos e formas de comunicação. Levar em consideração as diferentes avenidas identitárias, neste sentido, é assimilar

que o contexto comunicacional é afetado pelos entrecruzamentos que compõem tanto os enunciadores, quanto os receptores.

## **DOIS USOS DO CONCEITO DE INTERSECCIONALIDADE EM PESQUISAS ETNOGRÁFICAS**

A fim de trazermos exemplos da aplicação do conceito de interseccionalidade no percurso etnográfico, trazemos um recorte de duas pesquisas de doutorado que estão em andamento. A primeira trata sobre os usos de tecnologias digitais por mulheres migrantes brasileiras nos EUA. A partir de observação online de contas do Instagram e de entrevistas semiestruturadas, busca-se compreender as complexidades que circundam a experiência migratória a partir de diferentes categorias. Pensar essas questões implica em uma análise que inclui o contexto sócio-histórico das interlocutoras, que “deslocam o objeto analisado para lugares subjetivos singulares” (Carrera, 2021, p. 16). Pensar essas complexidades é estar atento a diferentes usos das mídias sociais digitais. Mas, para além disso, proporciona uma análise mais completa, atenta às singularidades, às experiências pessoais. Ou seja, permite chegar a respostas que dão conta não de situações generalizadas, mas de questões singulares que jogam luz sobre as diferentes experiências migratórias, a partir das intersecções observadas.

O segundo estudo trata sobre práticas de desconexão de usuários que optam por se afastar das mídias digitais. A pesquisa objetiva compreender os motivadores e as estratégias para querer estar desconectado, principalmente em um contexto de ampla conectividade. Nessa instância, alguns interlocutores compartilharam estar cansados do excesso de telas no exercício de suas atividades cotidianas. Para isso, alguns optam por criar estratégias de afastamento dos smartphones e das suas redes sociais online. Ao longo de entrevistas semiestruturadas e da observação participante, foi possível perceber um recorte de classe e gênero que é preponderante na realidade e na fala de alguns interlocutores, principalmente daqueles que compartilham do privilégio de poder estar desconectados das suas mídias digitais.

## INTERSECCIONALIDADES NO PROCESSO MIGRATÓRIO

A pesquisa em questão está sendo desenvolvida durante o percurso de doutorado da autora. Como mencionado anteriormente, buscamos compreender como o uso de tecnologias digitais afeta o processo migratório de mulheres brasileiras residentes nos Estados Unidos. A observação das contas de Instagram de diferentes mulheres começou a ser feita em maio de 2022. Nesse período, notou-se que existiam diferentes usos: aqueles realizados de forma pessoal, com troca de mensagens e postagem de fotos para amigos e conhecidos; e aquele feito pelas *influencers*, ou seja, perfis com grande número de seguidores e conteúdo produzido de forma a monetizar a experiência migratória. Em maio de 2022, enviamos mensagens para diferentes usuários do Instagram, tanto para mulheres que faziam usos pessoais, quanto para influencers. Aqui, traremos o conteúdo da observação e entrevistas com uma das interlocutoras da pesquisa, chamada de Angela (nome fictício para preservar a identidade).

Perceber as diferentes intersecções que cruzam as vidas dessas mulheres significa apreender como essas categorias impactam a migração, bem como a adaptação no país de destino - neste caso, os EUA. Além disso, as intersecções também afetam o próprio uso de tecnologias digitais. Angela, uma mulher negra de 36 anos, brasileira nascida em São Paulo, migrou para os EUA em 2016. É casada com um norte-americano e tem uma filha com ele. Possui emprego formal e é formada em um curso chamado "Paralegal", que forma uma espécie de assistente de advogado. Ela também trabalha como influencer no Instagram, e tem um perfil com 153 mil seguidores (dados de dezembro de 2023).

Apesar da situação financeira estável - algo que não é a realidade de muitos migrantes -, Angela já foi vítima de racismo em uma postagem. Ela costuma postar fotos e vídeos com a filha, uma bebê branca. Nos comentários, algumas pessoas perguntavam se a patroa dela não se importava que ela postasse o rosto da filha, quer dizer, presumiam que a bebê era de outra mulher e que ela trabalhava como babá. Além de presumirem que ela trabalhava em uma profissão de cuidado, estereótipo atribuído às mulheres, também proferiram xingamentos racistas, apontando que "casamentos inter-raciais não deveriam existir". Assim, por conta da sua raça, Angela é atacada, o que demonstra como esse marcador afeta sua experiência utilizando a rede social digital.



Desta forma, propomos que a etnografia que estamos realizando precisa ser vista com lentes multifocais, que deem conta das diferentes experiências a partir de diferentes intersecções. O caso de Angela surge como exemplo para identificar situações em que algumas das categorias são acionadas, mediando a forma como as tecnologias digitais e as mídias sociais digitais são utilizadas.

## **INTERSECCIONALIDADES E DESCONEXÃO VOLUNTÁRIA**

Ano a ano a internet e os aparelhos de conexão a mesma passam a ser mais presentes nas rotinas de trabalho, consumo e lazer, corroborando para a diluição das fronteiras da vida cotidiana. No bojo dessa discussão, relatos de *burnout* e esgotamento advindo das telas têm sido cada vez mais recorrentes entre os usuários. A fim de compreender as ramificações dessa discussão buscamos, a partir de uma etnografia para internet, compreender as motivações e como são as práticas de desconexão de um grupo de participantes. Mas como investigar culturas desconectadas a partir das plataformas digitais? Entendemos que os processos de desconexão não são categóricos a ponto de representar uma saída total de plataformas e aparatos digitais. Portanto, para o desenvolvimento da pesquisa, optamos por um processo investigativo capaz de atentar aos efeitos das mídias a partir da observação participante e dos relatos de cada interlocutor.

Inicialmente, a aproximação com o campo se deu via indicações de possíveis participantes que poderiam contribuir com a temática pesquisada. Nesse compasso, sugestões de interlocutores surgiram dentro das redes sociais e também através de um formulário preliminar realizado e compartilhado online. Em sequência o grupo de participantes foi composto por onze integrantes da pesquisa. Deste montante, a maioria das interlocutoras é do sexo feminino, todas com ensino superior completo ou em andamento e representantes da classe média. Mesmo que o grupo de participantes tenha se mostrado heterogêneo, com participantes de diferentes localidades do país, alguns interlocutores mostraram particularidades semelhantes, principalmente no que diz respeito à classe, escolaridade e gênero.

De modo geral, todos os participantes do grupo haviam passado por um processo de desligamento de uma ou mais redes sociais, permanecendo

desconectados ou retomando o seu uso após períodos distintos<sup>15</sup>. Uma das principais percepções ao longo deste primeiro momento de escuta foi compreender que o processo de desconexão está ancorado em elementos que são heterogêneos, plurais e marcados na história e vivência de cada usuário. Ao longo das entrevistas em profundidade e da observação participante foi possível reconhecer que os grupos que optaram por desativar uma rede social online ou conseguiram desenvolver modos para ficar afastados dos seus smartphones eram, em sua maioria, grupos pertencentes a classes econômicas com maior poder aquisitivo, ou que também representavam responsabilidades econômicas menores com os gastos da casa ou com possíveis responsáveis, principalmente em comparação com os demais participantes da pesquisa. Assim, os demais interlocutores revelaram práticas de manutenção do consumo, a partir de usos esporádicos e com o intuito de preservar o seu próprio bem-estar, evitando episódios de ansiedade, cansaço das telas ou jornadas de trabalho mais longas.

O reconhecimento da pluralidade das motivações para afastar-se das mídias digitais corroborou para o entendimento de que poucos usuários compartilham do privilégio de poder afastar-se das suas mídias digitais. Em sua maioria, as participantes tentam desenvolver estratégias para controlar o consumo de internet e mídias digitais ao longo de suas atividades. Contudo, o recorte de classe evidencia que estar desconectado muitas das vezes se configura como um luxo entre os usuários (Syvertsen, 2020), estando distante de grande maioria dos interlocutores que revela estar cansada do excesso das telas e que procura desenvolver práticas pontuais para controlar o uso destes aparatos. Uma das interlocutoras chega a expressar “eu queria acabar com o WhatsApp” ao revelar indignação com o uso quase que constante da plataforma para o exercício do trabalho e demais atividades que compõem a sua rotina.

No bojo desta discussão, o mal-estar imposto pelo excesso das mídias digitais também ecoa assuntos como parentalidade digital, assunto que aparece ao longo da fala de algumas participantes mulheres e que procuram desenvolver formas para controlar os usos de internet e smartphones dentro de casa junto a seus filhos. Todavia, as adversidades se mostram maiores, principalmente quando os usuários

---

<sup>15</sup> Podendo ser de uma semana ou até períodos maiores do que seis meses.

veem suas rotinas sendo cada vez mais atravessadas pela presença de telas e dispositivos digitais, seja para o trabalho ou para a educação dos filhos.

Ao fim, os pontos apresentados pela pesquisa em andamento destacam apenas algumas das pluralidades que compõem a realidade dos participantes. Para tal, reforçamos que etnografia para internet aliada a uma abordagem interseccional corrobora para a formação de lentes interpretativas que reconhecem a diversidade de nuances que compõem cada interlocutor. A atenção a estas particularidades ajuda a aprofundar os estudos comunicacionais a partir de elementos identitários e que compõem a realidade de cada interlocutor junto dos aparatos tecnológicos, como smartphones, redes sociais e sua relação com estes itens.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente artigo buscou, a partir dos apontamentos de duas pesquisas em andamento, tratar sobre a etnografia para internet como uma abordagem de relevância para os estudos do campo da comunicação. Logo, compreendemos que uma perspectiva capaz de ater aos elementos que dialogam com temáticas interseccionais apresentam um contraponto inicial para estremecer elementos presentes na esfera digital. O percurso investigativo proveniente das abordagens etnográficas para internet procura de modo híbrido e reflexivo investigar questões em proximidade com as práticas culturais dos indivíduos compreendendo suas atividades online e offline. Por conseguinte, a aplicação de uma abordagem teórico-metodológica capaz de confrontar saberes hegemônicos se mostra pertinente para os estudos comunicacionais na contemporaneidade.

Mas, para além da discussão teórico-metodológica já pavimentada sobre a etnografia, tanto na comunicação, como em outros campos do saber, propomos um olhar interseccional não como complemento, mas como central nesta discussão. Estar imerso em uma cultura pressupõe estar atento a todas as avenidas identitárias que se cruzam e compõem sujeitos. Capazes de afetar as formas de comunicação, os usos e apropriações, as intersecções causam efeitos em todo o processo comunicativo, tanto na produção, quanto na recepção. Por isso, acreditamos que o uso de lentes multifocais (Collins, Bilge, 2021) são essenciais no processo etnográfico dentro da comunicação.

Assim, reiteramos a importância de caminhos que auxiliem no desenvolvimento de uma lente interpretativa plural, capaz de ater-se a marcadores da pesquisa que são alternativos e contra-hegemônicos. Isso significa desenvolver pesquisas que estejam atentas ao contexto social brasileiro, capaz de afetar as sociabilidades, comunicação e processos. Desta forma, os resultados terão mais congruência, sendo capazes de compreender diferentes nuances que, sem um olhar interseccional, seriam ignoradas.

Ao longo do percurso percorrido em ambas pesquisas citadas, percebemos a importância de trazer a interseccionalidade para a pesquisa etnográfica. Isso porque as interlocutoras e interlocutores são cruzados por diferentes categorias, capazes de influenciar seus usos (e não usos), apropriações e vivências com as tecnologias e as redes sociais digitais. A atenção às particularidades que emanam do contexto cultural e social de cada interlocutor corrobora para que noções identitárias sejam marcadores da relação destes indivíduos com os aparatos digitais. Portanto, para podermos compreender essas vivências de forma ampla, é necessário assumir lentes plurais para a interpretação de aspectos subjetivos que compõem as identidades dessas pessoas.

Por fim, acreditamos que esse texto teórico seja de relevância para os estudos da internet, pois aproxima uma abordagem originária do campo antropológico, reestruturando um olhar não colonialista e interseccional para os fenômenos da internet cotidiana. Compreendendo a internet, seus usos e apropriações como importantes focos do campo comunicacional, salientamos a necessidade de lentes multifocais, ou seja, capazes de salientar elementos alternativos que derivam das relações pessoais dentro e fora dos espaços digitais e que sejam visualizados a partir de um recorte histórico, cultural e social. Logo, o presente estudo não busca traçar um guia para o desenvolvimento de um etnografia para internet interseccional na comunicação, mas desenvolver reflexões para o exercícios de etnografias futuras capazes de visualizar aspectos que derivam dos entroncamentos de aspectos raciais e culturais.

## REFERÊNCIAS

Biehl, J. (2020). Do certo ao Inacabado: uma aproximação com a criação etnográfica. *Mana* 26(3), 1-33.

Caiafa, J. (2019). Sobre a etnografia e sua relevância para o campo da comunicação. *Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação* 7(14).

Carrera, F, (2022). Roleta interseccional: proposta metodológica para análises em Comunicação. *E-Compós: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação* 24, 1-22. <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2198>.

Collins, P. H., BILDE, S. (2021). *Interseccionalidade*. Boitempo.

Crenshaw, K. (2022). Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. *Revista Estudos Feministas* 10. <https://www.scielo.br/j/ref/a/mbTpP4SFXPnJZ397j8fSBQQ/?format=pdf&lang=pt>.

Davis, A. (2016). *Mulheres, Raça e Classe*. Boitempo.

Geertz, C. (2005). *Obras e vidas: o antropólogo como autor*. UFRJ.

Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. Bloomsbury.

Machado, A., Tomazetti, T. P. (2015). Comunicação e etnografia: refletindo práticas sociotécnicas e interações online. *Anais do 10º Encontro Nacional de História da Mídia*, 1-15.

Miller, D., Horst A. H. (2015). O digital e o humano: prospecto para uma antropologia digital. *Parágrafo* 2(3).

Miller, D., Slater, D. (2004) Etnografia on e off-line: cibercafés em Trinidad. *Horizontes Antropológicos* 21, 41-65.

Miller, D., Costa, E., Haynes, N., Mcdonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., Spyer, J., Venkatraman, S. (2016) *How The World Change The Social Media*. UCL PRESS.

Miller, D., Abed Rabho, L., Awondo, P., De Vires, M., Duque, M., Garvey, P., Haapio-Kirk, L., Hawkins, C., Oteagui, A., Walton, S., Wang, X. (2021). *The Global Smartphone: Beyond a youth technology*. UCL PRESS.

Oliveira, RC. (1996). O trabalho do antropólogo: olhar, ouvir, escrever. *Revista de Antropologia* 39(1), USP.

Paasonen, S. (2021). *Dependent, Distracted, Bored: Affective Formations in Networked Media*. Cambridge. MIT Press.

Peirano, M. (2014). Etnografia não é Método. *Horizontes Antropológicos* 20(42), 377-391.

Pereira, C. R. (2022). A Comunicação de mãos dadas com a Etnografia. In B. Kegler, G. L. S. Caporal (Eds.). *Perspectivas Metodológicas em Comunicação: Reflexões e Relatos de Pesquisa* (pp. 20-33). Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha.

Travancas, I. (2011). Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In J. Duarte, A. Barros (Eds.). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. Atlas.

Silva, S. R., Machado, A. (2020). Diálogos Com Daniel Miller No Campo Da Comunicação: Reflexões A Partir Das Pesquisas Do Gp Consumo E Culturas Digitais. *Revista Sociologia E Antropologia* (10), 861-886.

Velho, G. (2003). O desafio da proximidade. In G. Velho, K. Kuschnir, (Eds.), *Pesquisas urbanas: desafios do trabalho antropológico*. Jorge Zahar.

Winkin, Y. (1998). *A nova comunicação: da teoria ao trabalho de campo*. Papirus.



**Capítulo 7**  
**MUDANÇA DE FAIXA: NOTAS SOBRE A**  
**MIGRAÇÃO DO RÁDIO AM PARA FM NO**  
**BRASIL**

**Mariane Cristine Antunes**  
**João Cubas Martins**  
**Maira Rossin Gioia de Brito**

## MUDANÇA DE FAIXA: NOTAS SOBRE A MIGRAÇÃO DO RÁDIO AM PARA FM NO BRASIL

### **Mariane Cristine Antunes**

*Jornalista (PUCPR/2002), especialista em Administração e Marketing (Uniguaçu/2005) e Produtora Cultural. Diretora da Rádio Cultura de Curitiba, desde 2017. Pesquisa o rádio e suas interações com a comunidade. Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM/UFPR). Integra o grupo de pesquisa COM21. E-mail: marianeantunes13@gmail.com*

### **João Cubas Martins**

*Relações Públicas formado pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR) e Jornalista formado pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM/UFPR). Integra o grupo de pesquisa CLICK (Comunicação e Cultura Ciber). E-mail: joaocubas@ufpr.br*

### **Maira Rossin Gioia de Brito**

*Doutoranda em Comunicação, na Linha de Comunicação e Cultura do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal do Paraná (UFPR) e mestre em Estudos de Linguagens pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Integra o grupo de pesquisa CLICK (Comunicação e Cultura Ciber). E-mail: mairargioia@gmail.com*

### **RESUMO**

O presente capítulo tem como objetivo principal os resultados de uma cartografia de campo (MARTÍN- BARBERO, 2002) que norteia a pesquisa radiofônica a partir de um levantamento exploratório nos estudos sobre a migração do rádio AM para o FM no Brasil. Esse processo tem tido um impacto significativo no mercado de radiodifusão do país. Para esta análise, foram utilizados os trabalhos publicados nos seis anos subsequentes ao início do processo de migração, nas bases de dados Capes e *Google Academy*, com a



utilização das palavras-chave Comunicação; Migração AM-FM; para a identificação dos trabalhos relacionados ao tema proposto. No total, foram encontrados 23 estudos entre 2015 e 2021. Os resultados desta pesquisa revelam uma série de tendências e desafios que surgiram com a migração das emissoras de AM para FM, relacionados à programação e alcance dessas emissoras. Dessa maneira, o estudo revela a importância de se compreender as mudanças no cenário da radiodifusão à luz das transformações tecnológicas e culturais que afetam a forma como as pessoas consomem conteúdo radiofônico. A migração de AM para FM é apenas um reflexo dessas transformações mais amplas, e as emissoras de rádio precisam se adaptar a essas mudanças para continuarem relevantes no cenário midiático atual.

**Palavras-chave:** Comunicação; Migração do Rádio; Digitalização do Rádio; Convergência; Consumo.

### **ABSTRACT**

This chapter aims to present the main findings of a field cartography (MARTÍN-BARBERO, 2002) that guides radio research based on an exploratory survey of studies on the migration of AM radio to FM radio in Brazil. This process has had a significant impact on the country's broadcasting market. To conduct this analysis, studies published in the six years following the start of the migration process were used, obtained from the Capes and Google Academy databases, using the keywords Communication; AM-FM Migration, to identify works related to the proposed theme. In total, 23 studies were found between 2015 and 2021. The results of this research reveal a series of trends and challenges that have emerged with the migration of AM radio stations to FM, related to their programming and reach. Thus, the study highlights the importance of understanding changes in the broadcasting landscape in light of technological and cultural transformations that affect how people consume radio content. The migration from AM to FM is just a reflection of these broader changes, and radio stations need to adapt to these changes to remain relevant in the current media landscape.

**Keywords:** Communication; Radio Migration; Radio Digitalization; Convergence; Consumption.

Este capítulo sistematiza os resultados de uma cartografia de campo (MARTÍN-BARBERO, 2002) que norteia a pesquisa radiofônica a partir de um levantamento exploratório nos estudos sobre a migração do rádio AM para o FM no Brasil. O processo de migração do rádio AM para o FM tem sido estudado por pesquisadores brasileiros desde o início do seu processo. O veículo é um dos meios com maior alcance em localidades onde o sinal digital de TV e internet não chega com qualidade. Sendo assim, ao se analisar os estudos relacionados aos processos de migração, mudança na tecnologia relacionadas ao rádio, do seu surgimento, ao seu papel

atualmente, percebe-se que o meio se modifica, se adapta e se transforma, mantendo o seu caráter social como meio de difusão de informação, entretenimento e cultura.

As tecnologias digitais de comunicação, o aumento da interferência nos aparelhos receptores e a produção cada vez menor de aparelhos que ofereçam a sintonia de emissoras AM motivaram o Governo Federal a estudar, nos últimos anos, a possibilidade de migração dessas emissoras para a faixa FM. Este processo teve início em 2013 e, no momento, grande parte das rádios que estão com a mudança pendente irão para a faixa estendida, entre 76 e 87 MHz, antes utilizada nas transmissões de TV analógica.

Para esta análise, foram utilizados os trabalhos publicados nos seis anos subsequentes ao início do processo de migração, nas bases de dados Capes e *Google Academy*, com a utilização das palavras-chave Comunicação; Migração AM-FM; para a identificação dos trabalhos de conclusão de curso de graduação, teses, dissertações, artigos, livros e resumos relacionados ao tema proposto. No total, foram encontrados 23 estudos entre 2015 e 2021. A pesquisa identificou trabalhos que apontam os primeiros resultados desse processo, mas fica claro que há muito ainda a ser pesquisado e analisado, já que o processo de migração ainda está em andamento. Sendo assim, o objetivo geral desse trabalho é mapear e sistematizar a produção acadêmica referente ao tema de modo a identificar os enfoques e tendências nos estudos realizados bem como as lacunas nessa produção que possam subsidiar outras pesquisas. Os objetivos específicos são: entender como os pesquisadores têm observado esse processo de migração; elencar os resultados já publicados e relacionar as pesquisas encontradas à evolução do processo de migração. Percebe-se que os autores, em sua maioria, se debruçam em temas como: história, impacto da migração, programação e adequação de tecnologia.

O mapeamento realizado considera que o rádio e seus espaços locais trazem para o debate social assuntos que, geralmente, fogem das discussões da cobertura midiática nacional, ou seja, contribuem para a mobilização social em torno de problemas que afetam a vida das pessoas e muitas vezes são negligenciados por governantes. Afinal, o rádio local se torna mediador entre as demandas da população e as instâncias governamentais (MEDEIROS, 2020). O autor apontou uma preocupação do processo de migração, que é a possível redução da área de cobertura das emissoras depois da ida para a faixa de FM (MEDEIROS, 2019).

Como as AMs em sua maioria não têm um caráter expansivo geograficamente, elas se voltam para suas localidades tanto em cobertura quanto na formatação de suas programações. Assim, quando elas estão em grandes centros podem acertadamente migrar e até ganhar alcance com a ida para o FM. Porém, isso se baseia em alguns casos específicos e em emissoras AM de baixa potência, desconsiderando áreas remotas e comunidades rurais, que podem se configurar nos chamados “desertos de notícia”, ou seja, localidades sem emissora de rádio, TV, jornal ou portal de internet. (MEDEIROS, 2019). Outro exemplo é o de Farias e Zuculoto (2017), que fazem uma linha do tempo do rádio brasileiro, contextualizando a etapa atual com as demais, dividindo em fases como: Implantação; Inovações tecnológicas (TV e transistor); Implantação de um novo dial (FM); Informatização; O rádio na internet e expandido e, por último e em andamento, a migração das emissoras do AM para o FM. Para as autoras, alguns dos motivos do esquecimento no AM perante o público e os anunciantes estão na ausência da faixa em diversos dispositivos. Como os estudos técnicos esbarraram em critérios técnicos e políticos, o FM analógico surgiu como solução, com boa penetração e com receptores diversificados e baratos (FARIAS E ZUCULOTO, 2017).

Nesse contexto, uma das preocupações diz respeito à programação a ser adotada por essas emissoras após a mudança de espectro. Farias (2017) apontou que a simples transferência de programação das AMs para as FMs pode deixar esta última mais falada, em um processo semelhante ao ocorrido entre os anos 1990 e 2000, quando as emissoras FM passaram a veicular conteúdos jornalísticos, em um fenômeno descrito como a “aemização” do FM. Outro fator que corrobora a tese da autora são as transmissões simultâneas em FM de conteúdo das AMs, já descritas anteriormente por Curado (2015) e Santos e Campos (2016). De acordo com Farias e Zuculoto (2017), essa preocupação - muito mais estética do que de conteúdo - coloca em discussão a necessidade de repensar os formatos e modelos de jornalismo produzidos no rádio atualmente. (FARIAS, 2017).

Em 2018, pesquisadores verificaram o possível reposicionamento de 238 emissoras AM que migraram para o FM (LOPEZ et al, 2019). Na ocasião, mais uma vez apareceu a expectativa do aumento da audiência, especialmente pelo smartphone. Por essa razão, as emissoras pesquisadas investiram em sites, aplicativo para celular, fanpage no Facebook, perfil no Twitter e, em alguns casos, perfil no Instagram e canal no YouTube. Na ocasião, grande parte das emissoras esperava

remodelar programas existentes (57,73%) e aumentar da programação jornalística (45,36%). O mesmo estudo mostrou que havia também o desejo de trazer utilidade pública à programação com mais jornalismo, mas por outro lado, um barateamento de custos ao aderir a uma rede. Com esses dados, Lopez et al (2019) perceberam que a migração trazia, em suas impressões iniciais, uma expectativa de sobrevida ao meio, com aumento no faturamento no primeiro ano de novo dial. Porém, isso não era uma regra, pois para muitas delas isso ainda era uma perspectiva, que variava o seu grau de acordo com a emissora e a sua localização. (LOPEZ et al, 2019). Ainda assim, as autoras acreditavam na confiança que o veículo possui para garantir que as empresas poderiam se adaptar a essas mudanças. Outro fator estudado pelos pesquisadores são os aspectos técnicos e sociais que envolvem a migração e a dificuldade de adaptação da tecnologia do AM ao ambiente digital. Esse problema não é exclusividade do Brasil.

No mesmo ano, foi publicada uma análise do contexto da migração na recepção dos ouvintes, uma vez que a mudança de faixa busca uma possibilidade de ressignificação do meio, que pode oportunizar crescimento e atualização técnica e de conteúdo para as emissoras (PRATA e DEL BIANCO, 2018). E ainda, Prata e Del Bianco (2020) exemplificam os processos que ocorreram no México e nos Estados Unidos. No primeiro caso, os estudos ocorrem desde 2005, de forma voluntária. Mais de 400 emissoras já estão em FM e outras 150 aguardavam autorização em 2017. O espectro foi reorganizado, com a diminuição da separação entre as frequências portadoras, para garantir a operação na faixa tradicional. Já nos Estados Unidos, o sistema FM translator stations retransmite simultaneamente o sinal de uma AM primária para uma estação de FM com frequência diferente. Por isso, as autoras acreditam que a política pública brasileira adotada para solucionar a crise do AM pode ser considerada uma inovação dentro da tradição.

Trata-se de uma inovação menos disruptiva e mais incremental, pois acontece de maneira sistêmica, ao longo do tempo, em sua velocidade, incorporando a tradição do AM. Uma estratégia de evolução comum num segmento historicamente conservador, avesso à quebra radical de paradigmas. (PRATA e DEL BIANCO, 2020, p.4)

Em outros tempos, a faixa AM foi importante na disseminação de costumes, ideais políticos e democráticos e na construção cultural da integração nacional através do forte alcance de sinal, com predomínio das cidades interioranas e das

características que davam ao rádio uma “experiência imersiva, coletiva e familiar”. (DEL BIANCO, 2019, p. 13). Com o advento dos dispositivos móveis, transmissão via satélite e a popularização das mídias de gravação e reprodução por streamings, a sustentabilidade dessas frequências históricas ficou prejudicada.

Por isso, entre 2013 e 2014, dois marcos legais regulamentaram como o processo se inicia: o decreto n. 8.139/2013 e a portaria n. 127 do Ministério das Comunicações. As questões atendiam questões essenciais para atender aos interesses dos radiodifusores:

- a. a migração é facultativa
- b. a frequência AM local será extinta ao término do processo;
- c. quem não aderir terá de migrar para outras categorias de operação na faixa AM (regional e nacional);
- d. a concessão de outorga para FM é onerosa, devendo ser pago o valor correspondente pelo uso da radiofrequência em parcela única estipulada pelo governo;
- e. para solicitar a mudança, as emissoras devem comprovar regularidade fiscal e trabalhista;
- f. o atendimento aos pedidos está condicionado a viabilidade técnica da localidade;
- g. a nova outorga é restrita ao município onde está situada a emissora de origem;
- h. é permitido *simulcast* por até 180 dias após a transferência nas localidades onde há espaço no dial, sendo que nas localidades onde FM estendido o prazo de convivência dos dois sinais é por até cinco anos; e
- i. as transmissões em Ondas Tropicais e Ondas Curtas não foram beneficiadas com o direito a adaptação, mas o serviço foi preservado. (DEL BIANCO, 2019, p. 13).

Entre novembro de 2016 a setembro de 2017 foram realizados mutirões em dois terços dos estados brasileiros, o que permitiu a 600 emissoras AM iniciarem a operação em nova frequência (DEL BIANCO, 2019).

Medeiros (2019) apontou uma preocupação do processo de migração, que é a possível redução da área de cobertura das emissoras depois da ida para a faixa de FM. Como as AMs em sua maioria não tem um caráter expansivo geograficamente, elas se voltam para suas localidades tanto em cobertura quanto na formatação de suas programações. Assim, quando elas estão em grandes centros podem acertadamente migrar e até ganhar alcance com a ida para o FM. Porém, isso se baseia em alguns casos específicos e em emissoras AM de baixa potência, desconsiderando áreas remotas e comunidades rurais, que podem se configurar nos

chamados “desertos de notícia”, ou seja, localidades sem emissora de rádio, TV, jornal ou portal de internet. (MEDEIROS, 2019, p. 46).

Esse fenômeno negativo é referenciado considerando a radiodifusão sonora como zonas de silêncio, lugares que não têm acesso a nenhuma emissora de rádio. A preocupação com esse provável “efeito colateral” do processo de migração é bastante pertinente porque o rádio segue sendo a única fonte de informação para muitas pessoas nos interiores do Brasil (MEDEIROS e PRATA, 2019, p.5).

Nesse contexto, os autores enfatizam que o processo de migração conforma as dimensões do local em que estão inseridas, “legitimando as características do rádio AM que há anos está presente no dia a dia das pessoas” (MEDEIROS E PRATA, 2019, p. 7).

Outros trabalhos têm trazido uma contribuição no sentido de entender as programações das emissoras migradas. Farias, Zuculoto e Clasen (2019) analisaram três rádios tradicionais de Santa Catarina que realizaram o processo recentemente. As pesquisadoras chamam a atenção para o fato de as grades estabelecidas apostarem em um formato híbrido, com programas que dosam informação e música de maneira variada durante o dia. Assim o formato especializado vem se afastando dessas emissoras, que se dedicavam a ser ora faladas, ora musicalizadas (KAPLÚN, 1978) ou temáticas e musicais (CEBRIAN-HERREROS, 2008) e que agora estão mais ecléticas, utilizando os dois formatos nas grades (FERRARETTO, 2014; FARIAS, ZUCULOTO e CLASEN, 2019).

Com a dificuldade de adaptação dos aparelhos à captação do sinal digital, a remodelação aconteceu com a ampliação da recepção analógica. Assim o desafio da migração é equilibrar a necessidade de inovação, típica do mercado dinâmico e muito competitivo do FM, e a tradição vinculada a um estilo, conteúdo e linguagem. Além de necessidade de renovar parte da programação para conquistar um público mais jovem (PRATA e DEL BIANCO, 2020).

Dessa forma, a realidade cultural do local onde a emissora está inserida também é um aspecto relevante a ser considerado neste processo. Coutinho (2021) realizou uma pesquisa de caráter exploratório, com observação e entrevistas com gestores de duas rádios dos estados de São Paulo e da Bahia, considerando o conteúdo dessas emissoras e a relação com os ouvintes como representação cultural de seus territórios, sendo verdadeiros patrimônios culturais imateriais (COUTINHO, 2021). Nesse sentido, a autora aponta que as mudanças levam consigo “uma parte

da história do rádio naquele local, apagaram um trecho importante da história do desenvolvimento do rádio no país e das culturas que ele ajudou a formar ou representar” (COUTINHO, 2021, p. 194). Por isso, quando uma rádio permanece ligada à comunidade à qual pertence, ela permanece valorizando a cultura local, estreitando assim os seus vínculos com a comunidade.

Um trabalho que sintetiza a realidade da migração das rádios AM para FM é a tese de doutorado de Karina Woehl de Farias (2020). A pesquisadora associou entrevistas com equipes das rádios migrantes no estado de Santa Catarina com a análise das suas programações, para verificar eventuais modificações na produção jornalística das emissoras após a mudança de faixa. A escolha dessa abordagem se deu, na visão da autora, pela facilidade na “possível obtenção de dados e peculiaridades da temática pesquisada, com intuito de perceber melhor as adaptações no rádio catarinense” (FARIAS, 2020, p.79).

Farias (2020) realizou entrevistas em 12 emissoras, de seis regiões catarinenses, em que verificou se houve mudanças da programação e como o jornalismo aparecia na grade dessas emissoras.

Ao final, a autora identificou, no geral, adaptações nas programações para conquistar ouvintes jovens, melhora na qualidade sonora e atualização dos equipamentos das rádios. De acordo com a autora, apesar de algumas empresas perderam a chance de ampliar a atuação jornalística para se aproximar do público local, houve casos em que a prestação de serviço e a interação apareceram como alternativa de agregar públicos cada vez mais distantes de meios tradicionais.

Parte dessas emissoras percebeu que as pessoas não ligam mais o rádio somente para ouvir música, algo que as plataformas digitais oferecem em abundância, mas que o motivo da sintonia está na busca de informação, do local, da prestação de serviço e da comunicação interativa com comunicadores. (FARIAS, 2020, p.166).

Embora a migração das emissoras brasileiras em FM represente um salto tecnológico para o rádio de uma forma geral, as mudanças nas emissoras não devem parar por aí. A Noruega, por exemplo, já sinaliza extinguir de vez a transmissão em FM, tornando-se o primeiro país do mundo a se tornar integralmente digital. O desligamento começa este ano em algumas cidades e vai se estender pelo país ao longo do ano. Além da Noruega, países como Suécia e Dinamarca também já estudam

extinguir a rádio FM (UOL, 2017). Que a migração seja o passo inicial para motivar outras mudanças necessárias na radiodifusão brasileira (LIMA, 2018).

Ao analisarmos os processos de mudança e tecnologia ao longo da história, relacionadas ao rádio, do seu surgimento, ao seu papel atualmente, percebemos que o meio de modifica, se adapta e se transforma, e mantém o seu caráter social como meio de difusão de informação, entretenimento e cultura.

Como conclusão observa-se que uma das questões a serem analisadas em pesquisas futuras está relacionada com a falta de acesso à internet em localidades descobertas pelo sinal da frequência modulada. E ainda, observar a prática e rotina das emissoras, na sua produção de conteúdo diário, levando em conta os novos alcances e perfil da audiência. Além disso, há lacuna para observar a adoção de políticas públicas de acesso à informação, que devem ser pensadas no curto, médio e longo prazo, para a garantir o acesso à informação e à cultura, direito de todos.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES (Anatel). **Consulta Pública nº 70. 2020.** Disponível em: <https://bit.ly/3yFEXbn>. Acesso em: 05 ago. 2021.

BBC (ed.). **O fim de uma era: Noruega é 1º país do mundo a parar com transmissões de rádio em FM.** 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-38594519>. Acesso em: 9 set. 2022.

BETTI, Juliana Gobbi. **Migração das emissoras em amplitude modulada: as vozes do novo dial brasileiro.** In: X Conferência Brasileira de Mídia Cidadã e V Conferência Sul-Americana De Mídia Cidadã, 2015, Bauru. **Anais [...].** Bauru: Unesp, 2015. p. 1-15.

BIANCO, N. R.; PRATA, N. **A construção da política pública brasileira de migração do rádio AM para o FM.** Florianópolis: Insular, 2018, p. 25-38.

CAPPIA, Eduardo. [Entrevista concedida a] Camilla Cristina Curado *in* CURADO, Camila Cristina. **Migração de rádios AM para FM: Processos de preparação e perspectivas de mudança frente à convergência tecnológica.** Trabalho de Conclusão do Curso – Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, 2015.

CEBRIÁN-HERREROS, Mariano. **A criatividade no contexto do rádio atual. Teorias do rádio: Textos e contextos.** Florianópolis, Insular, v. 2, p. 337-363, 2008.

COUTINHO, Elane Gomes Santos. **Rádio regional e cultura popular: o patrimônio cultural imaterial na migração de AM para FM - análise da ZYD 869**



Rádio Mantiqueira de Cruzeiro (SP) e da ZYV 514 Rádio Clube de Santo Antônio de Jesus (BA). 2021. 212 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Universidade Paulista, São Paulo, 2021.

CURADO, Camila Cristina. **Migração de rádios AM para FM: Processos de preparação e perspectivas de mudança frente à convergência tecnológica.** Trabalho de Conclusão do Curso – Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, 2015.

DEL BIANCO, Nelia. O ciclo da política pública brasileira de migração do rádio AM para FM: sustentabilidade, gestão do espectro e regulação. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, Aracaju, v. 20, n. 3, p. 7- 25, dez. 2018.

FARIAS, Karina Woehl de. **A programação no rádio AM + FM: especificidades de um meio em migração.** In: Congresso brasileiro de ciências da comunicação, 40., 2017, Curitiba. **Anais [...]**. Curitiba: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2017. p. 1-13.

FARIAS, Karina Woehl de; ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **Ondas de mudança no rádio: do surgimento à migração do AM para FM.** *Rádio-Leituras*, v. 8, n. 2, 2017.

FARIAS, Karina Woehl de; ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer; CLASEN, Beatriz Hammes. Reflexões sobre o rádio catarinense no processo de migração do AM para o FM. In: MEIRELES, Norma; OLIVEIRA, Paulo Rogério Costa. FERREIRA NETO, João Batista (org.). **Todos os rádios do Brasil: novas frequências, sintonias e conexões.** João Pessoa: Editora do CCTA, 2019. 160 p.

FARIAS, Karina Woehl de. **Do AM para o FM: Adaptações do radiojornalismo na migração de dial em Santa Catarina.** 2020. 219 f. Tese (Doutorado) - Curso de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Estruturação da mercadoria das emissoras comerciais sob a convergência: apontamentos para uma economia política da indústria radiofônica.** *Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia*, Porto Alegre, v. 21, n. 3, p. 943-965, dez. 2014.

KANTAR IBOPE MIDIA. **InsideRad 100 2022.** São Paulo, 2022. 42 p.  
Disponível em: [https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2022/09/INSIDE-RADIO-2022\\_KANTAR-IBOPE-MEDIA.pdf](https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2022/09/INSIDE-RADIO-2022_KANTAR-IBOPE-MEDIA.pdf).  
Acesso em: 14 nov. 2022.

KASEKER, Mônica Panis. **Modos de ouvir: a escuta do rádio ao longo de três gerações.** Curitiba: Champagnat, 2012.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação.** Rio de Janeiro: Mauad, 2016. 152 p.

LIMA, Artur Venício de. **Regulação das comunicações**: história, poder e direitos. São Paulo: Paulus, 2011. 254 p.

LIMA, Hélder Samuel dos Santos. **A migração do rádio AM para FM em Mato Grosso Do Sul**: um estudo comparado das rádios Caçula e Difusora Pantanal. 2018. 166 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2018.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio allnews brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. 1ª. edição, Covilhã: Labcom Books, 2010, 158 p.

LOPEZ, Debora Cristina; PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nelia; ZUCULOTO, Valci; FARIAS, Karina. **Reposicionamento do radiojornalismo frente aos novos desafios da migração do AM para o FM: análise de caso de quatro emissoras tradicionais**. Revista Rádio-Leituras, Mariana-MG, v. 10, n. 01, pp. 60-78, jan./jun. 2019.

MARTÍN-BARBERO, J. **Ofício de cartógrafo**. Travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

MEDEIROS, Rafael Ferreira. **O Rádio e a cidade patrimônio**: experiências de escuta, localismo e migração nos discursos de ouvintes Ouro-Pretanos. 2019. 276 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2018.

MEDEIROS, Rafael Ferreira; PRATA, Nair. Reverberações da migração AM - FM: sobre a função social do rádio local, desertos de notícia e zonas de silêncio. In: **Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais**, 3, 2019, São Leopoldo. **Anais [...]**. São Leopoldo: Unisinos, 2019. p. 1-9.

MEDEIROS, Rafael Ferreira. **A função social do rádio local entre desertos de notícia e zonas de silêncio: reverberações da migração AM-FM**. Revista Âncora, v.7, N.1, 2020.

MENEZES, José Eugênio de O.; Cardoso, Marcelo. **Comunicação e Cultura do Ouvir**. Editora Plêiade. São Paulo, 2012.

PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nelia R. Inovação na tradição: a migração do AM para o FM como fator de renovação do rádio brasileiro. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 2, n. 17, p. 22-32, jun. 2020.

PRATA, Nair; BIANCO, Nélia R. del (Org.). **A migração do rádio AM para FM: Avaliação de Impacto e desafios frente à convergência tecnológica**. Florianópolis: Insular, 2018. 394 p.

SANTOS, Bruna Flores. CAMPOS, Deivison Moacir Cezar de. A migração das emissoras radiojornalísticas para o FM em Porto Alegre. **Revista Rádio-Leituras**, Mariana-MG, v. 07, n. 02, pp. 139-164 jul./dez. 2016.

TUDO RÁDIO. **Migração das AMs, levantamento das FMs.** Disponível em: <https://tudoRadio.com/conteudo/ver/45-o-Radio-migracao-das-ams-levantamento-no-fm>. Acesso em: julho de 2021.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **No ar: a história da notícia de rádio no Brasil.** Editora Insular, 2012.

ZUCULOTO, Valci; FARIAS, Karina. **De volta para o futuro: valorização do jornalismo local na migração AM-FM em Santa Catarina.** In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 17, 2019, Goiânia. Anais[...] Goiás: SBPJor, 2019. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2019/paper/viewFile/2010/1133>.



**Capítulo 8**  
**PATRIMÔNIO CULTURAL E VIRTUALIZAÇÃO**  
**DO MUSEU DO FUTEBOL PELO GOOGLE**  
**ARTS & CULTURE**

**André Quintão da Silva**  
**Aline Pereira Lopes**

# PATRIMÔNIO CULTURAL E VIRTUALIZAÇÃO DO MUSEU DO FUTEBOL PELO GOOGLE ARTS & CULTURE

**André Quintão da Silva**

*Jornalista, Comunicação Social.*

*Mestre em Comunicação Social, andreqwntao@gmail.com*

**Aline Pereira Lopes**

*Professora, História.*

*Historiadora, aline.apl@hotmail.com*

## RESUMO

O estudo explora o Museu do Futebol no Pacaembu, localizado em São Paulo/SP, como objeto de análise, examinando sua relevância na construção de narrativas culturais e identitárias no Brasil. Baseado em conceitos de patrimônio, cultura popular e virtualização, a metodologia envolve a análise das exposições virtuais do museu, feitas por meio do *Street View* e fornecidas através do *Google Arts & Culture*. O Museu do Futebol é considerado uma ferramenta lúdica e educativa que reflete a cultura da convergência, enriquecendo a compreensão sobre o esporte e sua ligação com a sociedade. No entanto, desafios de acesso, representatividade e democratização também são abordados. Em conclusão, o estudo ressalta a importância de museus virtuais na disseminação cultural, mas enfatiza a necessidade de análises críticas para garantir a preservação e promoção da memória cultural.

**Palavras-chave:** Museu do Futebol; Patrimônio Cultural; Virtualização; Google Arts & Culture.

## ABSTRACT

This study explores the Museu do Futebol in Pacaembu, located in São Paulo/SP, as an object of analysis, examining its relevance in the construction of cultural and identity narratives in Brazil. Based on concepts of heritage, popular culture, and virtualization, the methodology involves the analysis of the museum's virtual exhibitions, accessed through Street View and provided via Google Arts & Culture. The Museu do Futebol is considered a playful and educational tool that reflects the culture of convergence, enriching the understanding of the sport and its connection with society. However, challenges related to access, representation, and democratization are also addressed. In conclusion, the study emphasizes the importance of virtual museums

in cultural dissemination but highlights the need for critical analyses to ensure the preservation and promotion of cultural memory.

**Keywords:** Museu do Futebol; Cultural Heritage; Virtualization; Google Arts & Culture.

## INTRODUÇÃO

Este trabalho investiga a virtualização de museus através da plataforma digital *Google Arts & Culture*, explorando como o avanço das Tecnologias de Informação e Comunicações (TICs) tem proporcionado uma diversidade de usos e aplicações dos acervos museológicos. Esse contexto oferece diversas perspectivas de análise no que diz respeito às mediações e à musealização dos patrimônios culturais, revelando uma riqueza de possibilidades de investigação.

No âmbito dessa discussão, a digitalização e virtualização do Museu do Futebol oferecem uma oportunidade de criar exposições on-line que não estão disponíveis em seu espaço físico, no Estádio do Pacaembu, em São Paulo/SP. Esse processo de virtualização expande a narrativa do museu, preenchendo as lacunas existentes em relação às diferentes manifestações de futebol, abrangendo uma diversidade de expressões e formas conhecidas como futebóis. Neste contexto, esta pesquisa visa aprofundar a análise sobre as fontes selecionadas pelo museu para a construção de sua exposição de longa duração e a forma como esta exposição constrói a narrativa da identidade nacional relacionada ao futebol, reivindicando o esporte como patrimônio cultural.

Para isso, é fundamental estabelecer uma base conceitual sólida. Assim, a noção de patrimônio cultural emerge como um ponto central do debate, englobando os elementos que uma sociedade carrega atribuindo significados e valores distintos aos processos culturais. Assim como o conceito de musealização como processo de transformação do objeto, lugar ou tradição em objeto museal, destacando-se como uma ação mediadora para construir e comunicar significados culturais.

Dessa forma, a plataforma *Google Arts & Culture*, apresenta-se como um espaço de museus virtuais que abarca uma variedade de usos e finalidades. Ao mesmo tempo em que oferece a oportunidade de democratização do acesso ao patrimônio cultural, ela também desvela uma série de desafios e problemas. A falta de interatividade real, a ausência de mediação museal e a limitação de recursos como

vídeos e áudios são exemplos dessas questões, que impactam a experiência do público.

A análise dos resultados dessa virtualização oferece perspectivas valiosas, levando à compreensão de como a virtualização museológica permite a expansão das narrativas, abrangendo diversos aspectos culturais do futebol. No entanto, também ressalta a importância de uma abordagem mais abrangente, incluindo a diversificação de fontes, e a necessidade de aprimorar a mediação e interatividade para uma experiência mais completa e envolvente para os visitantes virtuais.

Desta forma, esta pesquisa busca trazer à tona as oportunidades e desafios que surgem com a virtualização dos museus, especialmente no caso do Museu do Futebol. Ela procura ampliar nossa compreensão sobre como a digitalização e as plataformas virtuais podem influenciar a construção de narrativas culturais, a musealização do patrimônio e os diferentes modos de interação entre o público e as exposições virtuais.

## **PATRIMÔNIO E MUSEALIZAÇÃO VIRTUAL**

O patrimônio possui um caráter social e uma diversidade de valores que podem ser estéticos, científicos, educativos, mercantis, simbólicos, de comunicação ou apropriação (BENHAMOU, 2016, p. 15). Ao observar a associação desses valores patrimoniais com a sociedade, percebemos que eles não são estáticos, mas se transformam com o tempo e o espaço. Esse caráter social faz ser necessário o reconhecimento da adesão coletiva e referências culturais. É por meio desse engajamento e identificação que o patrimônio se torna significativo para a comunidade. No caso do futebol e dos museus, a defesa do patrimônio com estádios, torcidas e eventos são indicadores cruciais para medir sua capacidade de mobilização social e importância para construção de identidades (BENHAMOU, 2016, p. 20).

O avanço das TICs transformou diversas atividades sociais após a popularização dos celulares, computadores e internet. A própria produção da indústria cultural vem, nas últimas décadas, sofrendo mudanças. Assim, as produções científicas também conseguiram criar mecanismos de interação, comunicação e difusão de conhecimento.

Em seu texto, Benhamou defende o caráter social que o patrimônio possui e, da mesma maneira, a diversidade de valores que pode ter, podendo ser um valor

estético, científico, educativo, mercantil ou simbólico, além dos valores de comunicação e apropriação realizada por cada patrimônio. Nesse sentido, Benhamou afirma que os “valores científicos (o de um sítio arqueológico) ou simbólicos (o de uma igreja rural) fortes podem acompanhar um valor mercantil nulo ou muito fraco” (BENHAMOU, 2016, p. 25).

Com isso, podemos refletir sobre as associação desses valores com a sociedade, suas transformações econômicas, geográficas e temporais. Ao colocar os patrimônios enquanto elementos sociais, Benhamou acrescenta, então, que é necessário também que o patrimônio tenha adesão coletiva e referências culturais. Dessa maneira, é possível medir essa capacidade de mobilização social patrimonial, no cenário francês, através do voluntariado e da defesa do patrimônio.

A partir da reflexão do impacto social que a patrimonialização possui e a construção de vínculos, o autor francês evoca outros autores para pensar no significado das restaurações, assim como Henri-Pierre Jeudy (2005), outro autor que problematizou o processo de restauração dos bens patrimoniais. Benhamou apresenta um exemplo aos leitores, o arquiteto parisiense do século XIX, Eugène Viollet-le-Duc, que se empenhou, ao longo de sua vida, em restaurar construções da Idade Média. Como característica da sua metodologia, Eugene fazia restaurações que buscavam "restabelecer" o edifício num estado completo, indo além de apenas consertar o necessário. Com isso, ele pode ter, inclusive, empregado sentidos que não existiram no passado.

Dessa maneira, o autor problematiza as restaurações feitas no processo de patrimonialização, trazendo que “para Ruskin, é preferível abandonar à morte um edifício a roubar-lhe a alma com tantas restaurações” (BENHAMOU, 2016, p. 25). Com essa ideia, podemos então refletir sobre esse impacto de alteração que a restauração pode causar e, talvez, também pensar no apagamento das mudanças causadas pelo tempo, e uma tentativa de congelamento da História. Nesse sentido, Benhamou traz que, no caso francês existe a criação do conceito de obras de arte nacionais, que são prestigiadas, não podem ser exportadas e carregam a identidade da Nação a partir da sua preservação.

A visão do patrimônio enquanto construtor de uma identidade nacional pode ser vista também ao pensarmos em outros lugares além da França. Como por exemplo o *Museum Olympic Athens*, inaugurado em 2021, que cria, em sua exposição permanente, uma linha do tempo em que narra a história do esporte da Antiguidade à



atualidade. Através dessa construção, o museu busca, além da construção do fair play como valor universal, destacar “o papel fundamental da Grécia na promoção do Olimpismo e a promoção de Atenas como Capital Olímpica” (MUSEUM OLYMPIC ATHENS, 2023).

Por sua vez, diversos museus de futebol se encontram dentro das estruturas dos estádios de futebol, construindo a narrativa da história do futebol sendo escrita por atores inseridos nestes espaços. Este é o caso do Museu do Futebol, no Estádio do Pacaembu, em São Paulo/SP, e em diversos outros estádios reformados para a Copa do Mundo FIFA 2014, como os museus do futebol localizados no Mineirão, em Belo Horizonte/MG e no Maracanã, no Rio de Janeiro/RJ; como também o Museu do Bahia, na Fonte Nova, em Salvador/BA. Em caso de museus internacionais, podemos citar o *Museo de Colo Colo*, no Estádio Monumental, em Santiago do Chile; e o *Museo del Toluca*, na cidade de Toluca, no México.

Este fato não limita a ocorrência apenas na modalidade do futebol, o Museu de Esportes de São José dos Campos, no estado de São Paulo, também se localiza nas dependências de um estádio, o Estádio Martins Pereira. E o *Australian Sports Museum*, localizado no Melbourne Cricket Ground, na cidade australiana de Melbourne.

Por fim, também é possível refletir sobre a criação de museus de esporte que são construídos nas sedes de federações ou organizações esportivas, questionando-se sobre a construção da imagem do esporte com essas instituições. Neste caso, pode-se citar o Museo del Fútbol Sudamericano, na sede da Confederação Sul-Americana de Futebol (CONMEBOL), em Assunção, no Paraguai, e o *Museo del Fútbol Ecuatoriano*, na sede da Federação Equatoriana de Futebol (FEF), em Quito, no Equador.

Os exemplos anteriores reforçam o que Bernhamou fala no seu texto que os desejos da preservação patrimonial, principalmente os patrimônios científicos e técnicos, aparecem no século XIX (BENHAMOU, 2016, p. 28). Assim, é importante localizarmos esse ideal em um contexto de construção de símbolos nacionalistas, de retorno ao passado pela estética do romantismo e pelo positivismo que impunha a ideia da História *Magistra vitae*, ou seja, um passado pronto que serve para ensinar os passos para o progresso.

Com esse papel nacionalista, a patrimonialização ganha então um objetivo de manutenção dos símbolos e das relíquias, passando de geração para geração. Assim,

o autor francês coloca a problemática de que “cada geração oferece uma interpretação diferente do passado e depreende dela ideias novas” (BENHAMOU, 2016, p. 30). Ou seja, apesar de ter um papel de manutenção, o processo de construção de novos significados para uma mesma relíquia também faz parte do processo de patrimonialização, o que tem impacto também nas ações de preservação do patrimônio, afinal, qual desses significados são invocados no processo de preservação e restauração?

Nesse sentido, é importante refletir sobre as diferentes narrativas que são apresentadas em museus a partir dos significados construídos em torno dos itens preservados ou restaurados. Tanto em museus virtuais, quanto em museus com espaços físicos, existem narrativas construídas e que são apresentadas ao público. Todavia, mesmo quando um mesmo objeto é inserido nos dois tipos de museus, ele pode não invocar o mesmo significado por quem o lê. Seja devido a mediação museal, conhecimento prévio do tema ou qualidade da peça exposta, uma exposição virtual e uma exposição física serão sempre diferentes, mesmo que o objeto apresentado seja igual.

A criação de museus que guardam relíquias da história de determinada cidade ou país não é novidade. Na primeira metade do século XX, a república brasileira, bem como o próprio ideário de nação encontravam-se em processo de construção. Em sua obra *A Biologia Militante*, a historiadora Regina Horta disserta acerca da ciência nessa nação que era construída na primeira metade do século XX. Para isso, a autora usa como fio condutor a história do Museu Nacional do Rio de Janeiro, buscando mostrar também os acordos políticos e científicos feitos.

Para a historiadora, o Museu Nacional era um grande difusor da ciência e de ideais escolhidos como importantes para a construção da nação. Por isso, a parceria do Estado foi muito forte desde o século XIX, já que ele tinha um diferencial pedagógico, com iniciativas de difusão científica, que ensinava jovens e adultos sobre a história natural do lugar onde moravam, tratando a natureza de forma quase romântica e culminando para que a natureza se tornasse um patrimônio nacional.

Todavia, quando pensamos nestes espaços de musealização em formato virtual é possível apresentar ricas discussões sobre formas, usos e contradições. Dessa maneira, nos últimos anos, o tema se tornou assunto entre os museólogos e outros cientistas que pensam os Museus. Segundo Henriques (2018, p. 56), “a primeira vez que o termo museu virtual apareceu foi num artigo de Dennis Tsichritzis

e Simon Gibbs, do Centro Universitário de Informática da Universidade de Genebra, apresentado durante a Conferência do ICHIM em 1991”, isso significa que o conceito de “museu virtual” é recente, tendo sua consolidação posterior a entrada do século XXI, com a disseminação do acesso à internet.

Apesar de parecer uma ideia simples em que exista um portal na internet que apresente fotos ou vídeos de fontes históricas que antes estavam em uma sala de algum museu de alguma cidade, Henriques nos traz uma importante discussão: um site de um museu não o torna um museu virtual. Para a autora, “só pode ser considerado museu virtual, aquele que tem suas ações museológicas, ou parte delas trabalhadas num espaço virtual, uma vez que somente através das ações museológicas é que poderá acontecer uma completa mediação entre o museu e o seu público.” (Henriques, 2018, p. 63).

Tal entendimento é essencial para pesquisadores quando se analisa o *Google Arts and Culture*, plataforma do Google que possibilita acesso virtual a museus de vários países do globo. Essa ferramenta foi criada em 2008, por Clara Rivera, trabalhadora da companhia na Espanha. Na época, a equipe elaborou um projeto local de divulgação de da arte e dos museus em colaboração com o Museu Nacional do Prado que recebeu o nome de *Obras Maestras del Prado en Google Earth* que era acessado pelo *Google Earth*, um programa da mesma empresa que permite interação com um modelo 3D do globo terrestre. Assim, o projeto apresentava mapas do museu e permitia contemplar 14 obras que ficavam em exposição na sede física do Museu Nacional.

Após o sucesso da iniciativa espanhola, a empresa estadunidense investiu em criar parcerias com outros museus do mundo, fazendo com que surgisse uma plataforma própria intitulada *Google Arts & Culture*. Atualmente, o espaço virtual conta com parceria com mais de 2.000 instituições culturais, tendo mais de 6 milhões de imagens e mais de 6.000 exposições na internet, tendo como justificativa, a democratização do acesso à cultura (LOMBAO, 2020, p. 162).

Dessa forma, os museus virtuais surgem como possibilidade de democratização do acesso a grandes instituições, como o Museu do Louvre. A partir desses espaços de acesso pela internet, o visitante pode conhecer instituições museológicas da França, Estados Unidos ou Itália em um só dia, com apresentações de acervos que partem desde objetos físicos, até criações iconográficas digitais (LOUREIRO, 2004 *apud* AQUINO *et al*, 2007).

Contudo, as inovações e a democratização das plataformas de virtualização dos museus devem ser analisadas com cautela e dentro do contexto socioeconômico e cultural que o acessa. Para Canclini (1999), a abertura das escolas e museus, as suas gratuidades e ações difusoras, não garantem a acessibilidade, uma vez que a capacidade de apropriação do capital cultural transmitido ao público está diretamente relacionada à escala econômica e educacional deste público (CANCLINI, 1999, p.17).

Assim, podemos apontar como fatores a falta de mediação e de letramento digital de parte da população. Dessa forma, “as desigualdades na formação e apropriação do patrimônio cultural são espaços de luta material e simbólica” (CANCLINI, 1999, p.18), tornando essencial o questionamento do papel das narrativas do Museu do Futebol na formação das identidades, das comunidades imaginadas e do hibridismo latino-americano (HALL, 2006).

As investigações referentes às relações entre patrimônio e esporte são observadas por novas formas de representação do patrimônio cultural. Isso se deve ao fato de, nos últimos anos, a cultura popular ter passado a ocupar “uma nova forma de olhar, alargando (e esgarçando) a perspectiva do que se entende como patrimônio” (FONSECA e PERES, 2020, p.81). Assim, à medida que o futebol masculino brasileiro é utilizado para representar a identidade e a história do país ele passa a ser visto pelos poderes políticos e estudos acadêmicos como patrimônio cultural.

## **VIRTUALIZAÇÃO DO MUSEU DO FUTEBOL**

Inaugurado em 29 de setembro de 2008, o Museu do Futebol ocupa uma área de 6.900m<sup>2</sup> do espaço abaixo das arquibancadas do Estádio Municipal Paulo Machado de Carvalho, o Pacaembu, em São Paulo/SP. O museu é administrado pela Organização Social de Cultura IDBrasil Cultura, Educação e Esporte, uma organização privada, e foi criado a partir de uma parceria entre o Governo do Estado de São Paulo e a Fundação Roberto Marinho.

A exposição de longa duração do Museu do Futebol é formada por 15 salas, dando forma a um percurso que constrói uma história do futebol e do país. De acordo com o museu, este percurso instiga “o visitante a experimentar sensações e compreender por que, no Brasil, o futebol é mais do que um esporte: é nosso patrimônio, parte de nossa cultura e de nossa identidade” (MUSEU DO FUTEBOL, 2023).

Disponível virtualmente na plataforma *Google Arts & Culture*, o museu apresentava, em inspeção realizada no dia 5 de julho de 2023, um total de 21 exposições on-line, chamadas de “histórias”, e 1.128 itens digitalizados. Também é possível visualizar a exposição de longa duração do museu através dos recursos de *Street View*, ferramenta que permite ao público apreciar detalhes e explorar os corredores do museu de forma online e com imagens em 360°.

A adesão do Museu do Futebol ao *Google Arts & Culture* é uma forma de tornar o acesso e a experiência democratizadora, permitindo que as pessoas explorem suas exposições de forma virtual, seja para aprender ou se entreter com as histórias do esporte e seus entrelaçamentos com a história e identidade nacional.

O museu conta com telas interativas, projeções, jogos e simuladores que permitem aos visitantes vivenciar o universo do futebol de forma participativa. Essa abordagem inovadora e interativa contribui para atrair e engajar pessoas de diferentes idades e interesses. Enquanto Hollanda e Ribeiro (2021) exploram o papel pioneiro dos Museus da Imagem e do Som do Rio de Janeiro e de São Paulo na criação de acervos de entrevistas sobre futebol no Brasil. Com ênfase na forma como esses museus realizaram entrevistas com jogadores, técnicos, jornalistas esportivos e dirigentes, o trabalho destaca o impacto desses projetos na percepção do futebol como parte integrante do contexto cultural e artístico dessas instituições.

Nesse sentido, serão objeto de análise a relação do Museu com a Fundação Roberto Marinho, instituição ligada à Rede Globo de Televisão, principal emissora brasileira, que foi a fundadora do Museu do Futebol de São Paulo. A partir disso, será possível observar a construção de memórias e de identidades para a formação de uma cultura de valorização do Futebol no Brasil. Além disso, será observado as formas de apresentação dos contextos históricos perpendiculares aos eventos esportivos, refletindo sobre a narrativa proposta pelas salas temáticas na construção de uma história do futebol. Após visita à plataforma de *Street View* do Museu do Futebol fornecida pelo *Google Arts & Culture*, encontramos as seguintes exposições, apresentadas de acordo com seus níveis físicos. Registra-se que, ao acessar o *Street View* do Museu do Futebol, o visitante virtual é enviado diretamente ao último nível, para a Sala da Copa. Porém, para este estudo, optamos por começar a visita do Térreo, buscando ter a experiência do público que tem a oportunidade de ver a exposição presencialmente.

## **Térreo**

A jornada do público ao Museu do Futebol é iniciada por uma imagem que o posiciona a frente da primeira catraca do museu. Localizado no térreo, o visitante pode explorar uma área aberta e grande, contendo as vitrines da loja *Futebol Super Store*, com manequins masculinos vestindo uniforme dos times: Palmeiras, Fluminense, São Paulo, Grêmio e Atlético Mineiro e da Seleção Brasileira.

Ainda ao explorar este nível, o visitante é capaz de visualizar uma maquete que representa o Estádio do Pacaembu e, por fim, a primeira exposição: Sala Grande Área. Neste espaço, são apresentadas reproduções de objetos diversos que remetem a itens antigos do futebol e, de acordo com a descrição fornecida pelo museu, fazem parte da memória afetiva do futebol, são dezenas de flâmulas, selos, cartões postais e outras imagens que se referem a diversos clubes de futebol do Brasil. A visão em 360° do *Street View* também permite ao visitante a estrutura das arquibancadas do Estádio Pacaembu, que está “sobre a sua cabeça”.

## **1º Andar**

Ao subir para o primeiro andar, o visitante se depara com um totem projetando a imagem de Pelé. Para o visitante virtual esta é apenas uma imagem estática e de pouca interação. Este totem se trata de uma mensagem de boas-vindas ao museu, gravada por Pelé. Porém, na exploração através da ferramenta do *Google Arts & Culture* não há explicações nem forma de interações com o totem, que fez ser necessário sair da plataforma para acessar o site oficial do Museu do Futebol e buscar a explicação.

Continuando o percurso o visitante é levado à Sala Pé na Bola. Neste espaço, um corredor, estão localizadas diversas televisões que, para o visitante virtual, são apenas imagens em tons claros e que não dizem nada. Mais uma vez foi necessário buscar informações externas para descobrir que se trata da Sala Pé na Bola, que retrata os futebóis praticados por crianças. Na sequência, chega-se à Sala Anjos Barrocos, essa sim identificada, que homenageia 27 jogadores e jogadoras que marcaram gerações.

Atenta-se aqui para uma divergência de informações. A informação disponível através da virtualização do Museu do Futebol informa que são 25 jogadores

homenageados. Porém, uma vez que, no totem do Pelé e na Sala Pé na Bola abrimos o site para buscar mais informações, nota-se que as informações fornecidas no site indicam que são 27 jogadores e jogadoras homenageadas, acrescentando a informação de que as imagens são expostas de forma a fazer com que parecem flutuar no espaço, ao som compassado de atabaques, sendo esta uma experiência interativa que não é possível de ser usufruída pelo visitante virtual.

Na sequência têm-se a Sala dos Gols e a Sala do Rádio, devidamente identificáveis pelo visitante virtual. Estas salas apresentam jogadas destes jogadores e jogadores, permitindo que o visitante escolha o que assistir ou ouvir. Porém, mais uma vez o visitante é frustrado pela necessidade de dar vários cliques para seguir adiante sem poder aproveitar a experiência, uma vez que a virtualização do museu é feita apenas por imagens estáticas.

Assim termina o primeiro andar do Museu do Futebol no *Google Arts & Culture*, com o visitante não podendo interagir com nenhuma exposição e sem ter meios suficientes para compreender do que se trata o espaço.

## **2º Andar**

Ao subir para o 2º andar do museu, o visitante se depara com diversas salas temática que buscam apresentar as diferentes dimensões e momentos da relação do futebol brasileiro com a história e cultura do país. Este andar tem início na Sala Origens, onde são expostas fotografias do século XIX até meados de 1930. A maioria dessas fotos representam contextos culturais e sociais de uma época amadora do futebol. Dando zoom, pode-se observar as fotografias com maior detalhe, registrando a existência de fotos de mulheres acompanhadas de seus maridos em eventos esportivos e outras ocasiões, assim como a representação de homens negros. De acordo com o museu, as imagens buscam demonstrar a miscigenação do esporte, marcada pela profissionalização na década de 1930, e a interrupção abrupta da trajetória do futebol feminino.

Seguindo adiante, chega-se à Sala dos Heróis onde, de acordo com placa descritiva no museu, são homenageadas 20 personalidades brasileiras que representam o Brasil através de suas miscigenações culturais. Mais uma vez o visitante virtual não tem nada mais a fazer além de seguir adiante, sem conseguir

interagir com o tema ou ver quais são as 20 personalidades, uma vez que as telas estáticas mostram apenas Di Cavalcanti e Pixinguinha.

Em um corredor que conecta as salas anteriores ao restante do Museu do Futebol está a Sala dos Ritos de Passagem. Esta sala exibe um vídeo da derrota da Seleção Brasileira na Copa de 1950. As imagens captam lances e emoções do público presente na partida. Porém, novamente, na modalidade virtual não há nenhuma explicação sobre a sala, fazendo com que as informações tenham que ser buscadas em sites externos ao *Google Arts & Culture*.

A Sala das Copas é a sala seguinte, e também é a sala em que o visitante é colocado logo após acessar a ferramenta de *Street View* do *Google Arts & Culture*. Essa sala apresenta diversas televisões em pilastras diferentes, onde cada pilastra representa uma década. Nas televisões é possível observar informações relacionadas a participação do Brasil nas Copas do Mundo, assim como fatos relevantes, nacionais e internacionais, destes períodos.

Assim, é possível observar escritas e imagens como: “Nos salões do Copacabana Palace, eram realizados os grandes desfiles de moda de gala. Era o Rio de Janeiro dos anos dourados”, referente à década de 1950; e “Hebe Camargo, presente na da televisão brasileira, em 1950, permanece no comando de seu programa, São Paulo, 1979”, sobre a década de 1970; “Hortência e Paula, mãos mágicas que levam o basquete feminino brasileiro ao título mundial”, sobre a década de 1990. Seguindo o tour pelo museu, chega-se a Sala Pelé-Garrincha, que conta com a exposição da camisa que Pelé usou na final da Copa de 1970, contra a Itália.

Passando pela passarela Radialista Pedro Luiz, chega-se a última área do Museu do Futebol acessível pelo *Street View* do *Google Arts & Culture*. Na Sala dos Números, a primeira desta área, são mostradas curiosidades relacionadas ao futebol. Placas gigantes exibem as “17 regras do futebol”, passando a imagem de jogo simples. Ainda podem ser vistas sete réplicas de bolas, que demonstram as modificações ao longo do tempo e a evolução do design. Da mesma forma, também são exibidas réplicas de sete chuteiras, ilustrando as mudanças no calçado ao longo dos anos.

Por fim, a sala Dança do Futebol celebra a expressão artística do futebol. Bolas gigantes ocupam o ambiente, exibindo em seu interior filmes de dribles, gols, e defesas de atletas do futebol por meio de imagens do antigo cinejornal Canal 100. Parte dessa sala é dedicada às realizações e lutas das mulheres no futebol, sendo



representadas através dos filmes “Pioneiras”, “Jogo Bonito” e “Campeonatos”, que destacam feitos importantes e históricos das mulheres nesse esporte. Embora não seja possível assistir aos filmes através da interação com o *Google Arts & Culture*, a parte interna da bola possui placas explicativas bem localizadas, que facilitam a compreensão pelo visitante virtual.

No universo virtual do Museu do Futebol, o visitante é convidado a embarcar em uma jornada pela história do esporte e da cultura brasileira. As exposições do museu conduzem o visitante por um percurso repleto de informações, imagens marcantes e detalhes que, em diversos momentos, misturam de forma problemática a história do futebol brasileiro com a história do futebol paulista. Forma problemática, pois, este é um museu que almeja construir uma narrativa sobre o esporte nacional, ao contrário do Museu do Futebol localizado no Mineirão, em Belo Horizonte/MG, por exemplo. Dessa forma, o visitante deve se questionar sobre a completa ausência de referências sobre o futebol das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste do Brasil. Também deve ser questionada a representação da história do futebol através da Seleção Brasileira. A ausência de informações sobre clubes e campeonatos causa certo desconforto, tirando a possibilidade de se ter identidades plurais através do esporte.

As salas temáticas oferecem um panorama amplo, abordando desde as origens do futebol no Brasil até as vitórias da seleção em Copas do Mundo. Os elementos como as placas gigantes das “17 Regras do Futebol”, as exposições de quadros, bolas e chuteiras, enriquecem a experiência, aproximando o visitante desse universo esportivo.

No entanto, a ausência de uma mediação museal nessa plataforma virtual limita a compreensão e interação com as exposições. A falta de explicações prévias sobre as funcionalidades da visita virtual pode deixar os visitantes perdidos e desorientados, dificultando a navegação e exploração completa das exposições. Assim como a ausência de um minimapa para nos situar no ambiente virtual também contribui para essa sensação de perda.

Outro aspecto que merece destaque é a falta de uma abordagem mais aprofundada sobre temas importantes, como machismo e racismo no futebol. Essas questões têm sido objeto de reflexão e debate na sociedade e teriam espaço para enriquecer a discussão no museu virtual, proporcionando uma visão mais completa e crítica do esporte.

Assim, a democratização do acesso é um dos pilares das exposições virtuais, permitindo que pessoas de diferentes partes do mundo tenham a oportunidade de explorar a história do futebol brasileiro. No entanto, essa democratização não se completa quando a experiência virtual carece dos vídeos, áudios e interatividades presentes nas visitas presenciais. Apenas as fotos em 360º não são suficientes para transmitir a riqueza e vivacidade das exposições.

O Museu do Futebol virtual é um passo importante em direção à disseminação da cultura esportiva e sua história. No entanto, são necessários aprimoramentos na plataforma para que a experiência virtual esteja à altura das expectativas do visitante, que busca ter algo próximo a experiência presencial. Assim, se faz necessária a inclusão de elementos que ofereçam um contexto mais claro, interatividade enriquecedora e abordagens mais aprofundadas acerca de temas relevantes para a sociedade atual.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante das análises realizadas, é possível refletir sobre o contexto brasileiro e os processos envolvidos na preservação e valorização do patrimônio cultural. Assim como o caso francês trazido por Benhamou, o Brasil também apresenta instituições públicas responsáveis pelo controle burocrático dos bens materiais e imateriais, sendo guiados pelos processos de tombamento e de registro. O tombamento pode acontecer em níveis municipais, estaduais e nacionais, tendo como exemplo alguns conjuntos arquitetônicos de cidades brasileiras que são patrimônios tombados, como é o caso de Brasília, Ouro Preto e Belo Horizonte.

No cenário brasileiro, as diferenças entre patrimônio público e privado também é uma questão marcante. Enquanto certos acervos privados permanecem inacessíveis devido a restrições familiares ou custos de entrada, como por exemplo o Instituto Inhotim, um Museu de Arte Contemporânea em Brumadinho, Minas Gerais. Por sua vez, o registro é feito para os chamados bens imateriais, ou seja, as tradições e saberes culturais. Da mesma forma que acontece com o tombamento, ao requerer o registro de algum bem, a comunidade interessada precisa passar por um processo burocrático. Assim, os patrimônios no Brasil passam por processos de patrimonialização que, muitas vezes, podem atribuir significados que não existiram no

passado ou servir para manutenção de uma história *Magistra vitae*, visando a manutenção de ideais conservadores.

Neste contexto, o Museu do Futebol se mostra como um espaço rico para discutir identidade e narrativas sobre o esporte no Brasil. A análise das salas temáticas disponíveis no *Google Arts & Culture*, e a exploração através da ferramenta de *Street View*, proporcionam ao usuário a possibilidade de se locomover pelos corredores do museu, observando as exposições do acervo. Ao avaliar sua estrutura, finalidade e destinatários, surgem perspectivas de investigação nos campos de patrimônio, museologia e usos das plataformas virtuais.

Também se destaca o papel dos museus esportivos como ferramentas interdisciplinares de contato do público com fontes musealizadas. O exemplo do Museu do Futebol demonstra como a mediação tecnológica pode enriquecer o conhecimento por meio de um fenômeno socialmente relevante, como o futebol.

Entretanto, ao explorar mais a fundo a virtualização do Museu do Futebol, nos deparamos com uma série de desafios. A falta de mediação museal é evidente, tornando difícil para os visitantes compreenderem a proposta e as funcionalidades da visita virtual. A ausência de um minimapa para indicar a localização do visitante na exposição e a falta de interatividade são limitações que comprometem a experiência. Além disso, a concentração nas narrativas sudestinas do futebol brasileiro revela uma tendência que não reflete adequadamente a diversidade do futebol no país.

É notável também a ausência de uma exposição mais aprofundada sobre temas sensíveis como machismo e racismo no futebol, apontando para a necessidade de abordagens mais amplas e críticas. A democratização do acesso, embora seja um objetivo declarado das plataformas virtuais, enfrenta desafios como a falta de vídeos e áudios nas exposições, além da falta de interatividade real, já que se resumem a imagens estáticas.

Em síntese, a análise do Museu do Futebol e a exploração das possibilidades oferecidas pelas ferramentas virtuais apontam para a riqueza das narrativas culturais e esportivas. Enquanto essa abordagem proporciona um contato mais amplo com o patrimônio, as limitações observadas e os desafios apontados ressaltam a necessidade contínua de aprimoramentos. Assim, ao considerar tanto o potencial quanto as lacunas, as pesquisas no campo da comunicação, em diálogo com a história e a museologia, podem contribuir significativamente para o enriquecimento da preservação cultural e da educação por meio de museus virtuais. É imperativo, no

entanto, que se busque soluções para os obstáculos mencionados, visando uma democratização efetiva e uma experiência enriquecedora para todos os públicos.

## REFERÊNCIAS

AQUINO, Mirian de Albuquerque. COSTA, Antonio Roberto Faustino. *et al.* A ciência em ação: o museu virtual de imagens da cultura africana e afrodescendente. *Revista Inclusão Social*, Brasília, v. 2, n. 1, p. 18-29, out. 2006/mar. 2007.

BENHAMOU, Françoise. Os territórios flutuantes do patrimônio. In: BENHAMOU, Françoise. *Economia do patrimônio cultural*. São Paulo: Edições SESC, 2016

CANCLINI, Néstor Garcia. "Los usos sociales del Patrimonio Cultural" En Aguilar Criado, Encarnación (1999). *Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio* Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. 1999. p.16-33

DUARTE, Regina Horta. *A Biologia militante: o Museu Nacional, especialização científica, divulgação do conhecimento e práticas políticas no Brasil – 1926-1945*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2010, 219 p.

FONSECA, Vivian; PERES, Fabio. Patrimônio Esportivo: propostas para um estado da arte. In *História do Esporte: Diálogos disciplinares*. (Orgs) MELO, Victor Andrade; FORTES, Rafael; PERES, Fabio; COUTO, André Alexandre Guimarães. Rio de Janeiro, RJ. 7Letras. 2020. p.79.90

HALL, Stuart. Quem precisa da identidade? In: *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Org. SILVA, Tomaz Tadeu da. 15ed. - Petrópolis, RJ: Vozes, 2014. p.103-133

HENRIQUES, Rosali. Os Museus virtuais: conceitos e configurações. *Cadernos de Sociomuseologia* (vol. 55) nº 12 -2018.


HOLLANDA, Bernardo Buarque de; RIBEIRO, Raphael Rajão. Museus de fronteira e a musealização do futebol – o lugar da memória futebolística no campo museal brasileiro (anos 1960- 1990). *Museologia E Patrimônio*. 2021. p. 121-147.

JEUDY, Henri-Pierre. *Espelho das cidades*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2005, p. 87.

LOMBAO, C. Reigosa. Google Arts & Culture y los museos virtuales: nuevas herramientas de difusión del patrimonio cultural. Valencia: Universitat Politècnica de València. I Simposio anual de Patrimonio Natural y Cultural - ICOMOS, España. 21-23 de noviembre 2019.

**Museu do Futebol**. Disponível em:

<<https://artsandculture.google.com/partner/museu-do-futebol>>. Acesso em: 4 jul. 2023.



**Capítulo 9**  
**DO VIDEO-TAPE AO VAR: O FOOTBYTE E**  
**AS MUDANÇAS NAS ARQUITETURAS DO**  
**OLHAR E DA EXPERIÊNCIA DE**  
**JORNALISTAS ESPORTIVOS**  
*Ricardo Bedendo*

# DO VIDEO-TAPE AO VAR: O FOOTBYTE E AS MUDANÇAS NAS ARQUITETURAS DO OLHAR E DA EXPERIÊNCIA DE JORNALISTAS ESPORTIVOS

**Ricardo Bedendo**

*Professor do Departamento de Técnicas Profissionais e Conteúdos Estratégicos do curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora; coordenador do Footbyte: Núcleo de Estudos em Comunicação, Futebol e Tecnologia; Doutor em Ciências Sociais/UFJF; ricardo.bedendo@ufjf.br*

## **RESUMO**

O Footbyte: Núcleo de Estudos em Comunicação, Tecnologia e Futebol foi criado em 2023 para dar sequência às pesquisas iniciadas em 2009 que propunham problematizações conceituais e práticas sobre as profundas transformações provocadas pela intervenção da tecnologia nas experiências, olhares e decisões do tradicional Football. Agora, cada vez mais, a utilização do *Video Assistant Referees* (VAR) nos convida ao jogo pós-humano, que denominamos de *Footbyte*. Nossa metodologia abrange a revisão de literatura e, em especial, a pesquisa histórica/documental aliada à análise discursiva de jornalistas, por meio dos registros de jornais. Estes nos ajudam a pontuar as mudanças na relação com o jogo dentro e fora de campo.

**Palavras-chave:** footbyte.football.tecnologia.jornalismo esportivo.

## **ABSTRACT**

Footbyte: Center for Studies in Communication, Technology and Football was created in 2023 to continue the research started in 2009 that proposed conceptual and practical problematizations about the profound transformations caused by the intervention of technology in the experiences, looks and decisions of traditional Football. Now, increasingly, the use of Video Assistant Referees (VAR) invites us to the post-human game, which we call Footbyte. Our methodology encompasses the literature review and, in particular, historical/documentary research combined with the discursive analysis of journalists, through newspaper records. These help us to point out the changes in the relationship with the game on and off the field.

**Keywords:** footbyte.football.technology.sports journalism.

## INTRODUÇÃO

A histórica frase do jornalista Néelson Rodrigues “Se o videoteipe diz que foi pênalti, pior para o videoteipe. O videoteipe é burro”, lembrada pelo escritor Ruy Castro (1992, p.312), demarca muito mais do que um avanço da tecnologia sobre a televisão no final dos anos de 1950. A ironia de Rodrigues contrapôs a opinião dos colegas de mesa no saudoso programa esportivo “Resenha Facit”. Pautados pelo olhar da máquina, os cronistas analisavam a não marcação de um pênalti a favor do Flamengo contra o Fluminense, em 1962, pelo árbitro Airton Vieira de Moraes. Castro (1992) relata que Luiz Mendes pediu para “rodar solenemente o teipe” para que pudessem tomar uma decisão sobre a atuação do juiz.

A tecnologia do videotape lançada nos Estados Unidos em 1956 e introduzida na TV brasileira em 1960 (PÔRTO JÚNIOR et. al, 2018) pontua um recorte histórico fundamental da intervenção do *chip* nas diferentes “arquiteturas do olhar e da experiência” (BEDENDO, 2011) de todos os sujeitos do então tradicional *football*. A possibilidade de gravação e de rever cada momento de uma partida, ainda que de maneira muito lenta e com poucas opções de ângulos ou aproximações, sublinha o que poderíamos considerar já um “namoro” entre a *ball* e os *bytes* do Vale do Silício americano. Esta relação, com o passar dos anos, foi se tornando ainda mais próxima, veloz, audaciosa, provocativa e com potencial cada vez maior de intervenção nas tomadas de decisões dentro e fora dos campos.

## **DO FOOTBALL AO FOOTBYTE: MÉTODOS PARA COMPREENDERMOS AS MUDANÇAS NAS “ARQUITETURAS DO OLHAR E DA EXPERIÊNCIA”**

Do *football* da sociedade panóptica disciplinar do final do século XIX, chegamos ao potente *footbyte* das comunidades *self-mídia high-tech* de “inflação das telas” (LIPOVETSKY; SERROY, 2009, p.255) em 2023. Este artigo faz um recorte dos discursos de jornalistas esportivos brasileiros que, em 1986, na Copa do Mundo de Futebol do México, tiveram suas experiências e olhares ainda mais provocados com a estreia do “tira-teima” na TV Globo. Depois dos períodos de “flerte”, “paixão” e de “noivado”, casam-se a bola e os *bytes* da tecnologia das lentes e dos gráficos televisivos. É neste contexto que os jornalistas, já na primeira partida da Seleção Brasileira, no dia 1º de junho, diante da Espanha, são convidados a um “*download*” de

atualização de suas relações com o esporte. Aos 7 minutos do segundo tempo, a seleção europeia marcou um gol não validado pelo árbitro australiano Christopher Bambridger e nem por seu assistente. O espanhol Michel bateu forte de fora da área, a bola acertou o travessão e tocou a grama, atrás do goleiro brasileiro Carlos, que nada pode fazer. Pelas retinas dos juízes, a bola não havia ultrapassado totalmente a linha de gol.

Alguns jornalistas à frente das transmissões tiveram dúvida, enquanto outros, apenas pelo *replay*, como o saudoso João Saldanha, na Rede Manchete, foram certos na afirmação do gol (BEDENDO; MONTEIRO, 2014). A linha traçada pelo computador no congelamento da imagem, no “efeito choque” do *stop* (LIPOVETSKY; SERROY, 2009), “comprovou” que a “redonda” havia ultrapassado em 20 centímetros a risca do gol. Para completar o cardápio do *buffet* tecnológico, o Brasil venceu com um gol de Sócrates, marcado logo depois, em impedimento não assinalado, segundo alguns jornalistas.

As narrativas discursivas dos profissionais de imprensa nos jornais “O Globo”, “Folha de São Paulo” e “Jornal dos Sports” retratam a convivência conflituosa com os “*updates*” das “lentes de contato” aplicadas compulsoriamente sobre o olhar humano. No dia 2 de junho de 1986, Dalton Crispim escreveu no Jornal dos Sports: “deu Brasil, graças a Deus. E como sou daqueles que, em futebol, quero ganhar até com gol de mão, no último minuto, marcado por um jogador impedido, não me interessa discutir se a bola do Michel entrou ou não”.

Em 2023, podemos afirmar que o *Footbyte* veste o seu uniforme mais *fashion* sob o ponto de vista de que as ferramentas tecnocientíficas de comunicação, em especial as audiovisuais, assumem de vez e majoritariamente o apito. Agora, o VAR (sigla para o termo em inglês *video assistant referee*) e outras interfaces como o *Hawk-Eye* (olhos de faisão) que rastreiam os caminhos da bola, como relatam Guimarães e Costa (2020, p.503), apresentam-se como capazes de fornecer “soluções confiáveis para a tomada de decisão da arbitragem, captando imagens em diversos ângulos de objetos e pessoas”.

Portanto, nossa intenção é evidenciar a característica de um “jogo pós-humano” (BEDENDO, 2012) que, como nunca antes na história, desafia, acima de tudo, eticamente os jornalistas nas suas multiplicadas vivências e em seus discursos reverberados, compartilhados e com poder de impacto social imensamente maiores, potencializados pelas redes sociais digitais. A metodologia de pesquisa bibliográfica



e documental, com a análise discursiva, busca mostrar, principalmente, a importância de voltarmos no tempo para compreendermos o que, de fato, estamos fazendo e o que temos que moldar daqui para frente nesta pauta esportiva.

Como contextualizam Oliveira et al. (2020, p.95), “a partir do momento em que o árbitro central faz o gesto do retângulo imitando a tela do monitor, o tempo do jogo e das interpretações, como já destacado, se alteram e entram em cena”. O aporte de dezenas de câmeras altera e reconfigura os níveis de exigência dos olhares, das experiências, das decisões e de outras muitas subjetividades. O VAR foi introduzido oficialmente na Copa do Mundo de 2018, na Rússia, e, como resgatam Oliveira et. al (2020, p.97), em um jogo, são 33 câmeras, sendo duas voltadas especificamente para situações de impedimento e outras duas exclusivas no árbitro principal, com acompanhamento das suas tomadas de decisão e sinalizações. “Existe também, quatro câmeras que filmam em ultra câmera lenta e mais oito em super câmera lenta, com intuito de identificar o contato em uma possível falta ou a interpretação em lances subjetivo” (OLIVEIRA et al., 2020, p.97).

A pesquisa com ramificações históricas que propomos, desde 2009, tem, assim, a intenção de sugerir um percurso de “arqueologia e genealogia da bola e do football”. Nos parece imprescindível perceber as conexões entre os tempos que se cruzam: “rito, football e footbyte constituem-se através de protocolos sociais, mediados por demandas de diferentes épocas e ambientes nos quais o jogo se edificou e ganhou notoriedade e popularidade. Da pré-modernidade ao hipercontrole” (BEDENDO, 2012, p.3).

O acesso aos jornais por meio da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional se constitui neste trabalho como dispositivo metodológico essencial, porque nos oferece a oportunidade de visualizar e interpretar a formação dos discursos dos jornalistas em meio aos avanços da tecnologia e suas interferências em todas as circunstâncias do então *football*. Estes agrupamentos discursivos revelam “formas de exclusão”, de “limitação” e de “apropriação” e nos convidam a pensar nas “condições de aparição, de crescimento, de variação” destes enunciados (FOUCAULT, 2014, p.57). Portanto, não é só bola na rede do campo de jogo. É também imprescindível refletir sobre a *ball/byte* nas redes de relacionamentos ao longo de sua trajetória.

## TOQUE DE BALL/BYTES ENTRE TEMPOS: JORNALISTAS ESPORTIVOS MEDIADOS PELAS TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO

Em 2011, quando dissertamos sobre as primeiras concepções do que denominamos “arquiteturas do olhar e das experiências”, chamamos a atenção para a importância neste processo da composição histórica arquitetônica dos templos destinados às práticas coletivas sociais. Mostramos que a “experiência do olhar fomentou e regrou os primeiros ambientes numa arquitetura esportiva preocupada em atender à necessidade da ‘visão’ das ações humanas” (BEDENDO, 2011, p.4). Com o passar dos anos, a tecnociência amplia essa “necessidade da visão” e potencializa essas arquiteturas físicas e simbólicas em todas as suas instâncias. Assim, compreendemos o quanto é imprescindível voltar às sociedades greco-romanas para aprender que, conforme nos conta Cereto (2004, p.11), foi a corrida de pedestres a precursora da relação entre as “arquiteturas” e o desejo de um olhar mais apurado. “A tipologia do estádio é, então, oriunda dessa prática e a **maneira de ter boa visibilidade**, foi fator decisivo para a definição da forma da edificação” (Cereto, 2004, p.11, grifo meu).

A nossa opção pela Copa do Mundo de 1986, no México, é, então, um recorte desta história em movimento. A tecnologia do Tira-Teima, da Rede Globo de Televisão, apresenta-se ao Jornalismo Esportivo e ao público em geral como mais um recurso com capacidade de inserção dos *bytes* nas retinas e nos cérebros para a métrica da visão e para a consequente régua das “arquiteturas”. Começamos a experienciar, de maneiras mais incisivas e velozes, o que Lipovetsky (2007, p.64) chama de “hipertrofia de artifícios”.

O método da análise dos discursos dos jornalistas esportivos dos jornais selecionados se constitui “como efeito de sentido entre locutores” e, portanto, expressa linguagens que reproduzam um “sistema significante” (ORLANDI, 1994, p.53). Essas significações ilustram alguns dos impactos das tecnologias de informação e de comunicação nas “arquiteturas” dos profissionais de imprensa. A partida de estreia da Seleção Brasileira na competição contra a Espanha é, da mesma forma, elencada porque registrou lances convidativos ao debate das limitações do olhar natural humano e da necessidade de suplementação das lentes das câmeras e das métricas computacionais para as tomadas de decisões.

Aos 7 minutos do segundo tempo, o espanhol Francisco chutou de fora da área e a bola acertou o travessão do goleiro Carlos, batendo, logo em seguida, na grama, atrás do defensor. De início, pela visão dos árbitros, a bola não havia ultrapassado totalmente a risca do gol e, portanto, o placar permaneceu em zero a zero. Em meio à polêmica, foi o Tira-Teima, da Rede Globo, que confirmou que a bola havia entrado 20 centímetros na meta brasileira (BEDENDO; MONTEIRO, 2014, p.142).

A manchete do Jornal Folha de São Paulo, de 2 de junho de 1986, um dia após o embate entre as duas seleções, deixa bem evidente o posicionamento dos jornalistas do grupo: “Brasil vence Espanha com auxílio do juiz”. A afirmativa é reforçada com a foto da segunda capa, com o registro exato do momento da trajetória da bola entre o travessão e a linha de gol.

Figuras 1 e 2: Capa do Jornal Folha de São Paulo de 2 de junho de 1986 e segunda capa com a foto do lance polêmico da Espanha.



Fonte: Jornal Folha de São Paulo (1986)

Já na página 16, no caderno da cobertura dos jornalistas Carlos Brickmann e Ricardo Kotscho, enviados especiais a Guadalajara, a manchete da matéria reitera a então “falha” do juiz de campo: “Seleção Brasileira consegue vitória após um gol da Espanha que o juiz não viu”. Em um trecho da reportagem, os profissionais de imprensa destacam que “no segundo tempo, o jogo continuou irritante. Mas, depois que os espanhóis colocaram uma bola no gol do Brasil, - que o juiz Christopher Bambridge não deu - a seleção acordou.”

A narrativa da Folha foi uma das mais críticas. Nesta edição, os repórteres acentuaram o “erro humano” por diferentes olhares. Na página 18, com a assinatura “da reportagem local” abrem o título: “A comunidade espanhola faz críticas ao juiz”. Na matéria, o relato pautado na opinião “do valenciano – natural de Valência – Romón Solsona Valléz, 59 – presidente da Sociedade Hispano Brasileira, em cuja sede (rua Ouvidor Portugal, 541, Cambuci, zona sul) perto de trezentos imigrantes espanhóis e descendentes assistiram à derrota da ‘fúria’ para a seleção brasileira.” As aspas do representante espanhol sublinham o discurso dos jornalistas: “fomos roubados pelo juiz, que não validou aquele gol de Francisco. Como espanhol, estou chorando; como brasileiro, estou contente”.

Na sequência, na página 19, na seção “análise do juiz” é a vez de “José Astolfi, 54 – especial para a Folha – ex-juiz e ex-diretor do departamento de árbitros da Federação Paulista de Futebol”. Com o título “Atuação do australiano foi desastrosa”, Astolfi ressalta que “se já era uma temeridade para os especialistas em arbitragem a escalação de Christopher Bambridge, australiano, para o difícil jogo, muito fácil será dizer que ele mudou o resultado da partida com uma arbitragem desastrosa para a Espanha, não marcando um gol que realmente existiu.” Na continuidade do texto, o ex-juiz introduz na crítica outro personagem: o “bandeirinha” responsável por acompanhar a jogada pela lateral: “boa parte da culpa neste lance cabe ao bandeirinha holandês, Keizer, que deveria estar bem colocado, pois o lance anterior fora de escanteio.” A “punição” à arbitragem é registrada, assim, com uma avaliação: “sem diagonal, sem correr, sem punir faltas violentas, sem colocação, o árbitro deve levar a pior nota do jogo.” Por fim, uma salvação. O outro “bandeirinha” saiu ileso no teste do comentarista: “só o bandeirinha americano Davi Sacha não cometeu erros, cumprindo bem seu papel de auxiliar o complicado Christopher.”

A preocupação dos jornalistas da Folha em retratar a arbitragem não parou nesta análise. Ainda na mesma página, “Ilton José da Costa, 41 – especial para a Folha – juiz de futebol e presidente do Sindicato dos Árbitros de Futebol do Estado de São Paulo” é também “convocado” a opinar. Com a manchete “Juiz de Futebol não tem videotape”, ele, de forma mais amena, diz que “o juiz estava corretamente colocado, no bico direito da grande área. Quanto ao bandeirinha, sua preocupação, mais do que a bola, era com o último homem antes da linha-de-fundo.”

Costa deixa claro em suas palavras que o auxílio da tecnologia é essencial para tirar qualquer dúvida do lance. No “julgamento da bola” absolve o australiano: “graças

ao teipe, verifica-se que a bola entrou. O juiz, porém, não dispõe desse instrumento para consulta. Ele só deve apitar quando tem convicção, no caso de que fora gol. Do contrário, 'pró-réu', ou seja, seleção do Brasil." Ao contrário do companheiro de apito, oferta boa pontuação ao juiz do jogo: "Numa escala de 0 a 5 minha nota no sr. Christopher Bambridge é 4."

A cobertura da Folha é encerrada com outra "arquitetura do olhar" que nos conduz a mais uma "experiência". A opinião dos "Quadrinhos do Spacca", na página 20, acentua o debate, como mostra a figura 3.

Figura 3 – Quadrinhos do Spacca – Folha de São Paulo, página 20 – 2 de junho de 1986.



Fonte: Jornal Folha de São Paulo (1986)

Na mesma data, os discursos dos jornalistas cariocas do Jornal O Globo apresentam narrativas mais moderadas sobre a "polêmica" motivada pelas linhas computadorizadas do Tira-Teima, que classificamos como a versão adolescente do atual VAR. A capa do periódico do Rio de Janeiro, ao contrário do paulista Folha, traz uma fotografia do meia brasileiro Sócrates comemorando o gol que deu a vitória ao Brasil. Ao lado, como mostra a figura 4, uma montagem do jogador como um personagem vencedor da tradicional "tourada" espanhola. Não há na manchete referência a qualquer situação envolvendo a arbitragem.

Figura 4 - Capa do Jornal o Globo do dia 2 de junho de 1986



Fonte: Jornal O Globo (1986)

A menção ao discutido erro do juiz aparece apenas no texto da chamada, com uma tratativa que afirma o equívoco do árbitro e a reclamação, então, “correta” dos adversários:

Os espanhóis – que foram dominados a maior parte do jogo - queixaram-se, com justiça, de uma falha da arbitragem que não validou um gol do apoiador Michel, aos nove minutos do segundo tempo: o espanhol chutou da entrada da área, a bola bateu no travessão de Carlos, quicou dentro do gol e saiu. Nem o juiz, nem o bandeirinha viram a bola entrar.

Na página 4, em trecho da matéria com o título “Brasil estreia com importante vitória”, o periódico dá ainda mais ênfase ao “tropeço” do juiz australiano na não marcação do tento da Espanha: “[...] e apesar da ajuda do juiz que ignorou um gol de Michel no início do segundo tempo (a bola quicou dentro do gol de Carlos e saiu)”. A reportagem sobre o jogo segue com a descrição do lance e ressalta uma decisão correta do “comandante do apito” ao anular um gol do brasileiro Edinho, marcado com a mão, dois minutos depois. No mesmo espaço, na coluna “O juiz” os jornalistas entendem que ele “[...] só errou - e nisso não contou nem com a ajuda do bandeirinha – ao não marcar o gol no chute de Michel. Estava um pouco distante e o chute foi muito forte. [...]”.

As “arquiteturas das experiências e dos olhares” desses profissionais de imprensa cariocas se voltam também para a torcida e, é neste instante, que a manchete da página 7 põe em relevo um tom irônico acerca da limitação da visão humana e do subsequente erro do árbitro. “Em Copacabana, palmas para o time e para o juiz”, diz o Jornal. A justificativa da chamada vem no texto sobre o comportamento dos torcedores após o chute do espanhol no travessão de Carlos:



“[...] logo alguém descobriu que o árbitro mandara o jogo seguir e gritou ‘grande juiz’. Alívio e palmas para o juiz Christopher Bambridge, que foi até polpado depois quando anulou o gol de Edinho com a mão, que chegou a ser bastante comemorado pelos torcedores da Zona Sul.”

A figura 5 registra outro ângulo de uma foto da bola traiçoeira que causou toda a confusão. A publicação aparece na página 16 onde há um texto que assinala a reclamação do técnico da Espanha: “Para Muñoz, erro do juiz definiu o jogo - [...] somente não me conformo com o que aconteceu no lance do gol da Espanha, pois foi visível que a bola entrou. O juiz não marcou porque não quis e isso representou um grande prejuízo para o nosso time.”

Figura 5 – Telefoto de Sebastião Marinho veiculada na página 16 do Jornal O Globo de 2 de junho de 1986



Fonte: Jornal O Globo (1986)

Outro periódico carioca, o Jornal dos Sports, adiciona um tempero ainda mais picante ao debate sobre a atuação do australiano na condução das regras do jogo. Na página 10, há a opinião de que a Espanha foi prejudicada: “a bola bateu no travessão e caiu dentro do gol, mas o bandeirinha nada marcou; o árbitro acompanhou sua decisão e a Seleção Brasileira aliviou o perigo.” E, logo em seguida, depois de reafirmar o acerto do árbitro na anulação do gol de mão de Edinho, o Jornal afirma que Sócrates, ao abrir o placar para o Brasil, aos 18 da etapa final, estava em posição irregular: “o Brasil fez o gol da vitória aos 18 minutos. Junior penetrou pela meia direita, tocou para Careca na área, o centroavante chutou e a bola bateu no travessão. No rebote, Sócrates, em posição de impedimento – a bola veio de um ponto neutro – cabeceou para marcar.”

Na coluna “arbitragem”, ratifica-se o discurso de uma arbitragem cheia de erros, a favor do Brasil em todas as decisões:

O árbitro australiano Christopher Bambridge, muito risonho no início do jogo, teve sérios motivos para chorar no final. Para seu azar, aconteceu ontem um lance de difícil decisão. E para a nossa felicidade ele resolveu não validar o gol legítimo da Espanha, marcado por Michel. A bola realmente entrou, lembrando o famoso lance da Copa do Mundo de 66, entre Inglaterra e Alemanha Ocidental. Naquela ocasião, certou ou não, o árbitro decidiu a favor dos ingleses. Outro lance que provocou discussão foi o gol do Brasil. Na volta da bola, Sócrates estava à espera para cabecear. Como a bola veio da trave, o jogador brasileiro estava impedido.

Na edição do dia 4 de junho, o Jornal dos Sports retrata, na página 10, a postura do autor do gol brasileiro para enfatizar que “Sócrates garante: na dúvida ninguém prejudica o Brasil”. Na reportagem, o atleta politiza o tema:

Segundo o jogador, algumas seleções, entre elas o Brasil, nunca serão prejudicadas quando houver um lance duvidoso e envolver decisões delicadas. - Por razões políticas e comerciais evidentes, todo mundo sabe que, pelo interesse geral, é necessário que a presença do Brasil e do México durem o mais possível neste Mundial.

Outra “arquitetura” demarcada procura evidenciar o que teria sido uma decisão acertada do árbitro, pautada na norma do jogo. Na página 13, uma entrevista com um dos instrutores da FIFA destaca: “Áulio garante que árbitro não teve culpa”. O representante da entidade organizadora da Copa explica detalhadamente o porquê da atitude do australiano e lamenta que a FIFA tenha pensado em afastá-lo da competição. A matéria explica, ainda, que Aulio Nazareno é “alguém acostumado a conviver diariamente com as regras do futebol e a ministrar cursos semestrais para a formação e atualização de árbitros.” Assim, continua a publicação, “é com essa abalização que Nazareno recorre ao livro do decano da Fifa, o espanhol Pedro Escartin, para explicar por que Christopher Bambridge não errou no lance que os espanhóis reclamam que teria sido gol:”

A Observação do especialista poderia, portanto, “acalmar os ânimos” na discussão:

- Segundo explica, com exatidão, o decano de instrutores da Fifa, Pedro Escartin, só é considerado gol quando a bola ultrapassar toda a circunferência pela linha de gol. Se a bola tangenciar a linha de 12 metros que fica em cima da linha do gol, não é gol. Explicando melhor: a bola pode até ultrapassar  $\frac{3}{4}$  e não será gol, o que só acontece se a



última parte da circunferência passar pela linha de gol. Se um gomo dessa bola tangenciar essa linha e não ultrapassá-la, não é gol. Portanto, o árbitro foi correto. E isso fica mais evidente ao se ver as fotos do lance. É nítido que a bola está em cima da linha. Pode a imprensa de todo o mundo considerar que ele errou mas se lerem com atenção as regras de futebol verão que Christopher Bambridge foi perfeito no julgamento e execução da lei.

O impedimento de Sócrates no gol da vitória do Brasil, afirmado pelo jornal, é na sequência, desconsiderado por Aulio:

A alegação de impedimento é ridícula. O impedimento é uma soma, como  $6+3=9$ . Se retirar o 6 ou a segunda parcela não se encontra 9 como resultado final. No caso do impedimento se aplica algo análogo. Impedimento = posição + influência. Como Júnior e Sócrates poderiam influenciar na jogada do chute do Careca, se estavam atrás dos zagueiros. Na hora do chute do Careca, quando se caracteriza ou não o impedimento, nenhum dos dois jogadores tinha influência na jogada. Mas se o chute de Careca fosse mais fraco – e não forte como aconteceu – seria impedimento. Novamente o árbitro foi perfeito na interpretação da jogada.

A “cereja na bola” da construção das “arquiteturas jornalísticas” da época é representada na mesma página com a manchete que revela a opinião de dois árbitros brasileiros sobre a intervenção da tecnologia no *football* já, àquela altura, em flerte com o *Footbyte*. A figura 6 mostra o destaque e o texto apresenta a dupla sem deixar dúvidas:

dois dos principais árbitros brasileiros, residentes no Rio, Arnaldo César Coelho e José Roberto Wright, são contra o uso de dispositivos eletrônicos para tirar dúvidas em lances duvidosos que podem acontecer durante um jogo. Para eles, somente o juiz tem poder de decisão dentro de campo e suas interpretações não podem ser contestadas.

Figura 6: recorte da página 13 do Jornal dos Sports de 4 de junho de 1986



Fonte: Jornal dos Sports (1986)

Arnaldo César Coelho, árbitro da final da Copa de 1982, entre Itália e Alemanha, opina que “se a FIFA resolver introduzir este tipo de aparelho no futuro, é apenas problema da entidade máxima do futebol” e o Jornal reitera que “mas pessoalmente ele é contrário à idéia.” A continuidade da entrevista expõe os argumentos do profissional contrário à tecnologia:

‘Uma das razões do sucesso e das paixões que o futebol desperta é a controvérsia’, argumentou Arnaldo, que também não confia totalmente na “arbitragem” dos computadores. Para ele, a máquina também pode errar, basta que a câmara não focalize as jogadas por um bom ângulo. Ele lembrou, ainda, que durante uma partida o árbitro tem que saber interpretar a intenção do jogador em cada lance e isso o computador não saberia fazer.

A matéria descreve, ainda, a rigidez de Arnaldo em relação à “inquestionável” autoridade do árbitro” e explica que, por este motivo, ele “não quis dar sua opinião sobre a jogada da Espanha na partida com o Brasil, domingo. Ele revelou, ainda que foi procurado pela imprensa para ser comentarista da Copa e recusou por dois motivos: para evitar punições da FIFA que proíbe esse tipo de manifestação, e por ética profissional.”

Já José Roberto Whrigh, “admitiu que a Espanha realmente marcou um gol contra o Brasil, mas também não acha viável o uso de computadores para julgar uma partida: ‘a máquina só tira dúvidas se a câmara focalizar a jogada inteira, do contrário, ela também não é perfeita’, explicou.” Para este juiz, narra o Jornal, “o futebol se tornaria um esporte ‘mecânico’ se a autoridade do árbitro passasse a ser repartida com dispositivos eletrônicos. E foi enfático: - O futebol perderia a graça. O que o torcedor gosta é de ver o time vencer com um gol marcado depois do tempo regulamentar, em impedimento e com a mão.”

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS: ARQUITETURAS FÍSICAS E COGNITIVAS DO FOOTBYTE DESAFIAM A ÉTICA JORNALÍSTICA**

Neste momento, nos dedicamos ao recorte dos impactos para os jornalistas esportivos, começando por este breve retorno ao passado, numa viagem entre tempos: o da natureza e o da ampulheta, do relógio de pulso, dos cronômetros do árbitro em campo e dos demais “juizes” desta história. Nossas sensibilidades e nossa ética estão à prova. Você pode ou não concordar com o que, certa vez, lá em idos de

março de 1970, disse Nelson Rodrigues irritado com as opiniões descrentes dos colegas sobre a Seleção comandada por João Saldanha em um amistoso com a Inglaterra: “Todavia, o video-tape, com sua veracidade burra, serviu para desmascarar toda a fraude. Sem recuar Pelé, ganhamos de cinco” (RODRIGUES, Nelson, 1993, p.183). Se o videotape era “burro” para Rodrigues, o que ele nos diria do Tira-Teima e agora do VAR?

As narrativas discursivas dos jornalistas sobre o jogo entre Brasil e Espanha em 1986 evidenciam algumas dinâmicas das “arquiteturas dos olhares e das experiências” que, ao longo dos anos, têm desafiado cada vez mais os profissionais de imprensa. As relações com o jogo/*game* se alteram à velocidade do *streaming* e com a precisão dos *bytes* das câmeras e computadores *hightec*.

As opiniões e informações jornalísticas pautadas, cada vez mais, pela tecnologia, pelo poder de decisão do olhar maquínico, instauram campos discursivos capazes de ampliar os conflitos sobre, por exemplo, o que é ou não real em uma partida, ou que é ou não justo. Os olhares e experiências pós-humanas deste *Footbyte*, em muitos momentos, pode nos confundir: estarmos diante de representações físicas ou de “experiências”, de “olhares” e, agora mais enfaticamente, de “decisões” de um videogame telânico?

Sejam quais forem essas “arquiteturas”, que não percamos de vista a crítica também norteada pelas cifras propulsoras dos interesses e das intervenções da comunicação tecnicista no esporte. Fato é que a formação dos novos jornalistas e os *updates* dos mais experientes deve estar pautada em uma ética que também considere a análise das subjetividades e das limitações humanas. O método desta história em movimento pode contribuir muito neste processo.

## REFERÊNCIAS

BEDENDO, Ricardo. **Arquiteturas do olhar e da experiência**: os estádios plurisensoriais, o football como hiperespetáculo e alguns desafios do jornalismo esportivo. Intercom. Recife, 2011.

BEDENDO, Ricardo. **O jogo pós-humano: o *chip* na bola e a ascensão do *footbyte***. Intercom, Fortaleza, 2012.

BEDENDO, Ricardo; MONTEIRO, Enrico. **A Copa da Tecnologia e da comunicação**. In: GUERRA, Márcio (org). **O que aconteceu no país do futebol - Copa do Mundo 2014: registros e reflexões**. Juiz de Fora: NUPESCEC/UFJF – 2014.

CASTRO, Ruy. **O Anjo Pornográfico**: a vida de Nelson Rodrigues. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

CERETO, M. P. **Arquitetura de Massas**: o caso dos estádios brasileiros. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Arquitetura da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2004.

CRISPIM, Dalton. **Confidencial**. Coluna no Jornal dos Sports, 2 de junho de 1986.

FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso**. Tradução Laura Fraga de Almeida Sampaio, 24ª edição, São Paulo: Edições Loyola, 2014.

GUIMARÃES, Marcela Cunha; COSTA, Gustavo Tavares da. “A influência do VAR no resultado final do Campeonato Brasileiro de 2019”. *Revista Brasileira de Futsal e Futebol*, São Paulo. v.12. n.49. p.502-506, 2020.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A Tela Global**: mídias culturais e cinema na era hipermoderna. Tradução de Paulo Neves. Porto Alegre: Sulina, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. **A Felicidade Paradoxal**. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

OLIVEIRA, Adrièle Cremonte et al. “A nova tecnologia do futebol: diálogos sobre a influência do VAR”. *Revista Brasileira de Futsal e Futebol*, São Paulo. v.12. n.47. p.94-102, 2020.

ORLANDI, Eni Puccinelli. “Discurso, Imaginário Social e Conhecimento”. Em Aberto, Brasília, ano 14, n.61, p.53-59, 1994.

PÔRTO JÚNIOR, Francisco Gilson Rebouças; CASTRO, Darlene Teixeira; NUNES, Gleydsson Circuncisão. “A invenção e três revoluções: uma breve história do audiovisual”. *Revista Humanidades e Inovação* v.5, n. 7 – 2018.

RODRIGUES, Nelson. **À Sombra das Chuteiras Imortais**: crônicas de futebol. Seleção e notas: Ruy Castro; São Paulo: Companhia das Letras, 1993.



***AUTORES***

**Aline Pereira Lopes**

Mestranda em História (UFMG).

**André Quintão da Silva**

Doutorando em Comunicação Social (UFMG).

**Carlos Eduardo Bellini Borenstein**

Cientista Político. Mestrando em Comunicação Social na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Especialista em Ciência Política na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). É Analista político sênior da Arko Advice Pesquisas; Atua como professor visitante no curso de Relações Internacionais na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM POA).

**Eduardo Lima Leite**

Graduado em Ciências Sociais e Mestre em Sociologia pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Doutorando em Ciências da Religião pela Universidade Católica de Pernambuco (UNIACP) e Professor da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG).

**Eliane Delamar Roque**

Bacharel em Serviço Social pela UFSC; Mestre em Antropologia Social pela UFAM; e Doutoranda em Comunicação e Culturas Contemporâneas pela UFBA.

**João Cubas Martins**

Mestrando do Curso de Comunicação e Formação Sociocultural da UFPR, na linha de pesquisa de Comunicação e Cultura.

**Luiza Dias de Oliveira**

Mestra em Ciências Sociais (Unisinos) e doutoranda em Comunicação (UFSM). Bolsista CAPES.

**Maira Rossin Gioia de Brito**

Doutoranda em Comunicação, na Linha de Comunicação e Cultura do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal do Paraná

(UFPR) e mestre em Estudos de Linguagens pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

**Marcia Siqueira Costa Marques**

Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e Colíder do Grupo Design e Convergência – Centro Universitário Belas Artes, São Paulo, SP, membro efetivo da ABCiber- Associação Brasileira dos Pesquisadores em Cibercultura.

**Mariane Cristine Antunes**

Mestranda do Curso de Comunicação e Formação Sociocultural da UFPR, na linha de pesquisa de Comunicação e Cultura.

**Odon Rodrigues de Freitas Júnior**

Policial Militar do Estado da Paraíba, Graduado em Tecnologia da Segurança Pública, Especialização em Inteligência Policial (IBGM), Cybercrime, Cybersecurity e Análise Criminal (Unyleya), membro do Corpo Educacional da PM-PB. Aluno da Especialização em Tutoria em Educação a Distância (UFMS). Graduando em Ciências da Religião pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

**Ricardo Bedendo**

Possui graduação em Comunicação Social pela Universidade Federal de Juiz de Fora (1996), mestrado e doutorado em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Atualmente, é professor da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, e também pesquisador do Núcleo de Estudos de Políticas de Drogas, Violência e Direitos Humanos (NEVIDH) do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da mesma instituição. É também vice-coordenador dos cursos de Jornalismo Integral e noturno da Facom UFJF. Tem experiência na área de Sociologia, com ênfase em violência escolar, policiamento comunitário e criminologia. Na Comunicação atua nas áreas de jornalismo de segurança pública, mídia e crime, jornalismo esportivo e digital. Na Faculdade de Comunicação é coordenador do Grupo de Pesquisa "Footbyte: núcleo de Estudos em Comunicação, Tecnologia e Futebol"

**Thiago Álvares da Trindade**

Mestre e doutorando em Comunicação (UFSM). Bolsista CAPES.



EDITORA  
**UNION**

ISBN 978-658488534-9



9 786584 885349