

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CAMPUS FREDERICO WESTPHALEN
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
JORNALISMO: BACHARELADO

YASMIN ROMAN ZANDONAI VILANOVA

**SOBRE MEMES, JORNALISMO E PODCAST: AS ESTRATÉGIAS DE
HUMANIZAÇÃO NO PODCAST ALÉM DO MEME**

Frederico Westphalen, RS
2023

YASMIN ROMAN ZANDONAI VILANOVA

**SOBRE MEMES, JORNALISMO E PODCAST: AS ESTRATÉGIAS DE
HUMANIZAÇÃO NO PODCAST ALÉM DO MEME**

Trabalho de Conclusão de Curso II
apresentado ao Curso de Jornalismo:
Bacharelado, do Departamento de Ciências
da Comunicação da Universidade Federal de
Santa Maria, Campus Frederico Westphalen.

Orientadora: Profa. Dra. Mirian Redin de Quadros

Frederico Westphalen, RS
2023

Yasmin Roman Zandonai Vilanova

**SOBRE MEMES, JORNALISMO E PODCAST: AS ESTRATÉGIAS
DE HUMANIZAÇÃO NO PODCAST ALÉM DO MEME**

Trabalho de Conclusão de Curso II
apresentado ao Curso de Jornalismo:
Bacharelado, do Departamento de Ciências
da Comunicação da Universidade Federal de
Santa Maria, Campus Frederico Westphalen.

Aprovado em 25 de janeiro de 2023:

Mirian Redin de Quadros, Dra. (UFSM)
(Presidente/Orientador)

Angela Maria Zamin, Dra. (UFSM)

Luana Viana e Silva, Dra. (UFOP)

Frederico Westphalen, RS
2023

Dedico este trabalho inteiramente aos meus pais, Thaís Roman Zandonai Vilanova e Marcelo Fabiano Vilanova, por terem realizado um esforço imenso e abdicado de tanto das suas próprias vidas para que eu pudesse permanecer dentro da sala de aula.

AGRADECIMENTOS

A realização e conclusão deste trabalho não teria sido possível sem o trabalho e suporte de diversas pessoas, afinal, quem caminha sozinho pode até chegar mais rápido, mas quem anda acompanhado com certeza chega mais longe. Por isso, deixo meu agradecimento especial à minha orientadora Mirian Redin de Quadros, principalmente pela paciência, compreensão e orientações maravilhosas. Agradeço também à minha família e amigos, pelo carinho e apoio, que foram muito necessários durante essa jornada, além de, mesmo nos momentos mais difíceis, nunca terem me deixado desistir. Por fim, agradeço aos professores e servidores da UFSM-FW, que influenciaram, direta ou indiretamente, a minha chegada até o final deste trabalho.

RESUMO

A pesquisa a seguir apresenta um estudo sobre as relações entre meme, jornalismo e podcast, tendo como objetivo de pesquisa discorrer sobre como o criador do podcast Além do Meme, Chico Felitti, também jornalista, humaniza as personagens na sua narrativa. Para tal, este trabalho está dividido em cinco capítulos, três dedicados ao referencial teórico, um para a metodologia e um para a análise. No primeiro capítulo é feita uma discussão acerca da narrativa como aporte teórico para a compreensão do jornalismo e do papel das personagens como pivô da história. No segundo capítulo, é explicado o conceito de meme e como o jornalismo utiliza do entretenimento oriundo deste como valor-notícia. Após, é feita uma passagem pelo conceito de humanização, foco do trabalho. No terceiro capítulo, que fecha o referencial teórico, é apresentada uma retomada histórica de rádio, até chegar no podcast e seu desenvolvimento até se tornar um grande fenômeno nos dias atuais, passando pelo gênero narrativo e suas características. Entrando na metodologia, esta é repartida em três partes: a apresentação do objeto da pesquisa, o podcast Além do Meme, criado por Chico Felitti em 2020, que realiza um trabalho investigativo para entender as entrelinhas do meme, como ele foi criado, como ganhou expressão pública e quais consequências teve para as suas personagens. Após, na apresentação do *corpus*, é definida uma proposta de classificação dos episódios do podcast, a fim de evidenciar, a partir das consequências do meme na vida das personagens (de acordo com o podcast), processos de (des)humanização. Como metodologia, foram realizados dois movimentos para a análise: no primeiro, foram realizadas a audição e transcrição dos episódios selecionados, para identificação de personagens e o seus papéis na trama, e no segundo, a identificação de estratégias de humanização com base nos textos de Ijuim (2017). Como resultado e resposta ao objetivo de pesquisa apresentado, consideramos que o trabalho executado por Chico Felitti no podcast Além do Meme é humanizador por tratar as personagens apresentadas como pessoas reais, a partir do respeito e da sensibilidade com as suas exposições.

Palavras-chave: Jornalismo; Memes; Podcast; Humanização.

ABSTRACT

The following research exhibits a study about the relations between memes, journalism and podcast, having as research goal to discuss how the creator of the Além do Meme podcast, Chico Felitti, also a journalist, humanizes the characters in his narrative. To do so, this work is divided in five chapters, three dedicated to the theoretical reference, one for methodology and one for analysis. In the first chapter, we discuss the narrative as theoretical support to the comprehension of journalism and the characters' role as story's main subject. In the second chapter, the meme concept is explained and how journalism uses its entertainment as news value. Afterwards, we approached the concept of humanization, the purpose of this work. In the third chapter, that closes the theoretical reference, we recapture the history of radio, approaching the concept of podcast and the narrative genre, and its development until it became a big phenomenon nowadays. Entering methodology, this is distributed in three parts: the introduction of the object of research, the Além do Meme podcast, created by Chico Felitti in 2020, in which he performs an investigative work to understand the meme's subtexts, how it was created, how it gained public expression and which consequences did it have in the lives of its characters. After that, in the corpus presentation, it is defined a classification propose of the podcast's episodes, in order to demonstrate the process of (de)humanization of the characters, from the consequences of the meme in their lives (according to the podcast). As methodology, two movements of analysis were made: in the first, we did a hearing and transcription of the selected episodes, to identify the characters and its roles in the plot, and in the second, we identify the humanization strategies based in the work of Ijuim (2017). As a result and answer to the presented research goal, we consider that the work made by Chico Felitti in the Além do Meme podcast is humaniser for treating the characters shown as real people, with respect and sensibility in their expositions.

Key words: Journalism, Memes, Podcast, Humanization.

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|----|
| Quadro 1 - Tipo de meme x característica | 38 |
| Quadro 2 - Personagens secundários do episódio “Taca-lhe Pau” | 54 |
| Quadro 3 - Personagens secundários do episódio “O Menino do Bar Mitzvá” | 56 |
| Quadro 4 - Personagens secundários do episódio “Bota Pó” | 58 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1 - Apresentação do Além do Meme no Spotify | 36 |
| Figura 2 - Foto do bilhete original, escrito por Gabriel para sua mãe | 42 |

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| INTRODUÇÃO | 08 |
| 1 O JORNALISMO CONTA HISTÓRIAS | 12 |
| 1.1 NARRATIVA JORNALÍSTICA | 12 |
| 1.2 AS PERSONAGENS JORNALÍSTICAS | 15 |
| 2 MEMES EM PAUTA | 21 |
| 2.1 QUANDO A PERSONAGEM É UM MEME | 21 |
| 2.2 O MEME NO JORNALISMO: DA DESUMANIZAÇÃO À HUMANIZAÇÃO | 23 |
| 3 HISTÓRIAS CONTADAS EM ÁUDIO | 28 |
| 3.1 DO RÁDIO AO PODCAST: COMO AS MÍDIAS SONORAS CONTAM HISTÓRIAS | 28 |
| 3.2 O GÊNERO NARRATIVO | 32 |
| 4 METODOLOGIA | 35 |
| 4.1 O PODCAST ALÉM DO MEME | 35 |
| 4.2 TAXONOMIA DOS MEMES | 38 |
| 4.3 PROPOSTA DE CLASSIFICAÇÃO | 40 |
| 4.3.1 Memes positivos | 40 |
| 4.3.2 Memes neutros | 41 |
| 4.3.3 Memes negativos | 41 |
| 4.4 PERSONAGENS EM FOCO | 41 |
| 5 ALÉM DO MEME: UM PODCAST DE JORNALISMO HUMANIZADO | 44 |
| 5.1 O IMPACTO DO MEME | 44 |
| 5.1.1 Taca-lhe Pau | 45 |
| 5.1.2 O Menino do Bar Mitzvá | 47 |
| 5.1.3 Bota Pó | 50 |
| 5.2 PERSONAGENS HUMANIZADAS | 53 |
| 5.2.1 Taca-lhe Pau | 53 |
| 5.2.2 O Menino do Bar Mitzvá | 55 |
| 5.2.3 Bota Pó | 58 |
| 5.3 AS ESTRATÉGIAS DE HUMANIZAÇÃO NO ALÉM DO MEME | 60 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS | 62 |
| REFERÊNCIAS | 64 |
| APÊNDICE A - Ficha de Personagens 1 - Episódio “Taca-lhe Pau” | 67 |
| APÊNDICE B - Ficha de Personagens 2 - Episódio “O Menino do Bar Mitzvá” | 73 |
| APÊNDICE C - Ficha de Personagens 3 - Episódio “Bota Pó” | 76 |

INTRODUÇÃO

Durante a pandemia de COVID-19, que iniciou em março de 2020, até a sua estabilização nos tempos atuais, o consumo dos podcasts cresceu muito no país. Uma pesquisa realizada pelo Ibope, em conjunto com a empresa Globo, de setembro de 2020 até fevereiro de 2021, revelou que 57% da população brasileira começou a escutar podcasts durante a pandemia (STRAZZA, 2021). Além de uma forma de otimizar o tempo (já que 44% desta porcentagem prefere escutar os programas enquanto realiza tarefas domésticas e 24% enquanto estuda ou trabalha), incorporar alguma forma de entretenimento no dia a dia se tornou essencial para enfrentar um período tão difícil e solitário para muitos.

O podcast, termo cunhado em 2004 pelo jornalista do *The Guardian*, Ben Hammersley, que se refere a uma junção dos termos *iPod*, dispositivo de reprodução de áudio desenvolvido pela empresa Apple, e *broadcast*, usado para designar a transmissão de mídia, é descrito pelo estudioso Richard Berry como “[...] um conteúdo midiático entregue automaticamente para um assinante via internet” (2006, p. 144, tradução livre). Com a criação do *feed* RSS em 2001, por Dave Winer, uma maneira simples de incorporar conteúdos midiáticos em uma plataforma online, e o desenvolvimento de uma forma de traduzir esse conteúdo para plataformas de reprodução por Adam Curry, nasceu o que viria a se tornar uma nova modalidade de consumir conteúdo com apenas alguns cliques em um computador ou celular.

Ainda que muito se discuta sobre rádio, podcast e as mudanças oriundas dessa relação, o que se percebe sobre essa nova onda de produção e consumo de mídia sonora é que o podcast tem a capacidade de quebrar a linearidade e a hierarquização do rádio (BERRY, 2006). Sendo assim, com episódios liberados e disponíveis para serem escutados ao prazer do ouvinte, esse escolhe tempo e local que lhe forem propícios para o aproveitamento do produto.

No momento atual e nas circunstâncias pós-pandêmicas em que vivemos, onde a presença física precisou se tornar limitada, as portas para a socialização por meio das redes foram intensificadas. Praticamente tudo está na internet, e os *trending topics* ou, em tradução livre, os “assuntos mais falados”, pautam a comunicação, desde as conversas informais entre amigos, até grandes veículos da imprensa internacional.

Esse processo também acaba por trazer à tona opiniões e ideologias nas falas de quem discursa. Como comenta Souza (2013, p.128):

Ressalta-se que, nesse contexto de interação, torna-se evidente a presença constante de personagens do mundo real proferindo discursos no ambiente virtual – é o ressoar de “vozes” no ciberespaço. As opiniões expressas, os traços ideológicos, as crenças estão cada vez mais engendradas nas falas dos indivíduos que interagem cotidianamente em sites de relacionamento [...], através de postagens próprias, ou de replicação de conteúdos recebidos. É o jogo da adesão, ou mesmo adoção de ideias – na qual a dinâmica do “curtir” e do “compartilhar” ganha cada vez mais espaço.

Juntando a necessidade de encontrar formas de entretenimento, com um compartilhamento de conteúdo cada vez mais acelerado, temos o meme, termo criado em 1976, por Richard Dawkins, mas que ganhou extrema popularidade com as redes sociais. De bichinhos engraçados a temas profundos, os memes não mais entretêm apenas dentro das telas, mas tem o poder de mudar uma realidade fora delas, dependendo apenas de espectadores para isso (SOUZA, 2013).

Sabendo como a mídia sonora baseia-se no perfil do seu ouvinte para desenvolver uma grade de conteúdos, os memes não poderiam ficar de fora, inclusive dos podcasts, sendo pauta frequente em rodas de conversa, por exemplo. Indo além, literalmente, temos também podcasts pautados exclusivamente sobre memes, como é o Além do Meme, podcast criado em 2020 pelo jornalista Chico Felitti, hoje exclusivo da plataforma Spotify, objeto central deste trabalho.

Em cada episódio, o criador do podcast busca fragmentar todo o meme escolhido, buscando pelos seus personagens, suas localidades, suas circunstâncias, motivações e, principalmente, qual o impacto do meme na vida real de seus protagonistas. Para tal, Chico realiza um trabalho de investigação jornalística, baseado em um jornalismo humanizado para buscar respostas e, de fato, ir além do meme, criando uma narrativa imersiva por meio da linguagem sonora, que se aprofunda nas subjetividades de suas personagens.

Ijuim (2017, p.237) reflete que: “Ao ignorar o fenômeno social nos acontecimentos, esta racionalidade tem levado a imprensa a constituir critérios de noticiabilidade que privilegiem o imediato em detrimento da reflexão sobre a complexidade das questões sociais”, levantando uma questão chave referente ao processo de humanização dentro do jornalismo, já que esta deveria ser uma prática fundamental da profissão, e que Chico consegue aprofundar, por meio do seu fazer jornalístico para o podcast, sem deixá-la burocrática ou de difícil acesso para a variedade de público que o escuta.

Tendo em vista o contexto dos memes e dos podcasts, utilizando o podcast Além do Meme como objeto de estudo, partimos de uma problemática que envolve os seguintes aspectos: como buscar a verdade por trás de vídeos, imagens e bordões que renderam diversos

comentários e julgamentos? Como trazer para o real algo que nasceu dentro do digital? E, principalmente, quais as consequências reais dessas histórias?

Essas são algumas das perguntas motivadoras para os 26 episódios criados por Chico Felitti, e que o fazem desenvolver uma narrativa que, além de captar a atenção do ouvinte com um *storytelling* muito rico, explora a humanização, ao contar a história de pessoas, demonstrando seus sentimentos, suas complexidades. E é deste processo que nasce o interesse para a realização desta pesquisa. A partir disso, definimos como problema de pesquisa a seguinte questão: Quais são as estratégias utilizadas no podcast Além do Meme para a humanização das personagens?

Identificar essas estratégias e analisar os seus empregos dentro da execução do podcast, visando a humanização das personagens, é o objetivo central desta pesquisa. Como objetivos específicos definimos:

- refletir sobre os processos de humanização no jornalismo,
- debater o conceito de meme como objeto jornalístico,
- identificar os aspectos técnicos e narrativos utilizados na construção das personagens no podcast.

Como justificativa para a escolha do tema, está o apreço da autora por podcasts, principalmente o utilizado como objeto de estudo desta pesquisa, o qual foi companheiro fiel em diversos momentos. A narração de Chico e sua brilhante execução de roteiro foram uma companhia em tempos onde se fez necessária uma voz amiga.

Outro grande fator é a baixa publicação de conteúdos que relacionem os dois grandes focos da pesquisa, jornalismo e memes, tendo como linha de chegada final a humanização. Em uma pesquisa no Google Acadêmico pelos termos “jornalismo e memes”, no dia 30 de maio de 2022, temos um total de 8.880 resultados gerais, sem delimitação de data de publicação ou idioma, incluindo citações. Quando o termo "humanização" é adicionado, em pesquisa na mesma data, os resultados caem para pouco mais de 1.030, montante consideravelmente menor do que o anterior.

Em pesquisa¹ realizada nos anais do congresso nacional da Intercom, especificamente no GP de Rádio e Mídias Sonoras, entre 2016 a 2021, dos 279 trabalhos publicados, nenhum apresentava nas palavras-chave os termos “meme” ou “humanização”. Pesquisando nos anais dos congressos regionais da Intercom no mesmo período, dos 743 trabalhos publicados nas divisões temáticas “Jornalismo”, “Comunicação Audiovisual” e “Rádio, TV e Internet”, o

¹ Pesquisa realizada em 16 de julho de 2022 no portal da Intercom. Disponível em: <<https://www.portalintercom.org.br>>

termo “meme” apareceu apenas três vezes, e “humanização” duas vezes, mas não relacionados. Tendo evidenciado a presença quase inexistente de trabalhos referentes ao assunto, fica clara a necessidade de pesquisas que abordem a temática.

O presente trabalho está estruturado em cinco capítulos, além desta introdução. No primeiro, falamos sobre narrativa jornalística, seus processos e a personagem e suas determinantes como foco do texto. Para tal, nos baseamos principalmente nos trabalhos de Motta (2004; 2010; 2013) e Quadros (2018). No segundo capítulo, buscamos entender o que são os memes e como eles são pautados no jornalismo, buscando também fazer uma contextualização do termo humanização e como os dois assuntos se conectam ao tratarmos de personagens. Para este capítulo, nos apoiamos nas ideias de Souza (2013), Recuero (2007), Ijuim (2017), Alves e Sebrian (2008) e Souza e Aragão (2016).

No terceiro capítulo, realizamos uma retomada histórica de rádio até chegar no podcast, focando principalmente nas características do gênero narrativo, com embasamento nos textos de Meneguel e Oliveira (2008), Viana (2019; 2020), Kischinhevsky (2017), Bonini (2020) e Vicente (2018). Finalizando a primeira etapa da pesquisa, entramos no capítulo metodológico, iniciando com a apresentação do objeto de pesquisa, o podcast Além do Meme e uma proposta de classificação para seus episódios, com o auxílio dos estudos de Recuero (2007), a fim de entender se os modos de replicação do meme influenciaram no desenvolvimento da narrativa do podcast.

Por fim, chegamos ao capítulo de análise, onde são apresentadas nossas observações a partir da audição e transcrição dos episódios e do preenchimento da ficha de análise desenvolvida para o trabalho. Depois da descrição de cada episódio, e conseqüentemente do meme, apresentamos as personagens principais e secundárias e entramos na análise em si, onde foram observadas e discutidas as estratégias que o narrador utiliza e como elas geram a humanização.

1. O JORNALISMO CONTA HISTÓRIAS

O primeiro capítulo deste trabalho busca trazer noções do processo de construção da narrativa jornalística, utilizando principalmente os estudos de Motta (2004; 2010; 2013) e Quadros (2018), dirigindo esforços para o estudo de personagem, pivô da narrativa, e suas determinantes, já que, como veremos a seguir, a narrativa é construída a partir de uma pluralidade de vozes.

1.1 NARRATIVA JORNALÍSTICA

A narrativa é o ato de organizar e descrever cronologicamente um acontecimento dentro de um local e um espaço temporal, com agentes e desencadeamentos. Para compreender o significado do processo narrativo é necessário entender que narração e descrição não são a mesma atividade e nem tem o mesmo objetivo.

A descrição entra no plano do fato, de descrever um acontecimento de maneira factual, gerando verossimilhança entre os dados apresentados. Já a narração entra no plano da contação da história pela voz narradora, abrindo a porta para a inserção da própria intenção ao contar, sendo esse um processo de diegese: “Narração é o procedimento representativo dominado pelo relato de eventos que configuram o desenvolvimento de uma ação temporal (cronológica) que estimula a imaginação (a diegese da história)” (MOTTA, 2004, p.3).

Os dois termos sempre andam juntos, já que é impossível narrar um acontecimento, sem descrever os diversos âmbitos que o compõem (ambiente geográfico, personagens, emoções, etc), sendo que o ponto para a diferenciação entre os dois movimentos é a intenção no ato de narrar, que não é necessária para o ato de descrever.

Um dos autores com extensas reflexões sobre narrativa é Ricoeur, referência para estudiosos da narrativa. Ele desenvolve uma análise, com base na perspectiva hermenêutica, sobre os estudos de Santo Agostinho, acerca do conceito de mimese, concebido por Aristóteles. O filósofo grego nomeou mimese, segundo Quadros (2018, p.27), como “[...] a atividade de imitação ou representação da ação”, sendo que essa imitação não está no plano da réplica, mas de uma versão de um fato.

Para Aristóteles, dentro da noção de mimese, é necessário entender que “[...] toda e qualquer obra narrativa tem como objeto um mundo que é temporal, da ordem da experiência” (QUADROS, 2018, p.28). Portanto, é o processo de mimese, ou da criação de uma versão do

acontecimento, do desenrolar dos acontecimentos, que traz sentido para os fatos, narrados dentro de uma ordem temporal.

Logo, para o discurso ser narrativo, é necessário apresentar temporalidade nas experiências relatadas, criando uma narrativa no momento em que se juntam o narrador e o receptor, pois é a partir da relação obra-autor-leitor, do compartilhamento de valores e moralidades, que nasce uma narração. Para Motta (2004, p. 11), ainda em sua análise sobre os estudos de Ricoeur:

A identidade de um texto narrativo deve ser buscada no caráter temporal da experiência humana porque a narrativa é sempre um mundo temporal, o tempo tornado humano na medida em que este é reconfigurado de modo narrativo. Assim, esse autor repõe com firmeza a questão do tempo e da ação comunicativa no cerne do paradigma narrativo porque não identifica a narratividade como uma qualidade intrínseca do texto e sim da relação obra-autor-leitor desde a hermenêutica, a teoria dos atos de fala e a antropologia interpretativa. São esses campos que lhe fornecem os argumentos para afirmar que as narrativas não cessam de realizar uma experimentação de valores éticos e morais, um fundo antropológico pré-narrativo comum ao autor e ao leitor, e indutor da narratividade.

Trazendo o conceito para o jornalismo e pensando a narração como um processo comunicativo, que precisa de alguém que emita uma informação e um receptor que receba a mensagem, nasce o entendimento da narrativa dentro do texto jornalístico, da sua ordem, do seu desenvolvimento. Nele, descrever não é o suficiente, sendo necessário integrar o olhar do narrador, ou seja, do jornalista, ao do espectador, para criar sentido. Para que esse procedimento seja efetivo, a narrativa é exercida não apenas por meio da escrita, mas em todo o processo jornalístico.

Na visão de Schudson (1999) e Tuchman (1999), a narrativa jornalística parte essencialmente da relação entre autor e receptor, podendo ser este segundo uma única pessoa (e seus preceitos e moralidades) ou uma sociedade inteira (e os valores compartilhados por ela). É por meio dessa realidade social, e das pessoas (entendidas aqui como receptores) que a narrativa jornalística se molda.

Para Tuchman (1999), esse movimento textual inserido dentro de um contexto social, gera uma narrativa recortada e desenvolvida com base em uma gama de regras e normas vigentes dentro do contexto onde a narrativa está inserida. Esse recorte narrativo pode ser descrito como um “*frame*”, termo que relaciona o jornalismo como uma “construção social da realidade”:

Para ela [Tuchman], todos os relatos noticiosos são estórias: enunciados narrativos que recontam os acontecimentos reais por meio de técnicas e estratégias

institucionalizadas. [...] Tuchman argumenta que os jornalistas utilizam-se de enquadramentos ou molduras simbólicas para relatar os acontecimentos. (QUADROS, 2018, p. 25)

O jornalista utiliza um *frame*, ou seja, um enquadramento, sendo esse uma junção de valores, moralidades, formatos, dentre tantas outras especificidades, para narrar um acontecimento. Já para Schudson (1999), a noção de convenção narrativa vem das próprias convenções da sociedade. À medida em que uma comunidade em enfoque se desenvolve e muda esses acordos sociais, a narrativa jornalística também muda, a fim de acompanhar e fazer sentido para o receptor, atingindo o senso de veracidade.

Estas convenções seriam balizadas pela realidade. Ou seja, à medida que a realidade social de uma determinada época e lugar vai se modificando, as convenções que regem o jornalismo também mudam. Assim como os frames, as convenções narrativas de Schudson (1999) podem ser interpretadas como modelos simbólicos, culturalmente instituídos e reconhecidos por uma determinada sociedade. (QUADROS, 2018, p. 25)

Mas a narrativa dentro do jornalismo vai muito além. A escrita jornalística não é completamente centrada no trabalho do profissional que a realiza, mas é também cercada de outros fatores estruturais que a compõem. Alguns desses fatores são, por exemplo, o posicionamento da instituição a qual o jornalista é vinculado, a rotina do profissional, a pirâmide invertida, lead e outras fórmulas pré-prontas de estrutura textual, assim como apontam os estudos de Traquina (1999).

Narrar os fatos, então, é muito mais do que apenas descrevê-los. Significa produzir sentidos, e, para isso, é necessário o detalhamento, o encontro dos personagens, ir e voltar no tempo, e, principalmente, situar esses acontecimentos dentro de um espaço compreensível ao espectador - que também é o do próprio jornalista.

Para Motta, “O jornalismo, enquanto narrativa, seria responsável, portanto, por ordenar, de forma preliminar, as nossas experiências e os acontecimentos do presente, inserindo-os em enredos prefigurados e, assim, tornando-os compreensíveis e aceitáveis” (MOTTA, 2012, apud QUADROS, 2018, p. 29). Sem a narrativa, o jornalismo estaria perdendo oportunidades preciosas de tocar as pessoas, construir e fixar conhecimentos para desenvolver as suas interpretações sobre o mundo que as cercam.

É a partir da narrativa que criamos e fixamos o nosso conhecimento acerca de tudo o que nos rodeia, desde objetos e suas funcionalidades, até pessoas e suas ações, e ainda emoções e subjetividades inerentes a determinados acontecimentos, e, após entendermos a sua gama de funcionalidades, é que podemos começar a analisar a sua estrutura e composição.

Motta (2010) em seu artigo “Análise Pragmática da Narrativa Jornalística”, desenvolve um modelo de análise, separada em seis grandes movimentos, citados em ordem de apresentação no texto original: Recomposição da intriga ou do acontecimento jornalística; Identificação dos conflitos e das funcionalidades dos episódios; A construção das personagens jornalísticas (discursivas); Estratégias comunicativas; A relação comunicativa e o “contrato cognitivo”; Metanarrativas - significados de fundo moral ou fábula da história.

Desses, os três primeiros têm maior importância para este trabalho, sendo utilizados como apoiadores teóricos depois, na construção do processo metodológico, trazendo a personagem jornalística como enfoque. É destes movimentos iniciais e da personagem como agente narrativo que iremos tratar no subcapítulo a seguir.

1.2 AS PERSONAGENS JORNALÍSTICAS

Dos tipos de narrativas existentes, temos dois grandes grupos principais: as narrativas fictícias, que são os textos literários, os roteiros de cinema, áudios e até histórias em quadrinhos e ilustrações, e as fáticas, entrando aqui os textos jornalísticos, alguns tipos de documentários, etc.

Como comentado anteriormente, é fato que o jornalismo, seja ele apenas textual, até multimidiático, quer contar uma história para as pessoas de uma determinada sociedade, entrando em seus cotidianos e abrindo portas para questionamentos, manutenção ou até reafirmações (mudanças) de posicionamentos, em pequena ou grande escala, sobre determinado acontecimento ou tópico. Para tal, como afirma Motta (2010, p.144):

A organização narrativa do discurso midiático, ainda que espontânea e intuitiva, não é aleatória, portanto. [...] Quando o narrador configura um discurso na sua forma narrativa, ele introduz necessariamente uma força ilocutiva responsável pelos efeitos que vai gerar no seu destinatário.

Ou seja, a narrativa é construída com base em uma estratégia discursiva para atingir tal efeito, ainda que este possa não ser consciente ou esperado. Esse processo tem a intenção de chegar a algum sujeito, criando uma ponte, uma relação para que haja de fato a comunicação. Desta forma, percebemos a narrativa como um processo comunicativo com duas pontas: a do narrador (do jornalista) e a do receptor. É também o receptor que irá finalizar a construção da narrativa, já que ela só existe de fato com a sua participação, com a sua interpretação. Como descreve Motta (2010, p.146) em sua proposta de análise:

Pretende-se observar as narrativas jornalísticas como jogos de linguagem, como ações estratégicas de comunicação de significações em contexto, como uma relação entre sujeitos atores do ato de comunicação jornalística. A narrativa não é vista como uma composição discursiva autônoma, mas como um dispositivo de argumentação na relação entre sujeitos.

O primeiro passo para a análise da narrativa jornalística é juntar todos os fragmentos da história e reescrever, chegando a um acontecimento jornalístico completo, com todas as informações postas em ordem. A identificação dessa ordem geralmente é feita a partir da delegação do próprio analista, partindo de uma visão coerente e justificada do assunto.

Durante esse processo, já é possível perceber marcas discursivas de estratégias usadas pelo jornalista ou pelo veículo midiático para gerar sentidos, para induzir a interpretações já pré-definidas. Afinal, como descreve Casadei (2010, p.85), “A narrativa não se apoia no registro do que aconteceu simplesmente, mas sim, em um conjunto de redescrições progressivas de conjuntos de eventos”.

Assim que a narrativa estiver reorganizada, começa a identificação das suas características, como, sendo essa a segunda etapa estabelecida por Motta (2010), o reconhecimento do conflito. Como o próprio autor descreve: “a situação inicial de uma narrativa jornalística é, quase sempre, um fato de conotações dramáticas imediatas e negativas, que irrompe, desorganiza e transforma” (MOTTA, 2010, p.149).

Essa desestabilização da ordem é o que desencadeia uma notícia. A tensão, geralmente com dois lados contrastantes, gera o desequilíbrio que oriunda a notícia. Como o analista já reorganizou os fragmentos da narrativa, ficará mais fácil analisar qual ou quais são os conflitos e identificar como eles vão se sucedendo durante os acontecimentos.

O terceiro passo para a análise traz as personagens, pontos centrais da narrativa jornalística. Com isso, vem o entendimento de que, ainda que o jornalismo use uma narrativa fática, ela não deixa de ser uma junção e uma construção dos acontecimentos reais com a subjetividade da mídia, sendo que a personagem tem sim um embasamento no real, mas é também uma construção dentro da narrativa. “O perfil ou ‘retrato’ jornalístico envolve uma dimensão de pesquisa e inquérito, mas não é mera reprodução ou reflexo do ‘real’, é uma construção que mobiliza a subjetividade do repórter” (MOTTA, 2010, p.154).

A personagem, sendo construída por um ser humano, sempre parte da idealização do narrador, sendo que este constrói a narrativa pensando no destinatário, no espectador. Portanto, a personagem parte das suas próprias crenças e vontades (ainda que estas possam ser inconscientes), mas é também pensada a partir de uma contextualização com a narrativa, com as circunstâncias onde está inserida. Para Motta (2013), a criação e inserção da personagem

na história é estratégica por parte do narrador, sendo necessário “[...] procurar sempre relacionar as artimanhas do narrador com as possíveis interpretações por parte da audiência”, já que é essa a quem a narrativa é construída.

Para entendermos melhor essa construção da personagem dentro da narrativa jornalística, vale voltarmos um pouco no tempo e entendermos também como esse processo é realizado em outros tipos de textos, como o literário, pois é dele que bebe a narrativa jornalística. Para Prince (1987 apud MOTTA, 2013), a personagem sempre representa o ser humano, pois é criada por ele e baseada nele, ainda que possa ser caracterizada por um animal ou objeto, ou ainda sintetize uma emoção ou situação abstrata.

Nesse caso, pensamos na personagem sempre como um “tipo”, ou uma representação de um estereótipo. Gancho (1998 apud MOTTA, 2013, p.173) explica essa afirmação ao comentar que a personagem é “[...] um ser fictício responsável pelo desempenho do enredo: quem realiza a ação”. É ela (a personagem) que irá, por meio de seus atos, desenvolver a história, motivada pela sua construção enquanto representação do real. Não há qualquer tipo de narrativa sem personagens, já que são estes que irão desenvolver e praticar as ações dentro da história. A personagem é uma figura central, o pivô da narrativa como um todo.

Segundo Motta (2013), com base na classificação de Edward M. Foster, as personagens literárias poderiam ser divididas entre personagens planas e personagens redondas. As personagens planas seriam aquelas representadas por poucas designantes, que tem o papel de representar um estereótipo ou terem um papel coadjuvante dentro da narrativa, sem demasiada profundidade. Já a personagem redonda pode ter diversas designantes e, na maioria das vezes, tem papel ativo dentro da narrativa e um perfil complexo, com suas próprias questões psicológicas e imprevisibilidades.

A escolha para tal personagem cair dentro de tal classificação vem da vontade do narrador, levando em conta o que faz mais sentido e gera mais interesse e desenvolvimento dentro do seu projeto dramático. Brait (1993, p.184 apud MOTTA, 2013, p.185) traz uma boa analogia para entender a construção da personagem pelo narrador: imaginá-lo como um bruxo em frente ao seu caldeirão. “Ele vai dosando porções que se misturam num mágico caldeirão, a fim de construir criaturas (personagens)”. É o narrador quem imagina e dá vida para uma personagem dentro do texto, levando em conta as suas percepções e desejos. Segundo Motta (2013, p.177):

É o narrador quem cria premeditada e intencionalmente tudo que se passa na personagem e com a personagem (ainda que de maneira inconsciente, algumas vezes). Ela não é vista como produto das demandas internas da narrativa apenas,

mas como criada por conta de um narrador em função de sua estratégia narrativa. [...] Interessa à análise pragmática, identificar as razões estratégicas pelas quais a personagem possui esta ou aquela qualidade ou defeito, e principalmente porque ela age de uma ou outra maneira na estória, como resultado da premeditação enunciativa do narrador.

Como já visto ao falarmos sobre narrativa, “a realidade que pressupomos verídica é continuamente construída” (MOTTA, 2013, p.192). Portanto, ainda que tendo como força motivadora algum acontecimento ou pessoa do plano real, a contação de histórias pelo narrador sempre será uma construção, um processo. Nas narrativas ficcionais, como na literatura, teatro e cinema, com o uso de artifícios fantásticos (como cenários, mudanças temporais, construção e manipulação de roteiro), é muito mais fácil de identificar este processo de construção que acontece com as personagens, já que elas têm papel fundamental ao desenvolver as ações que darão seguimento na história.

No jornalismo, essa diferenciação entre plano real e plano narrativo fica um pouco embaçada, pois toda história parte de acontecimentos oriundos da realidade. E é justamente a partir desta afirmação que chegamos ao ponto chave da discussão: o jornalismo retrata a realidade e usa da narrativa para contar os fatos. A partir do momento em que alguém, um jornalista, conta sobre um acontecimento, ele está inserido na posição de narrador, fazendo suas construções e afirmações próprias, utilizando das mais variadas forças motivadoras, como o seu interesse pessoal e o da organização onde trabalha, além das outras vozes contribuintes dentro da narrativa, como as testemunhas e fontes oficiais.

Mas, se pensarmos da perspectiva do espectador, consumir um texto que é concebido com base no real, mas que não é a realidade em si, vai no sentido completamente oposto do que o jornalismo de fato pretende entregar. Por isso, para dar mais verossimilhança, é que o jornalista está constantemente utilizando estratégias para a criação de um “efeito de real” (MOTTA, 2010, p.156).

A principal marca dessa estratégia é a utilização da afirmação do presente, de usar expressões de tempo e de lugar para trazer a notícia cada vez mais próxima ao tempo presente. Outras estratégias, como o uso de citações, de personagens, de lugares, instituições, e até dados numéricos, por exemplo, confere mais credibilidade a esse efeito, ainda que venha do jornalista, na sua escrita e com base no seu discernimento, definir essas citações, em que momento e quais personagens aparecerão, com que frequência e para agregar no que.

Cabe aqui citar que o jornalismo não está manipulando uma verdade para o seu próprio interesse, como um processo antiético, mas sim, reescrevendo, recontando fatos e acontecimentos, a fim de criar, juntamente com o esforço de interpretação do leitor, um

consciente coletivo, levantando questionamentos e abrindo espaço para a discussão, além de que o uso dessas estratégias tende também a buscar trazer emoções para o receptor, gerar comoção ou raiva, felicidade ou até mesmo indiferença. Como Motta (2010, p.163) descreve em sua proposta de análise:

É na interpretação imaginativa do leitor, ouvinte ou telespectador que a narrativa jornalística ganha narratividade e consistência, ganha contornos morais e éticos, reconfigura histórias significativas independente da identidade, das qualidades intrínsecas, modos e estilos do texto.

Para criar esse “efeito de real”, o jornalista busca maneiras de se afastar da narrativa e criar um sentimento de veracidade ao trazer as falas da personagem para o texto. Isso se dá porque, como comenta Paul Ricoeur no texto de Casadei (2010), confiamos tanto na capacidade cognitiva do outro, quanto no seu comprometimento moral com a história e com a sociedade. Quando um entrevistado aceita dar a sua palavra em uma história, há uma “promessa de verdade” vigente em sua fala, termo denominado por Jacques Derrida, presente no texto de Casadei (2010). “É justamente a possibilidade de manutenção desta promessa de verdade - mesmo na mentira - que assegura o vínculo e laço social.” (CASADEI, 2010, p.81).

Geralmente, para dar o seu testemunho, a personagem cria uma série de acontecimentos que geram uma reação em cadeia. Para Veyne (1983 apud CASADEI, 2010, p. 86) , “a partir dos pontos previamente selecionados, podem-se construir diversos caminhos ou roteiros possíveis”. A escolha de falar sobre um determinado fato, abre caminho para outros fatos decorrentes, e a personagem faz a escolha de falar sobre um em detrimento de outro. Essa teia de falas vai se estendendo e criando significados e, principalmente, sentidos. Como explica Casadei (2010, p.83):

Os atos do presente são re-significados (ou re-apresentados) em função dos acontecimentos do passado evocado. [...] Os dados e os eventos evocados para que a palavra e/ou ação sejam dotadas de crédito ou de desmerecimento são organizadas e hierarquizadas tal como um biodiagrama. [...] Eventos pontuais dotam de sentido e outros adquirem mesmo uma força explicativa. A escolha, portanto, de diferentes acontecimentos biográficos-chave podem determinar diferentes significados para a vida que está sendo ali narrada.

Levando em conta todas as reflexões até aqui desenvolvidas acerca da personagem dentro do jornalismo, fica ainda mais forte a ideia de que a personagem é uma construção, podendo ter uma base a partir do que é real, de uma pessoa ou de um caso inserido no plano da realidade, mas sempre será uma construção exclusiva da narrativa. Ou seja, ainda que a personagem tenha como fundamento da sua construção elementos reais e fáticos, ela sempre

será uma representação das características pessoais e das ações da pessoa ou elemento que é proposta a reproduzir. A sua presença dentro da narrativa também auxilia o narrador a gerar uma desaproximação do texto, o que pode torná-lo mais crível para o receptor. Os “memes”, elementos textuais muito presentes nas redes, também se utilizam dessas características para gerarem comoção e serem replicados. É sobre eles que iremos nos aprofundar no próximo subcapítulo.

2. MEMES EM PAUTA

Como o próprio nome apresenta, o “Além do Meme” é um podcast narrativo que usa memes como objetos centrais da construção da narrativa. Neste capítulo, buscaremos entender o que são os memes, como surgiram e como funcionam, transformando pessoas em caricaturas, causando uma desumanização ao serem veiculados nos veículos jornalísticos. Como suporte teórico estão, principalmente, Souza (2013), Recuero (2007), Ijuim (2017), Alves e Sebrían (2008) e Souza e Aragão (2016).

2.1 QUANDO A PERSONAGEM É UM MEME

O termo “meme” é um neologismo criado por Richard Dawkins, em 1976, no seu livro “O Gene Egoísta”. A palavra tem origem como uma abreviação do termo grego “mimeme”, que teria em seu significado algo que pode ser copiado ou imitado. A ideia de Dawkins era cunhar um termo que fizesse menção à biologia, ao gene, já que o meme é o “gene da cultura” (SOUZA, 2013, p.132). Como Dawkins desenvolve em seu livro, o meme tem a sua origem ainda anterior ao ciberespaço (que na época da publicação do livro e fixação do termo, estava dando seus pequenos primeiros passos), sendo oriunda das fundamentações de transmissão da cultura aliado ao gene, como uma troca, um compartilhamento que pode resultar em multiplicação e evolução.

Seguindo uma junção das ideias de Blackmore, Heylighen, Bjarneskan, Gronnervick e Sandberg, memes são “replicadores”, termo oriundo da biologia, que define unidades químicas que podem se automultiplicar, gerar cópias de si mesmas. Para que algo seja definido como um meme, é necessário que ele influencie as pessoas, de modo a gerar comoção ou imitação, a fim de ser compartilhado.

As três principais características do meme são definidas por Dawkins, e apresentadas no texto de Recuero (2007) como longevidade, a sua permanência no tempo, ou o quanto meme sobrevive em alta na internet; a fecundidade, ou o quanto ele é replicado, podendo ser cópias fiéis ou imitações; e, por fim, a fidelidade, ou o quanto das cópias geradas são de fato semelhantes ao meme original.

Assim como um ser vivo necessita de um ecossistema para conseguir sobreviver de maneira saudável e longínqua, os memes precisam de um ambiente propício para o seu desenvolvimento e perpetuação. E foi justamente na internet que eles prosperaram, já que as

três grandes características teriam espaço para atingirem seu potencial, pois, como destaca Heylighen (1994 apud RECUERO, 2007), quando a informação está digitalizada, é muito mais fácil fazer cópias fiéis (fidelidade) e mantê-las vivas (longevidade), afinal, os memes podem até perder a relevância, mas nunca são apagados totalmente das mídias. Além disso, com a chegada das redes sociais, encontrou-se um ambiente de replicação muito mais favorável (fecundidade), pelo compartilhamento surgindo a partir das relações entre as pessoas.

Heylighen (1994) salienta que, ao utilizar a Internet, as pessoas encontraram um ambiente fecundo para os memes. A digitalização da informação proporcionaria uma maior fidelidade da cópia original do meme, além de uma maior facilidade de propagação. Além disso, a Internet agregaria um maior potencial de longevidade (no conceito de Dawkins (2001), pois os memes poderiam ser arquivados sem desaparecerem do caldo cultural. No entanto, apesar de encontrar na internet um ambiente propício para a sua propagação, memes necessitam de pessoas que as escolham para propagar-se (Blackmore, 1999) e promover tal replicação. Por conta disso, memes propagam-se através das redes sociais na internet, impactando-as, a partir das interações entre os indivíduos (RECUERO, 2007, p. 24).

Partindo da aproximação entre o conceito de replicação do meme e a biologia, seria necessário que, assim como os genes se replicam e modificam a partir da reprodução das espécies, os memes também necessitam de uma interação entre pessoas para serem compartilhados, replicados - a sua grande característica fundamentadora.

Para tal, a internet vem com força como o ambiente perfeito para esse processo, já que é um espaço cada vez mais acessível e aberto a discussões que geram relacionamento entre pessoas. No texto de Souza (2013) o meme é visto como uma entidade à parte, que pula de cérebro para cérebro, de pessoa para pessoa, usando a internet como veículo, gerando a sua replicação. Nesse compartilhamento é que o meme pode sofrer alterações e mutações, abrindo espaço para as mudanças culturais externas.

O cérebro humano se torna o ambiente ideal necessário aos processos de adoção e replicação através da mediação de ferramentas digitais. Por outro lado, a Internet, os livros, revistas, etc. seriam as próprias ferramentas, os veículos intermediários utilizados pelos “memes” com o intuito de estabelecer uma comunicação com o mundo, tal que sejam capazes de produzir cópias de si mesmos em outros cérebros (SOUZA, 2013, p. 135).

Para que haja essa replicação, é necessário que o “hospedeiro”, a pessoa que vê o meme, tenha alguma emoção, algum sentimento ou impacto gerado pelo meme. Essa reação vem do texto mêmico, ou seja, as “mensagens que são decodificadas pelos cérebros receptores, analisadas, interpretadas, adotadas e por vezes, replicadas [...]” (SOUZA, 2013, p.134). É a partir do texto que começam a ser formadas as interpretações individuais sobre os

memes, que gerará o compartilhamento como uma maneira rápida e simples de partilhar um assunto específico para mais pessoas que possam se interessar, gerando até mesmo um senso de comunidade.

Os memes são como entidades próprias, que utilizam do cérebro humano para se replicarem, e não o contrário. Ainda que tenhamos a capacidade de escolher quais memes replicar, é justamente essa capacidade que determina escolhermos um meme em detrimento de outro, fazemos uma seleção e assim decidir qual meme continuará sua vida, de acordo com nossas predileções - que também julgamos ser a do grupo social onde estamos inseridos.

Ao contrário do que muitas vezes fica subentendido na analogia do meme com um vírus que invade nossa mente, um meme não nos domina ignorando as nossas capacidades cognitivas: ele “nos domina” por causa de tais capacidades! Se não tivéssemos predileção por determinados memes, todos os memes teriam a mesma chance de se multiplicar. Não haveria seleção e, conseqüentemente, não haveria evolução (TOLEDO, 2009, p.179 apud SOUZA; ARAGÃO, 2016, p.3).

Um dos objetivos da utilização dos memes nas redes também é ser um facilitador de relações sociais, um ponto de encontro entre diferentes pessoas em um grupo, levando a entender que “qualquer pessoa pode produzir, reproduzir, se apropriar ou se reapropriar de conteúdos no meio digital, transformando-os em memes” (OLIVEIRA; SAGGIN, 2020, p.4). Um meme só tem a relevância que têm, se estiver de acordo com as experiências empíricas de seu receptor. Também é por esse motivo que um meme interessante para determinada pessoa, que será replicado e terá uma longevidade maior, pode não ser interessante para outra, perdendo sua fecundidade.

Para gerar identificação, ainda melhor do que fotos fofas de animais e desenhos com expressões exacerbadas, é utilizar acontecimentos com pessoas, que gerem algum tipo de reação, como alegria, surpresa ou espanto. Os memes, por serem unidades que almejam sua própria replicação, podem ser apresentados de variadas formas, em variados estilos, como um áudio engraçado, uma imagem fofa, ou um acontecimento inusitado. Para que o objetivo seja atingido, é necessário que haja um hospedeiro, um ser humano, e que esse se identifique com o que está replicando, por isso a identificação é muito mais efetiva ao se deparar com personagens que também são seres humanos ou que retratem atitudes humanas.

2.2 O MEME NO JORNALISMO: DA DESUMANIZAÇÃO À HUMANIZAÇÃO

Com a introdução da internet e as redes sociais se tornando veículos massivos de criação, difusão e compartilhamento de conteúdo por milhões de pessoas ao longo dos anos,

os conteúdos pautados nelas não poderiam deixar de se tornarem temas recorrentes em reuniões de pauta da maioria dos jornais, afinal tudo que gera uma quebra do usual e tradicional é uma grande ponta para o jornalismo explorar.

Para o jornalismo, o meme é um tipo de publicação bem humorada, que gera grande repercussão e sofre mutações conforme é compartilhada nas redes sociais. Outro motivo que pode fazer um meme virar notícia é o inesperado, a ruptura daquilo que as pessoas consideram normal, isso acaba gerando brincadeiras na internet e sua disseminação torna a discussão atrativa para o jornalismo. (SOUZA; ARAGÃO, 2016, p. 5).

O meme como entidade não requer que para a sua replicação e longevidade, o humor seja a base sustentadora. Os conteúdos não necessitam ter um caráter engraçado, que deixe as pessoas alegres ou as faça rir. O propósito da existência do meme é a sua replicação, e para tal, os assuntos mais cabulosos e até mesmo tristes podem ser utilizados.

Pensando em memes no sentido de entretenimento e utilizando este como critério de noticiabilidade (SOUZA; ARAGÃO, 2016), o meme vira pauta no jornalismo por sua repercussão. Memes com alta taxa de fecundidade, ou seja, que foram replicados muitas vezes, geram mais debate e conseqüentemente mais interação. Mas esse aspecto por si só não é suficiente para fazer com que o meme vire pauta. Outro fator que deve vir aliado é o humor.

Na veiculação em portais jornalísticos, como apresentado no trabalho de Souza e Aragão (2016), contudo, apenas era utilizado o termo “meme” quando a pauta fazia alusão a um conteúdo engraçado. Conteúdos com altas taxas de fecundidade, mas que não fossem engraçados, ainda poderiam ser veiculados, já que estão no debate, não deixando de ser uma pauta quente, mas com uma narrativa com outro enfoque, evocando outra reação, sem ser utilizado o termo “meme”.

Mas para que se chegue até a veiculação no jornal, seja pelas plataformas na web ou até mesmo no jornal impresso, é necessário que o jornalista execute um papel de *gatewatcher* (SOUZA; ARAGÃO, 2016). Isso se dá porque com o aumento disparado de usuários da internet, dos formatos disponíveis (como imagens, vídeos longos e curtos, áudios, textos, etc) e das plataformas para a publicação e replicação de conteúdos, o jornalista não dá mais conta de estar a par de tudo o que acontece, deixando esse trabalho nas mãos dos próprios internautas. O serviço se torna então o de monitorar as redes, entender o comportamento das pessoas sobre um determinado assunto e, se conveniente para a empresa de comunicação, veiculá-lo.

Mas nem sempre foi assim. Retomando sua história, o jornalismo surge para suprir uma demanda crescente da difusão das informações de maneira ágil e concisa, para informar a

população. Num primeiro momento, o jornalismo era feito seguindo uma ordem pré-pronta, usando a estrutura da pirâmide invertida, apenas relatando os acontecimentos. Com a popularização dos jornais e conseqüentemente o desenvolvimento e a criação do gênero de reportagem, o espaço para a narração das histórias de maneira mais extensa começou a crescer, ainda que de uma maneira engessada, com personagens sendo postos em posição de objeto, com uma racionalização e quantificação dos acontecimentos, deixando de lado o fator humano e social (IJUIM, 2017).

Ao ignorar o fenômeno social nos acontecimentos, essa racionalidade tem levado a imprensa a constituir critérios de noticiabilidade que privilegiem o imediato em detrimento da reflexão sobre a complexidade das questões sociais (IJUIM, 2017, p.237).

No trecho retratado acima, Ijuim (2017) descreve o que pode ser chamado de desumanização, ou seja, tratar as personagens humanas de um acontecimento como meras “caricaturas dos fenômenos”, usadas para descrever um fato, dar corpo a uma narrativa, mas sem a intenção de serem entendidas como foco do relato, pessoas que tem suas próprias complexidades. Retomando a ideia anterior de que o meme só é pautado através do humor, as personagens também passam por um processo de desumanização no momento em que são entendidas apenas como a ação que causa humor.

Um exemplo está no primeiro episódio da primeira temporada do Além do Meme, “A Beth, do trote”, que trata sobre um dos memes mais conhecidos da internet: um pegadinha feita por um programa de rádio na cidade de Gopoúva, em São Paulo, onde era feita uma ligação de telefone, e a própria pessoa que atendia, conversava consigo mesma, através de um programa de som. Ou seja, Beth respondeu para si mesma no telefone por muito tempo, sem saber. O meme ganhou muita notoriedade na época, sendo replicado nas redes e até utilizado por grandes veículos de imprensa, como programas de televisão da TV aberta. Mas Beth nunca deu entrevista pois não via graça na brincadeira, ficando conhecida apenas como a senhora do trote, nada mais.

Na falta desse movimento, o jornalista que utiliza do meme para a sua pauta, como um conteúdo de humor, descarta a subjetividade que torna a sociedade humana e falta com os valores universais (centrados em documentos como a cartilha dos direitos humanos da ONU). Ijuim (2017), ao abordar o trabalho de Edgar Morin sobre o filósofo René Descartes, identifica que o universal e o particular devem se entrelaçar como um tecido, afinal, é indiscutível que valores universais derivam de uma variedade de pensamentos particulares, e

sendo assim, o profissional jornalista deve estar atento à esses valores e ser solidário com a sociedade a quem busca servir.

“Solidariedade, portanto, também se refere à possibilidade que um fazer jornalístico que permita criar nexos entre o que se propõe a divulgar e a maior identificação com a audiência” (IJUIM, 2017, p.239). Dentro dessa reflexão, sobre os porquês de humanizar o jornalismo e como o profissional peca nesse aspecto, Ijuim (2017, p.239) ainda complementa:

[...] o repórter “focado nos fatos”, ao ler/compreender uma pauta por um pensamento disjuntivo e reducionista, ignora a complexidade do fenômeno; não engajado à realidade, perde em cumplicidade com o outro e, por isso, não reporta a vida. E isso desumaniza.

No estudo de Alves e Sebrían (2008), o jornalista é apresentado como um profissional com o objetivo de prestar um serviço para a sociedade, sendo este de informar o que os próprios membros desta sociedade fazem, incluindo suas subjetividades, ou seja, o que sentem e o que pensam sobre tais atos. E partindo da premissa que o jornalista, também cerceado pelos ideais do veículo midiático onde atua, busca pela notícia e escolhe algumas em detrimento de outras, usa da sua intencionalidade para executar a sua função, ou seja, é consciente de suas ações.

Ao entrar neste processo, o jornalista busca a todo momento isentar-se, desaparecer da narração e torná-la o mais objetiva possível, seja utilizando do manual de redação da empresa onde trabalha, seja buscando escutar todas as vozes possíveis e deixar com elas a responsabilidade de narrar, tornando-se um mero reproduzidor. Contudo, objetividade também é aceitar que

os fatos são subjetivos, ou seja, construídos a partir da mediação de um indivíduo, que tem preconceitos, ideologias, carências, interesses pessoais ou organizacionais e outras idiossincrasias. E como estas não deixarão de existir, vamos tratar de amenizar sua influência no relato dos acontecimentos. (PENA, 2005, apud ALVES; SEBRÍAN, 2008, p.5).

O movimento de afastar-se da notícia é relativamente falho no momento em que, desde a escolha dos acontecimentos que irão virar notícia, a intenção do jornalista e da empresa com quem tem ligação tem parte no fazer jornalístico. Acontecimentos viram notícias pelas mãos de um jornalista, e a objetividade, fator tão almejado no jornalismo, também tem caráter desumanizador no momento em que exclui intencionalmente determinadas características ou aspectos de um acontecimento, como a subjetividade das personagens, seus sentimentos e pensamentos.

Alves e Sebrían (2008, p.9-10) expressam ainda que “[...] o compromisso do comunicador se configura na observação e na reflexão acerca do mundo, possibilitando que o profissional o perceba e assim o expresse”. O jornalismo é um processo de troca entre sujeitos e para sujeitos, fazê-lo excluindo suas complexidades, suas subjetividades, é perder parte essencial da responsabilidade social com a profissão e com a sociedade, sendo fundamental no dia a dia das redações.

Essa reflexão nos faz lembrar o primeiro capítulo deste trabalho, onde apresentamos a narrativa jornalística. Um acontecimento é transformado em notícia pela escolha do jornalista, e quando ele coloca no texto as suas impressões, ganhando um papel de narrador. Trazer profundidade, complexidade, apresentar os diversos lados e opiniões, construir uma narrativa a fim de atingir um sujeito é o objetivo do jornalismo, sendo este completo no momento que há a identificação, possível apenas por meio da subjetividade.

3. HISTÓRIAS CONTADAS EM ÁUDIO

Neste capítulo, será apresentada uma retomada histórica do desenvolvimento do podcast e sua relação com a rádio. Após será discutido o gênero narrativo, principalmente em podcasts jornalísticos, e como aspectos técnicos aliados a um *storytelling* imersivo, podem construir uma narrativa mais humanizada por parte do jornalista que o estiver desenvolvendo. Algumas das principais referências que guiam o capítulo são Meneguel e Oliveira (2008), Viana (2019; 2020), Kischinhevsky (2017), Bonini (2020) e Vicente (2018).

3.1 DO RÁDIO AO PODCAST: COMO AS MÍDIAS SONORAS CONTAM HISTÓRIAS

O termo “podcast” foi marcado pelo jornalista Ben Hammersley no artigo “*Audible Revolution*”, publicado em 12 de fevereiro de 2004 no jornal britânico *The Guardian*. A expressão é um neologismo que agrega as palavras “*iPod*”, o aparelho de reprodução de áudio criado pela empresa *Apple*, e “*broadcast*” que, segundo o dicionário Oxford, significa a emissão ou transmissão de sons e imagens, geralmente por rádio ou TV.

Mas antes de entrarmos nas considerações sobre essa tecnologia, para que o podcast seja hoje um dos meios de entretenimento e distribuição de informações mais abrangente, foi necessário um longo percurso para a construção de uma cultura sonora que abrisse espaço para que o áudio fosse tão valorizado. E essa história parte ainda do rádio.

Estudos recentes demonstram que as primeiras transmissões de rádio, no Brasil, foram realizadas na década de 1910, em Recife (PE), pela Rádio Clube de Pernambuco (FERRARETTO, 2021), antes, portanto, da primeira transmissão pública oficial realizada em 7 de setembro de 1922, até então considerada o marco inicial da radiodifusão brasileira (MENEGUEL; OLIVEIRA, 2008). Essa e as próximas rádios que viriam a ser implementadas sucessivamente, tinham como cerne uma associação por meio de sociedades ou clubes, geralmente frequentados pelas classes mais altas da sociedade, que utilizavam da tecnologia para transmissões culturais e educativas até então pagas. Também nessa época, fazia sentido que apenas as pessoas mais abastadas tivessem acesso à rádio, pois, além de cobrarem uma taxa pela reprodução musical e pelas transmissões gerais, toda a aparelhagem era muito cara.

Na década seguinte, em 1932, os programas de rádio puderam separar um pequeno espaço de tempo dentro de sua programação para publicidades, o que veio por se tornar a maior fonte de recursos. Nessa época também, os estúdios de gravação começaram a ser

abertos ao público, incentivando a presença de artistas dentro da programação, pela possibilidade de cobrar ingressos e pagar cachês. Isso fez com que a rádio como meio de entretenimento explodisse em popularidade. “Vários programas de variedades surgiram com a introdução do patrocínio de anunciantes, levando o rádio a transformar-se em fenômeno social e dando-lhe o poder de influenciar comportamentos e ditar modas” (MENEGUEL; OLIVEIRA, 2008, p.10).

Conforme o rádio e as emissoras foram evoluindo e se tornando mais comuns, nas décadas seguintes, os conteúdos também começaram a evoluir. Os programas jornalísticos, como o Repórter Esso, tomaram espaço dentro das emissoras em função da Segunda Guerra Mundial, da mesma maneira que a música erudita foi trocada por ritmos populares, como o samba, e a narração de partidas de futebol ganhou espaço nas grades de transmissão (MENEGUEL; OLIVEIRA, 2008). Para tal popularidade, uma das estratégias utilizadas pelos produtores era a utilização da linguagem coloquial, com o intuito de atingir o grande público, aquele que não estava apenas dentro de clubes.

Um dos principais momentos de mudança se deu na segunda metade da década de 1940, com a invenção do transistor, um aparelho que permitia a miniaturização dos receptores, viabilizando a criação de aparelhos de rádio individuais e móveis, o que culminou em mudanças também na forma como os programas e roteiros eram elaborados, “[...] já que de um meio de comunicação estático e coletivo, o rádio tornou-se individualizado e com mobilidade” (VIANA, 2019, p.14). Desde sua popularização até a chegada da televisão no Brasil, na década de 1950, o rádio viveu a sua “era de ouro”.

Os programas de auditório e as radionovelas, grandes marcos do rádio nesse período, viriam a ser cortados, contudo, a partir dos anos 1950, em função dos custos para mantê-los, já que com a popularização da televisão, recursos publicitários e os próprios elencos artísticos das emissoras migraram para o novo veículo. Em substituição, ganham força os programas de prestação de serviços, como programas jornalísticos, entrevistas e noticiários policiais.

Com a evolução da tecnologia, foram sendo criados novos métodos de montagem e edições sonoras, e a exclusividade das transmissões ao vivo não eram mais necessárias, já sendo possível manipular passagens sonoras gravadas.

A edição prévia oferece uma série de inovações, barateou os programas que antes tinham mega produções por serem ao vivo, além de permitir um maior controle – principalmente em relação à participação do ouvinte – dos conteúdos que iam ao ar. (VIANA, 2019, p.15)

Na década seguinte, em 1960, a rádio passou novamente por um processo de reformulação, com a chegada da frequência modulada, conhecida popularmente apenas como FM. Essa tecnologia garante uma melhor qualidade de som para as transmissões, e as emissoras que transmitiam dessa maneira, viam uma oportunidade de explorar outros conteúdos, como músicas ambiente para assinantes interessados, gerando mais segmentação. Com o maior investimento da indústria fonográfica, houve um rejuvenescimento da rádio (VIANA, 2019, p.15) e uma definição dos segmentos: emissoras AM focavam no jornalismo, esporte e serviço, enquanto as FM tinham programações musicais.

E assim a rádio permaneceu, adaptando-se às novas tecnologias e com um lugar firmado no dia a dia da população, que também participativa dentro dos programas com chamadas por telefone, principalmente. Um grande ponto de virada só veio acontecer novamente na década de 1990, com a popularização da internet e a criação, já na virada do século, das webrádios. As redes sociais também tiveram um papel importante neste período, já que estabeleceram uma comunicação muito mais rápida e aproximada com o ouvinte, gerando uma convergência do rádio, onde pautas, músicas, assuntos em geral eram determinados e compartilhados pelas redes, chegando às emissoras e sendo transmitidas não apenas pelo áudio, mas pelas redes da própria rádio.

Esses novos meios de interação entre rádio e ouvintes, essencial para o desenvolvimento da rádio como um todo, permitiram que a rádio fosse ganhando novos significados. Deixa de ser rádio apenas o que é ao vivo e transmitido exclusivamente por som. A interação dos ouvintes por meio das redes e o compartilhamento das notícias, dos acontecimentos e da própria programação das emissoras dentro da internet também ganhou reconhecimento como sendo rádio, apenas executada de uma nova maneira.

Aqui retornamos - ou melhor, chegamos - ao podcast. Para Vicente (2018, p.89), o termo é descrito como “[...] a prática de produção doméstica e distribuição de arquivos de áudio pela internet”. Já para Richard Berry - um dos primeiros e mais influentes estudiosos do assunto - a definição de podcast é “[...] um conteúdo midiático entregue automaticamente para um assinante via internet” (BERRY, 2006, p.144, tradução livre). Segundo o pesquisador, o podcast é uma mídia convergente, que atrela o áudio, a internet e dispositivos móveis, que, conseqüentemente, provoca empresas focadas em rádio a repensarem a relação entre produção, audiência e distribuição.

A criação do que viria a se tornar um dos meios de entretenimento e informação mais consumidos começou, na verdade, pelo desenvolvimento de um software que possibilita a agregação de um conteúdo midiático em um site, por Adam Curry e Dave Winer, em 2001: o

feed RSS (Really Simple Syndication). Toda vez que um conteúdo novo fosse postado dentro do feed deste endereço eletrônico, ele automaticamente era atualizado no site, e o usuário que havia realizado a assinatura recebia uma notificação, podendo realizar o download no seu dispositivo para escutar como lhe fosse mais cômodo.

A criação desse sistema de distribuição de áudio é anterior à popularização dos smartphones, portanto, os maiores veículos de escuta para esses novos programas eram o computador e aparelhos reprodutores de áudio, como - e principalmente - o iPod (demonstrando uma grande associação dessa nova tecnologia à empresa Apple). (VICENTE, 2018, p.90).

Ao analisarmos a história do podcast, desde o seu início até a sua popularização, percebemos diversas semelhanças com a história da rádio, e como ele bebe dos seus momentos históricos. Pouco após a sua criação, essa nova mídia chamada podcast já havia ganhado categorizações e os podcasters já começavam a usar o meio como uma forma de tanto monetizar e utilizar a mídia com um intuito comercial, gerando assinaturas pagas pelo conteúdo, quanto utilizá-la de maneira independente e, de certo modo, educativa e informacional.

Como o podcast é uma mídia em áudio, o processo das rádios coexistirem com este novo formato, ou desenvolverem um conteúdo exclusivo em formato de podcast não foi uma grande surpresa, e veículos jornalísticos, principalmente rádios públicas (como, por exemplo, a emissora britânica BBC), viram no podcast um meio de alcançar novos públicos, sem precisar deixar de lado a rádio tradicional.

Essa primeira era do podcast foi relativamente pacata, onde as emissoras de rádio buscavam uma maneira de adequar-se à nova tecnologia, sem deixar os modelos tradicionais de radiodifusão para trás, enquanto os produtores independentes testavam a nova tecnologia, focando em usar o podcast como uma maneira de mostrar ao mundo seus pensamentos, seus gostos, gerar discussões sobre uma variedade de assuntos, como conteúdos educacionais, geek, culturais, religiosos e etc (BONINI, 2020).

Após essa fase inicial, Bonini (2020) identifica o surgimento de uma “segunda era” do podcast, iniciada em 2012 nos EUA, quando os podcasts narrativos começaram a conquistar espaço. O início dessa era foi caracterizada por um movimento nas emissoras públicas de rádio norte-americanas, onde alguns programas ou produtores se tornaram independentes (deixando ou não a sua emissora de origem), criando seus próprios programas ou gerando spin-offs de programas já existentes, sobrevivendo especialmente de assinaturas e financiamentos coletivos.

O caso mais famoso e que marcou essa fase na história do podcast, é o podcast narrativo *Serial*. Criado por Sarah Koenig como *spin-off* de um episódio do programa “*This American Life*” e veiculado pela emissora pública WBEZ, o programa foi lançado em 2014 e se tornou uma sensação, batendo em pouco tempo a marca dos 20 milhões de downloads. O sucesso do podcast se deu por diversos fatores, como o tema da narrativa (*true crime*) e a maneira como ela era entregue, sendo facilmente consumida, em função das mudanças tecnológicas da década, e gerando um desejo pelo próximo episódio. Para Berry (2015, p.5, tradução nossa) “o que *Serial* fez foi oferecer um podcast que não apenas tinha um grande apelo pelas massas, mas também se apresentou como uma narrativa com a qual a audiência poderia se engajar emocional e intelectualmente”. É a partir desse momento que a narrativa, especialmente o jornalismo narrativo, começa a ganhar espaço dentro dos podcasts, e é sobre ele que iremos nos aprofundar no subcapítulo a seguir.

3.2 O GÊNERO NARRATIVO

Falar de podcast narrativo é pensar em *storytelling*, em imersão, em uma construção narrativa pensada no receptor como principal agente (KISCHINHEVSKY, 2017). Para narrar, é necessário recontar uma “estória” (termo defendido por Traquina), acontecimentos do cotidiano. Esse trabalho, feito normalmente pelo jornalista, permite e visa dar mais profundidade e contexto aos acontecimentos retratados.

Moldar a narrativa dentro da plataforma sonora não é tão diferente. O que os podcasts narrativos fazem é recontar uma determinada estória, utilizando-se de elementos textuais e sonoros para criar uma relação entre o áudio e o ouvinte e gerar emoções.

Este novo gênero envolveria reportagens investigativas com apuração exaustiva de informações, o que permitiria reconstituição - no âmbito narrativo, evidentemente - de cenas e ambiências, bem como reportagens de interesse humano, que mobilizam arquétipos em novas roupagens, numa tática para sensibilizar a audiência e estabelecer vínculos entre ouvintes e personagens representados (KISCHINHEVSKY, 2017, p.79).

O podcast narrativo bebe do jornalismo na medida em que precisa ter certa cautela em contar e recontar histórias - processo tipicamente jornalístico -, mas tem em si características bastante pontuais, que o transformam em um gênero único e de muita profundidade, como o uso de trilha sonora para complementar a edição e evocar sentimentos do ouvinte, resumos explicativos que criam ganchos e ajudam a guiar o ouvinte, uso de sonoras e pensamentos do próprio narrador, criando subjetividades.

Em sua origem, o podcast narrativo está bastante ligado ao “*true crime*”, tanto pelas referências históricas do podcast como produto e sua grande segunda fase iniciada pelo *Serial*, um programa inteiramente baseado em histórias do gênero, quanto pela abertura narrativa que ele oferece. No Brasil, um exemplo deste caso é o podcast Projeto Humanos, lançado em 2015, amplamente conhecido pela temporada sobre o Caso Evandro, crime que aconteceu em abril de 1992, mas que foi recontado por Ivan Mizanzuk de uma maneira a levantar milhares de pessoas interessadas.

Para Mizanzuk (HISTÓRIAS REAIS, online, s/d), “o podcast storytelling já possui outra proposta: dedica-se em montar linhas narrativas mais imersivas, nas quais os ouvintes possam ter uma relação mais visceral com a história que lhes é contada”. Mesmo pessoas que não participaram do caso ou que nem chegaram a ouvir falar do acontecido, se sentiram tocadas pelo podcast, gerando uma gama de emoções, como angústia e até mesmo raiva, o que fez ser altamente discutido nas redes sociais e ganhar mais e mais notoriedade, se tornando livro e até mesmo uma série de televisão. Todo esse sucesso pode ser demonstrado em números: de acordo com matéria publicada no portal G1, em 2019, ainda antes do fechamento da temporada, o podcast já passava dos 4 milhões de *downloads*, cada episódio cercado 500 mil *downloads* (BRODBECK, 2019).

O Caso Evandro é um exemplo perfeito para mostrar como a narrativa constrói imaginários, cria expectativas e gera emoções. E isso se dá principalmente pelos mais diversos aspectos técnicos utilizados por seu idealizador. Como os produtos em áudio contam com apenas essa ferramenta, o processo central do quem o faz é criar uma imersão, fazer com que o ouvinte desligue-se do mundo real e entre na história (metaforicamente). Para Longhi (2018 apud VIANA, 2020, p.3), esse efeito “ocorre devido à força da narrativa, e que ela é formada por dois eixos principais: o do conteúdo - o que se diz - e o da forma - como se diz” .

Sabendo disso e entendendo o áudio como um formato propício para desencadear essa sensação no ouvinte, “consideramos, então, o áudio como um formato imersivo por essência, mas que pode ter essa característica intensificada a depender da estrutura do conteúdo que transmite e do efeito que busca causar” (VIANA, 2020, p.4). Para a autora, ainda, é possível separar o jornalismo narrativo imersivo em duas grandes categorias de análise: a produção e o consumo. Segundo Viana (2020, p.9-10):

O primeiro refere-se aos passos dados pelo jornalista em relação à apuração da informação, ou seja, quando há uma investigação aprofundada, [...] e o repórter vivencia a experiência que quer retratar ao público. Já a imersão no âmbito do consumo refere-se à materialização da narrativa em formatos imersivos enquanto o público vivencia o narrado por meio da experiência particular.

Como já vimos no capítulo sobre narrativa, é sobre o jornalista que recai a tarefa de contar os acontecimentos, trazendo aspectos que criem uma experiência para o leitor. Tendo isso em mente, Viana (2020) propõe cinco grandes aspectos e ferramentas que o profissional pode explorar para efetivar uma narração como imersiva: a ambientação e descrição feita pelo narrador, a fim de criar uma paisagem no imaginário do ouvinte; o uso de sonoras, podendo ser recortes de entrevistas com personagens ou trechos de matérias já veiculadas na imprensa, para dar mais veracidade ao tema e à descrição das personagens envolvidas; a fala do narrador em primeira pessoa e conversando com o ouvinte, que ajuda a criar um laço de intimidade na história contada e personalizar o texto, mostrando, por exemplo, que o jornalista de fato esteve no local retratado ou conversou com determinada personagem; a condução emocional da história, mais perceptível com o uso de efeitos, trilhas sonoras e até mesmo do silêncio, transmitindo sensações; e a humanização, onde o jornalista retrata os aspectos mundanos da história. Este último aspecto abrange um grande espaço dentro dos podcasts narrativos, sendo foco de nossa análise.

4. METODOLOGIA

No referencial teórico, percorremos caminhos que nos levaram a diferentes termos e pesquisas, apresentando e explicando as grandes bases fundadoras para este trabalho: narrativa, personagens, memes, jornalismo humanizado e podcasts. A junção de todas essas etapas nos traz ao objetivo da pesquisa: identificar as estratégias utilizadas no podcast Além do Meme para a humanização das personagens.

Contudo, pela praticamente inexistente quantidade de trabalhos com enfoque nestes temas, a escolha de uma metodologia apenas foi um processo muito difícil, já que ficamos no escuro, sem uma luz que guiasse esta etapa do trabalho, além de que a análise de objetos sonoros exige uma perspectiva multimétodo. Para conseguir dar conta de agregar todos os pontos da pesquisa na análise e apresentar resultados, o percurso metodológico foi separado em três grandes momentos:

1. Apresentação do podcast Além do Meme;
2. Explicação do *corpus* de pesquisa, com discussão acerca da taxonomia dos memes e proposta de categorização dos episódios;
3. Seleção de um episódio referente à cada categoria, com a audição exploratória e preenchimento das fichas de análise, para apresentação do meme e suas personagens, além dos recursos técnicos utilizados pelo narrador e sua equipe.

4.1 O PODCAST ALÉM DO MEME

O Além do Meme é um podcast narrativo disponível exclusivamente no serviço de *streaming* de músicas *Spotify*. Criado em 2020 pelo jornalista e cientista social Francisco Dias Felitti (conhecido popularmente apenas como Chico Felitti), o podcast é uma produção do portal PapelPop e do podcast “Um Milkshake Chamado Wanda”, tendo Otávio Bonfá como produtor e Luan Alencar como editor.

Francisco é cientista social com formação pela Universidade de São Paulo, e jornalista “de coração”, com graduação interrompida na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, além de ser mestre em escrita ficcional pela Universidade de Columbia, nos Estados Unidos². Começou sua jornada dentro da comunicação como *trainee* no jornal Folha de São Paulo, onde trabalhou durante nove anos, passando a ser repórter, colunista e editor. Atuou também

² Disponível em: <<https://www.linkedin.com/in/chico-felitti-1755b2177/>>. Acesso em 19 dez 2022

em alguns portais, como Glamurama e BuzzFeed, por onde veiculou uma de suas reportagens mais famosas, “Fofão da Augusta? Quem me chama assim não me conhece”³, que se tornou livro, intitulado “Ricardo e Vânia: o maquiador, a garota de programa, o silicone e uma história de amor” (2019), e abriu as portas para seus trabalhos posteriores, entre eles os livros-reportagem “A Casa: A história da seita de João de Deus” (2020), “Elke: Mulher Maravilha” (2021) e “Rainhas da noite: As travestis que tinham São Paulo a seus pés” (2022).

Recentemente, em junho de 2022, o roteirista publicou pela Folha de São Paulo o seu segundo grande trabalho com podcast, também no Spotify, “A Mulher da Casa Abandonada”, podcast seriado do gênero narrativo, com o qual realmente fixou a sua marca no cenário do jornalismo sonoro.

Com roteirização e narração de Chico, o Além do Meme é dividido em duas temporadas, totalizando 26 episódios: 10 na primeira temporada e 16 na segunda. O programa também conta com perfil no Twitter⁴ e no Instagram⁵. Em cada episódio, de aproximadamente 50 minutos, Chico seleciona um meme e realiza um trabalho profundo de jornalismo investigativo, a fim de entender o contexto do nascimento do meme, como e porquê ganhou notoriedade e quais foram as consequências na vida das suas personagens.

Figura 1: Apresentação do Além do Meme no Spotify



Fonte: <https://open.spotify.com/show/5ZAOBJP8ntoqf8PrfzR71W?si=238b3175f2ea4988>, acesso em 16 de julho de 2022

³ Disponível em:

<<https://www.buzzfeed.com/br/felitti/fofao-da-augusta-quem-me-chama-assim-nao-me-conhece>> . Acesso em 19 dez 2022

⁴ Disponível em: <<https://twitter.com/alemdomeme>>. Acesso em 16 jul 2022

⁵ Disponível em: <<https://www.instagram.com/alemdomeme/>>. Acesso em 16 jul 2022

Segundo o próprio Chico, em entrevista dada à emissora Alpha FM, de São Paulo, no dia 22 de fevereiro de 2022 e disponibilizada no YouTube⁶, quando questionado sobre como é feito o processo de escolha do meme que irá ser investigado para, possivelmente, entrar no podcast, o jornalista afirma que existem apenas dois fatores determinantes: o meme ser bastante conhecido na internet e fora dela; e a história deve ter gerado uma grande mudança na vida real da pessoa protagonista.

O Além do Meme ganhou muita notoriedade após o seu lançamento e teve seus direitos exclusivos ao Spotify. Mais do que apenas um meme, Chico corre em busca do inusitado, do divertido, do emocionante, realizando extensas apurações, para contar histórias de pessoas reais que acabaram sendo jogadas na fama - algumas que já a almejavam, e outras que tiveram suas vidas completamente modificadas por ela.

No episódio 96 do podcast Budejo⁷ (podcast da Central 3), em entrevista, Chico comenta sobre as dificuldades que enfrentou no início, ainda antes de lançar o Além do Meme, pois as empresas - possíveis produtoras - não entendiam qual a relevância do trabalho, algumas não sabiam nem o que era um meme, demonstrando como ainda existe resistência de veículos tradicionais em falar sobre o assunto de uma maneira diferente da convencional.

Chico, nesta mesma entrevista, conta que chegou a uma estimativa de quatro para um: de quatro histórias/memes que decide investigar, apenas uma acaba entrando no podcast, na grande maioria das vezes porque as próprias pessoas que participam do meme não querem dar entrevista ou não se sentem confortáveis em aparecer novamente na mídia, já que aquele período da vida em decorrência do meme lhes causou mal - consequência de um processo de desumanização que abriu portas para o desrespeito.

Em todas as entrevistas em podcast, vídeos, portais, Chico reforça que, mesmo nas histórias onde as personagens preferem não se manifestar, uma regra não negociável é a de não ferir a pessoa, não utilizar seu nome se assim não for do seu interesse, para não causar mais infelicidade para a personagem e seguir a risca todas as disposições legais cabíveis - estratégias que já denotam a prática humanizadora do jornalismo praticado por Felitti no podcast.

⁶ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=SLiSj5upiJs>>. Acesso em 16 jul 2022

⁷ Disponível em: <<https://www.central3.com.br/96-por-tras-do-meme-existe-uma-historia-com-chico-felitti/>>. Acesso em 17 jul 2022

4.2 TAXONOMIA DOS MEMES

Como relatado anteriormente, um dos critérios determinantes para a escolha de um meme que possivelmente fará parte do podcast é que a sua história e a sua difusão tenham causado grandes mudanças na vida de suas personagens. Essas mudanças não precisam seguir uma fórmula pré-pronta, de sucesso, fama e felicidade. A fama causada pelo meme pode ter tanto criado uma vida, criado oportunidades de crescimento, de mudança financeira e social, quanto a destruído completamente.

A amplitude do meme, ou seja, o quanto ele foi compartilhado e como acabou “colado” nos cérebros alheios, também é um fator determinante para a escolha. Sendo assim, alguns mais e outros menos, todos tiveram grande relevância na localidade onde aconteceram e para a época em que foram divulgados.

Recuero (2007) nos ajuda a entender melhor como o meme funciona, com base nas características determinadas por Richard Dawkin: longevidade, fecundidade e fidelidade, criando uma taxonomia de como essas características podem se conectar e desenvolver, conforme o meme evolui.

Quadro 1: Tipo de meme x característica

| FIDELIDADE | FECUNDIDADE | LONGEVIDADE | ALCANCE |
|----------------------|---------------------------|---------------------|--------------------|
| Replicadores (alta) | Epidêmico (várias redes) | Persistentes (alta) | Globais (distante) |
| Metamórficos (baixa) | Fecundos (vários weblogs) | Voláteis (baixa) | Locais (próximo) |
| Miméticos (fixa) | | | |

Fonte: Recuero (2007)

Nessa classificação, a autora demonstra as três principais características e seus desdobramentos, incluindo o alcance, que não pertence à lista de Dawkins, mas aos estudos focados em redes sociais, com base na proximidade do grupo onde é publicado. Memes globais são aqueles que se espalham pela internet, chegando a grupos distantes, diferentes sites e blogs em diferentes localidades. Já os memes locais são aqueles que ficam restritos a sites próximos entre si, com as mesmas temáticas e geralmente mesmo público consumidor (RECUERO, 2007).

Passando por cada característica e como essa se desdobra dentro do universo dos memes, começamos pela fidelidade. Esta se refere, de acordo com Recuero (2007), às características das cópias geradas do meme original, podendo ser memes replicadores, aqueles que, quando compartilhados e agregados a um site ou blog, permanecem sem alteração, é realizado apenas o compartilhamento. Já os memes metamórficos são aqueles que sofrem alterações durante a replicação, transformando-se completamente ao encontro de diferentes discursos. E os memes miméticos são aqueles que, com base em um meme original, diferentes grupos criam suas próprias versões, ainda assim sendo reconhecível para outros grupos.

A fecundidade faz referência a quantidade de vezes que o meme é replicado em determinado período de tempo, ainda que este segundo aspecto não seja tão relevante, como nos explica Recuero (2007). Os memes epidêmicos, fazendo referência a própria raiz da palavra, são aqueles que se espalham muito, tal qual uma epidemia. Esse compartilhamento geralmente acontece de maneira multiplataforma, pulando de uma rede para outra, chegando ao conhecimento comum. Já os memes fecundos, são aqueles que se espalham amplamente, mas atingem apenas um determinado grupo, geralmente restritos a poucas redes.

E por fim, quando falamos de longevidade, estamos nos referindo ao tempo de permanência do meme sendo replicado nas redes. Memes persistentes são aqueles que permanecem por bastante tempo sendo replicados. Dentro dessa categoria ainda, os memes podem desaparecer por um determinado período, mas voltam a aparecer e começam a serem replicados novamente. Já os memes voláteis tem fama por um pequeno período de tempo e desaparecem. Estes memes também podem acabar sendo modificados e virarem outro meme, novo (RECUERO, 2007).

Dentro dessa proposta taxonômica apresentada por Recuero (2007), é importante salientar que os memes são entidades voláteis, que estão constantemente nascendo, sendo replicadas e modificadas, sendo um trabalho difícil de mapear em detalhes como cada um se encaixa em quais categorias. Um meme altamente replicado provavelmente também se tornará um meme altamente metamorfozado, mas não necessariamente terá uma grande persistência no tempo. Cada meme é completamente individual e imprevisível.

Para Chico, um fator determinante para a escolha de um meme em detrimento de outro para agregar na grade de episódios era o meme ser conhecido, ou seja, ter uma taxa alta de replicação, independente se de maneira metamórfica ou mimética. O jornalista também agregou diferentes memes em relação ao alcance, longevidade e fecundidade. Enquanto alguns dos episódios fazem referência a memes muito conhecidos em uma determinada região (alcance), como é o episódio “Glitter”, da primeira temporada, outros são memes que ficaram

muito conhecidos nacionalmente, muito miméticos (fidelidade), mas com baixa permanência no tempo, como no episódio “Gabriel, o Garoto do Espacate”.

A análise do podcast com base nessa proposta taxonômica é extremamente válida e importante no sentido em que nos faz entender um dos aspectos determinantes da escolha de Chico, mas não vamos nos ater somente a ela, já que exigiria muito tempo e muito esforço de pesquisa para o mapeamento de cada meme. Portanto, iremos nos atentar ao segundo aspecto, as mudanças significativas na vida da personagem.

4.3 COMPOSIÇÃO DO *CORPUS*: PROPOSTA DE CLASSIFICAÇÃO

Cada uma das histórias apresentadas gerou consequências diversas nas vidas das suas personagens, algumas de maneiras inusitadas, outras em que o sucesso durou pouco, e ainda as que até hoje recebem os benefícios gerados pelo meme. Para entender essas consequências, e como elas moldaram a visão pública acerca do meme, começamos a realização de uma pesquisa na web, juntamente com a audição de todos os 26 episódios entre as duas temporadas do podcast, para entendermos melhor como essas consequências são apresentadas na narrativa, gerando memes positivos, negativos e neutros para, então, propomos uma classificação em três grandes grupos, explicados a seguir.

4.3.1 Memes positivos

Os memes positivos são aqueles em que o meme gerou consequências positivas para a vida das suas personagens, sejam elas financeiras, sociais ou particulares. Nas duas temporadas do podcast, temos oito episódios que se encaixam nessa categoria:

- Cariúcha, a Garota da Laje (1ª temporada);
- Bambola Star (1ª temporada);
- Raony Phillips, do Girls in The House (1ª temporada);
- Gabriel, o Garoto do Espacate (1ª temporada);
- Regina Rouca (2ª temporada);
- Bota Pó (2ª temporada);
- Rodrigo Apresentador (2ª temporada)
- Gay do Ônibus (2ª temporada).

4.3.2 Memes neutros

Os memes neutros são aqueles em que a história teve consequências, sendo estas positivas ou negativas, mas não expressivas o suficiente para terem modificado a realidade de seus personagens. Nessa categoria temos 10 episódios entre as duas temporadas:

- Glitter (1ª temporada);
- Os Atrasados do Enem (1ª temporada);
- Trenzinho Carreta Furacão (1ª temporada);
- Narcisa Tamborindéguy (2ª temporada);
- Eu Mesma, Andrea Melo (2ª temporada);
- O Museu de Cera de Rolândia (2ª temporada);
- Taca-lhe Pau (2ª temporada);
- Chico, O Cão Destruidor (2ª temporada);
- Panificadora Alfa (2ª temporada);
- É Verdade Esse Bilhete (2ª temporada).

4.3.3 Memes negativos

Por fim, os memes negativos foram aqueles em que as consequências do meme tiveram impactos negativos significativos nas vidas as personagens, representando oito episódios nas duas temporadas do podcast:

- A Beth, do trote (1ª temporada);
- Grávida de Taubaté (1ª temporada);
- O Menino do Bar Mitzvá (1ª temporada);
- Dancinha do Impeachment (2ª temporada);
- Magali Frita (2ª temporada);
- A Vida de Tina (2ª temporada);
- Patati Patata Falsos Criam Caos em Salvador (2ª temporada);
- Nilson Papinho, o Vovô do Slime (2ª temporada).

4.4 PERSONAGENS EM FOCO

Como explicado anteriormente no primeiro capítulo deste trabalho, personagens, ainda que não seres humanos, como animais ou objetos, sempre representam características

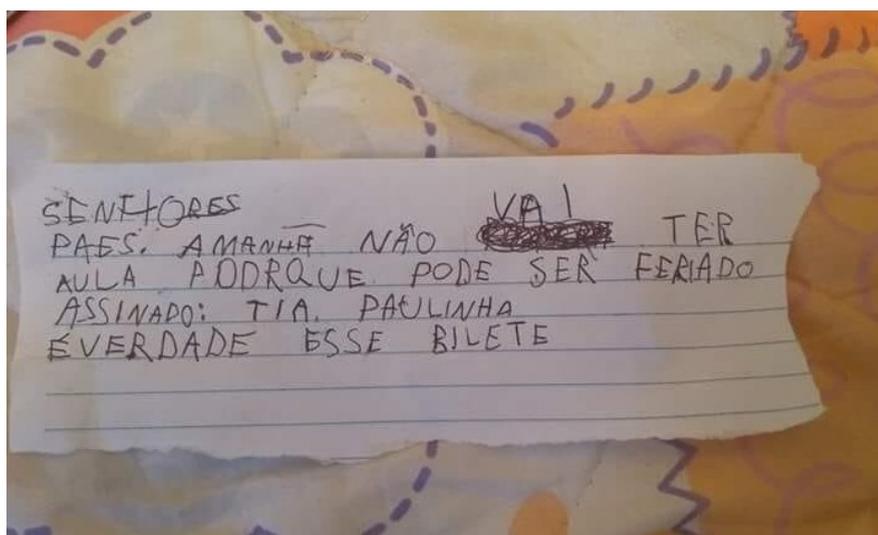
humanas. No texto de Motta, (2013), fazendo menção aos estudos de Gancho (1998), o personagem é sempre uma criação desempenhada pelo narrador a fim de ser o responsável por desempenhar uma ação.

Os memes, assim como determina Motta (2013), transformam a pessoa em uma *persona*, deixam o seu papel humano para se transformarem em um tipo, um conjunto de estereótipos, que apresentam as suas determinantes. Nesse processo, a identidade presente na pessoa que executa o meme é apagada e substituída por um aglomerado de determinantes, que colocam em estereótipos as ações executadas pela, agora, personagem.

Ainda, pensando no meme como entidade, esse processo se intensifica conforme o aumento da sua fecundidade, pois quanto mais compartilhado, quanto mais replicações, mais pessoas estão sujeitas a fazerem as suas próprias análises, com base nas suas interpretações pessoais, mudando a persona para a representação de uma única ação ou ainda um conceito.

Alguns exemplos desse movimento que encontramos dentro do podcast Além do Meme estão em episódios como o 14º da segunda temporada, “É verdade esse bilhete”, em que um menino de cinco anos escreveu um bilhete para a mãe, se passando pela professora da escola onde estudava, alegando que possivelmente seria feriado e por isso ele poderia ficar em casa, escrito “Senhores paes: amanhã não vai ter aula poorque pode ser feriado. Assinado: Tia Paulinha. É verdade esse bilete” (grafia original) (Figura 2).

Figura 2 - Foto do bilhete original, escrito por Gabriel para sua mãe



Fonte: <https://blogclaraboia.blogspot.com/2018/09/meme-billete-bilhete-e-verdade-esse.html?m=1>, acesso em 20 de novembro de 2022

A imagem logo começou a ser muito compartilhada, sendo reconhecida justamente pela ironia no texto do menino, ao falsificar - ainda que sem ter completa noção disso, pela

pouca idade - a então mensagem da professora. Ainda que muito fecundo, justamente por ser identificado pela formatação da escrita e pela ironia contida no texto, o meme perdeu a sua fidelidade ao ganhar diversas paródias. Ele parou de ser replicado com o exato texto escrito por Gabriel, autor do bilhete, e ganhou diversas outras mensagens, levando apenas o sentido expressado inocentemente pelo menino.

Outro exemplo está no quinto episódio da primeira temporada do podcast, “Bambola Star”. Bambola, autora do meme, estava gravando um vídeo rotineiro para as suas redes sociais, quando soltou a frase “Bom dia Brasil, boa tarde Itália”, expressão comum para ela, já que mora na região da Toscana, na Itália, mas grande parte dos seus seguidores nas redes sociais estão no Brasil. O meme foi tão compartilhado, que a frase acabou se descolando completamente da sua autora, se tornando um bordão para situações onde, com ironia, a pessoa que o utiliza quer transmitir superioridade, poder.

Nesse caso de Bambola, a personagem foi útil apenas como a agente que criou o meme, e, ainda que o compartilhamento da frase tenha sido benéfico, pois aumentou a sua fama e visibilidade, o meme em si é completamente separado da sua personagem, da pessoa por trás da sua origem, levando consigo apenas o sentido original que Bambola quis passar no momento.

Para entender melhor essa redução e conseqüente desumanização gerada pela fecundidade dos memes, em nosso percurso metodológico buscamos entender, a partir do podcast, como a vida das personagens foi afetada pelo meme e como Chico constrói uma narrativa jornalística em áudio para demonstrar essa história de maneira humanizada.

Para tal, selecionamos, três episódios do podcast, um de cada classificação (positivo, negativo, neutro). Inicialmente foi realizada uma audição exploratória, que contemplou a transcrição completa do episódio, a identificação das personagens apresentadas, a observação de seus espaços de fala e da forma como tanto os outros personagens quanto o narrador se referem ao agente principal do meme. Em um segundo momento, observamos de forma mais atenta se e como as personagens-meme são humanizadas pela ação do jornalista, com base nas discussões de Ijuim (2017). Para tanto, elaboramos e preenchemos uma ficha de análise específica para cada episódio, que podem ser visualizadas ao final deste trabalho, junto aos Apêndices A, B e C). Com isso, entendemos quais os papéis que as personagens ocupam na narrativa e como Chico, na sua posição de jornalista e narrador, constrói as suas imagens.

5. ALÉM DO MEME: UM PODCAST DE JORNALISMO HUMANIZADO

No texto de Ijuim (2017), o autor cita três movimentos realizados pelo jornalismo que percorrem o caminho contrário ao da humanização: quando este caricaturiza a personagem; quando ignora a complexidade do fenômeno, dos outros elementos que compõem e embasam determinado fato; e quando não reconhece o outro como ser humano, como cidadão. Sendo assim, desumanizam, transformando a personagem em um estereótipo. E, principalmente quando falamos de meme, percebemos que esses são movimentos comuns dentro do jornalismo, ao utilizá-lo em favor do entretenimento e da conquista de audiência.

Em seu podcast, o trabalho executado por Chico Felitti é na busca por um jornalismo que humaniza, que traz de volta para o plano do real uma personagem que ficou apenas no plano do entretenimento, que pelo senso popular foi substituída por uma frase, por uma música, por vezes contra o seu desejo pessoal. E esse trabalho se dá em detalhes simples, como a condução da entrevista e a descrição das personagens, por exemplo.

No capítulo a seguir, primeiramente, seguindo o percurso metodológico apresentado anteriormente, serão apresentados os três episódios do podcast analisados, selecionados com base na classificação de memes positivos, negativos e neutros. Em cada episódio, será narrada a sua estrutura, como o meme foi criado, quem são as personagens presentes e quais as consequências que ele teve na vida de seus agentes, seguindo o trabalho exploratório realizado por Chico. Na segunda etapa, são apresentados o resultado da análise mais específica acerca das estratégias de humanização, embasada pelo trabalho do jornalista sobre as personagens, como ele as constrói na narrativa, quais as suas funções e quais são os detalhes do roteiro que contribuem no processo de humanização.

5.1 O IMPACTO DO MEME

Neste subcapítulo, serão apresentados os episódios selecionados em cada categoria de análise, começando pelo meme neutro, “Taca-lhe Pau”, seguido do meme negativo “O Menino do Bar Mitzvá” e finalizando com o meme positivo “Bota Pó”. Para essa etapa, foi realizada a transcrição e audição exploratória de cada episódio, a fim de resumir a criação e repercussão do meme.

5.1.1 Taca-lhe Pau

“Taca-lhe pau” é o oitavo episódio da segunda temporada do podcast Além do Meme, desenvolvido pelo jornalista Chico Felitti. O episódio foi publicado no Spotify⁸ numa segunda-feira, dia 04 de abril de 2022, com 42 minutos e 34 segundos de duração. Nele, nove anos depois de incentivar “Marco Véio” a descer o morro da vó Salvelina num carrinho de mão, Leandro Beninca e sua mãe, Giovana Beninca, são entrevistados em sua casa, na cidade de Rio do Campo, na serra de Santa Catarina, recontando a história do meme e como foram os meses de fama para Leandro, que, como escreve Chico na descrição do episódio, se sente aliviado por já ter passado:

Lembra do menino que gritou “taca-lhe pau!” para o primo, que descia a ladeira da Avó Salvelina em um carrinho de rolimã? Pois ele não quer que você se lembre: Leandro Beninca escolheu o caminho do anonimato e, nove anos depois de protagonizar um dos maiores memes da história brasileira, mostra sua vida comum de aluno do ensino médio com dois empregos e uma poupança que amealhou na época da fama, que, felizmente, passou.

O meme nasceu em 2012, descendo o morro da vó Salvelina, na cidade de Taió, no estado de Santa Catarina. Durante suas férias de verão, os primos Leandro Beninca, com então 9 anos, e Marcos Martinelli, com 12, decidiram botar o carrinho de mão feito pelo tio para funcionar, e depois de várias tentativas, ao invés de descerem em linha reta, tentaram contornar a curva do morro. Depois da conquista, quiseram gravar, despretensiosamente, para mostrar aos amigos. Era uma tarde ensolarada e quente, perfeita para brincadeira na rua. O morro da vó Salvelina era um lugar tranquilo, numa região rural, com estrada de chão, sem passagem frequente de automóveis nem pessoas, o que propiciava a brincadeira dos meninos.

Leandro fica no canto inferior do morro, gravando com um *tablet* de Marcos, sem aparecer no vídeo. Aos poucos, Marcos vai aparecendo no topo do morro, sentado no carrinho, que começa a descer lentamente. Leandro começa a narrar o vídeo e incentivar o primo: “Pode vir, Marcos / Lá vem o Marcos, descendo o morro da vó Salvelina / Taca-lhe pau nesse carrinho, Marcos / Taca-lhe pau, Marcos”. Conforme Marcos vai ganhando velocidade, Leandro se empolga, e com sua voz infantil ainda mais estridente pelo entusiasmo, solta o bordão “Taca-lhe pau! Taca-lhe pau! Taca-lhe pau!”. Nesse momento, Marcos conclui a curva com sucesso, sem olhar para a câmera uma única vez, e Leandro finaliza, parabenizando o primo: “‘Mazá’ Marco véio”, encerrando o vídeo de 25 segundos.

⁸ Disponível em: <<https://open.spotify.com/episode/192e3vyhwPtkDGRqaFFNZo?si=2248796959874cc5>>. Acesso em 13 de dezembro de 2022.

No início do quarto minuto do episódio, Chico resume o vídeo que origina o meme:

[...] um vídeo simples, a filmagem de uma ladeira numa rua de terra batida, até que aparece lá em cima um objeto. É um carrinho que desponta no horizonte e vem descendo a rua em direção à câmera. Dirigindo vem um menino de cabelo preto, camiseta laranja e uma bermuda de futebol. O veículo vai descendo meio troncho, talvez mais lento que o primo mais novo que ta filmando, faz parecer na sua narração. Depois de bambolear pra lá e pra cá, o carro chega ao fim do morro, dá um cavalo de pau e acabou. O vídeo tem exatos 25 segundos.

O vídeo não foi postado na internet imediatamente. Os garotos o gravaram com a intenção de mostrar o feito para os amigos. Porém, tratando-se de internet, tendo em vista inclusive o percurso dos memes, controlar o caminho de um conteúdo é uma tarefa bastante difícil, já que ele pode ser difundido muito rápido em redes sociais. Foi esse o caso do vídeo de Leandro. Depois de enviarem aos amigos, sem saber por quem, seis meses depois da sua gravação, o vídeo foi postado na plataforma YouTube, e bateu a marca de um milhão de cliques em menos de 24 horas.

O Marcos mostrou para os seus amigos da cidade, o que fazia quando ia passar férias na casa da vó. Alguém deve ter achado graça na narração do seu primo de Rio do Campo e passado pra alguém que colocou no YouTube e, bom, seis meses depois de ser feito, o vídeo estava online. E sua visualização foi acachapante, arrebatadora mesmo. Enquanto outros memes demoram semanas para chegar a um milhão de cliques, o “taca-lhe pau” chegou em menos de 24 horas. Hoje, há dezenas de cópias da cena no Youtube, no Whatsapp, no Telegram. Muitas, com milhões de compartilhamentos.

Conforme a apuração de Felitti para o podcast, depois da viralização do vídeo, não demorou muito até que diversos jornais e emissoras procurassem Leandro e Marcos, pedindo entrevistas e gravações, pegando a família de surpresa, já que jamais imaginavam que isso poderia acontecer, muito menos sabiam o que era meme. Os meninos participaram de diversos programas, como da Eliana e do Celso Portioli, e deram inúmeras entrevistas. O sucesso foi tanto, que Leandro até participou de duas músicas com a banda de música gauchesca Fogo de Chão, que fizeram muito sucesso dentro do cenário da cultura gauchesca.

Por ser muito jovem e de origem humilde, a família de Leandro, principalmente sua mãe Giovana, sempre o conscientizou que a fama poderia ser passageira, e o menino nunca almejou continuar no caminho para ser uma celebridade. Ainda assim, de acordo com Felitti, sempre acompanhado dos pais, o garoto aproveitou as oportunidades que surgiram, como de aparecer em programas televisivos, participar de músicas de bandas que gostava e até fazer um comercial para a Fórmula 1.

Essa é a deixa de Chico, que em pouco menos de uma hora, busca entender como a fama afetou a vida do menino, como ele, juntamente com a família, lidaram com o momento, e acima de tudo, porque Leandro nunca teve interesse em se beneficiar com o meme - o que encaixa esse episódio na classificação apresentada anteriormente de “meme neutro”, já que a repercussão do meme trouxe benefício monetário e midiático para Leandro, mas este escolheu não usufruir desses bens para se manter famoso ou ostentar seus ganhos.

O episódio foca diretamente na entrevista realizada com Leandro, personagem principal, e Giovana, personagem secundária e mãe do menino, sem enfoque em recursos técnicos elaborados. A edição do podcast é, inclusive, bastante simples, alternando-se entre a narração de Chico e a entrevista realizada com a família. As trilhas sonoras utilizadas não são contrastantes com a narração, e nem causam impacto sonoro na audição do episódio, servindo como um auxílio e complementação do que está sendo dito. Os poucos momentos onde a trilha se estende por mais de alguns segundos, como do minuto 33'49" até 34'00", simboliza o final de um bloco do podcast para outro, da finalização de um assunto e início de outro.

Uma marca presente em todos os episódios do Além do Meme é a utilização dos sons ambientes para criar uma maior imersão auditiva do ouvinte no espaço onde o narrador se encontra durante aquela gravação, a fim de trazer mais um aditivo na composição do cenário sonoro. No episódio “Taca-lhe Pau” esse recurso não deixa de ser utilizado, ainda que em menor quantidade, mas em momentos chave, como, por exemplo, logo no primeiro minuto, com os sons da pizzeria Di Roma, onde Chico encontra Leandro pela primeira vez, diferenciando esse espaço dos outros apresentados e contextualizando-o como estabelecimento preferido para uma atividade diferente aos finais de semana na cidade pacata.

5.1.2 O Menino do Bar Mitzvá

“O Menino do Bar Mitzvá” é o décimo episódio do Além do Meme, fechando a primeira temporada do podcast. O episódio foi publicado no Spotify⁹ numa segunda-feira, dia 30 de novembro de 2020, e tem a duração de 37 minutos e 24 segundos.

Ele conta a história de um menino¹⁰ que, em meados de 2012, estava comemorando o seu aniversário com um Bar Mitzvá, um marco importante na religião judaica, o qual simboliza o ingresso ativo na vida jovem e na comunidade judaica. Mas o que era para ser um

⁹Disponível em: <<https://open.spotify.com/episode/3JHW1llb6jYzB9LdGLRbCF?si=4949ad09b7ea4719>> . Acesso em 26 de dez de 2022.

¹⁰A fim de preservar a privacidade do personagem principal deste episódio, Felitti omite o nome e quaisquer outras informações que o identifiquem. Abordaremos esse aspecto mais detidamente na sequência deste trabalho.

momento especial para o menino e a sua família, acabou se tornando uma assombração que o persegue até hoje, como Felitti coloca na descrição do episódio no Spotify.

O que acontece quando você convida 400 pessoas para a sua festa de aniversário, mas acabam aparecendo 40 milhões de pessoas? O Além do Meme passa seis meses investigando a vida de um menino que virou meme com um vídeo que fez para seu aniversário de 14 anos. E descobre uma história de ameaças de morte, entrevistas de emprego só para fazer selfies com um menino celebridade e sobre o desaparecimento de um dos maiores memes do Brasil.

Dentro das comemorações, algo comum da época, realizado por grande parte dos meninos, inclusive seus amigos e familiares, era fazer um vídeo divertido, exibido durante a festa, falando sobre si, sobre a sua família, os seus gostos pessoais, o apresentando para a comunidade. Chico, inclusive, contextualiza o ano que hoje, pouco mais de uma década depois, parece ser uma era muito distante:

O ano era 2012, a presidente era Dilma Rousseff, um dólar custava dois reais e dez centavos, as Olimpíadas de Londres estavam prestes a acontecer, e o hit do carnaval brasileiro vazou e contaminou o resto do mundo. [...] O Facebook tinha acabado de passar o Orkut como a rede social mais usada do Brasil. O Instagram nem existia, o WhatsApp menos ainda. Os memes ainda caminhavam em passos mais lentos. As pessoas entravam em blogs engraçados pra ver qual era a novidade do dia e depois mandavam essas piadas pros amigos por email.

Durante a investigação sobre o meme, a principal entrevista realizada por Chico é com Noemy Lobel, proprietária da Vem Ver Filmes, empresa especializada em vídeos para festas e cobertura de eventos, que já estava acostumada a dirigir vídeos dessa natureza, e logo foi contatada pela família do menino, que fechou contrato. O vídeo foi gravado, editado pela equipe da produtora e exibido na festa de aniversário sem complicações, ganhando muito prestígio pelos familiares e amigos do menino, que adoraram a produção.

O vídeo em questão era muito simples: um menino gesticulando e mostrando sua família, viagens e atividades dentro da comunidade judaica, na frente de um *chroma key*, uma tela verde substituída por imagens e vídeos por meio de edição no computador. Com ela, o menino aparecia, por exemplo, em pé em cima de uma orca, simbolizando que gostava muito de “ir pra baleia”, como cantava na letra da música, uma paródia da música “What Makes You Beautiful”, da banda inglesa One Direction, uma das músicas pop mais escutada na década de 2010.

Segundo relatos das personagens entrevistadas por Chico, o pai da família, com o intuito de fornecer a visualização do vídeo para os familiares e amigos distantes, que não

puderam apreciar presencialmente a festa, e que, inclusive, já havia publicado outros vídeos da família na internet, publicou o vídeo de 3 minutos e 21 segundos no Youtube. Algumas semanas depois, o vídeo já estava acumulando algumas dezenas de milhares de visualizações, gerando uma certa preocupação por parte da família, mas ainda sem consequências reais. O menino parecia gostar da atenção que estava recebendo, principalmente dos colegas de escola.

A gota d'água para que o vídeo explodisse foi a sua postagem no “Não Salvo”, antigo portal de memes que ditava as tendências do que iria viralizar nas redes. Durante a sua entrevista com Felitti, Noemy comenta que a partir do momento em que o vídeo foi publicado no portal, o seu telefone não parou mais de tocar e ela precisou encerrar o dia de trabalho, tamanho eram os pedidos de entrevista e comentários. A família foi monitorada e o pai tirou o vídeo do ar, mas ele já havia sido replicado inúmeras vezes e era impossível seguir o seu compartilhamento.

A partir de então, a vida do menino foi virada de cabeça para baixo, e o que era para ser um entretenimento para uma comemoração de aniversário acabou virando um pesadelo para o menino e sua família. O assédio era tanto, que ele não podia sair de casa para ir nas festas dos amigos, ou até mesmo dar uma volta num shopping, sem estar acompanhado de seguranças.

Mas, mesmo quando a febre do vídeo passou, e a vida do menino parecia estar voltando ao normal, o seu nome ainda era lembrado. Em 2020, oitos anos após o vídeo ser feito, durante a entrevista com Chico, Noemy comenta que próximo a data do encontro com o jornalista, uma amiga havia recebido uma foto do currículo do menino, que estava se aplicando para uma vaga de trabalho no exterior, demonstrando tanto como o assédio ainda é presente, quanto como o nome do menino ficou marcado como uma piada, uma brincadeira.

Também por esse motivo que o meme foi encaixado na categoria de negativo, já que em nenhum momento ele trouxe benefício para o seu protagonista. Muito pelo contrário, tudo o que o meme fez pela vida do menino foi marcá-lo como uma piada, ultrapassando a barreira da internet, o que gerou desde risadas, até preconceito real contra a sua religião, dificuldades na sua entrada para o mercado de trabalho, além da reclusão forçada que o adolescente precisou enfrentar para barrar a perseguição que sofreu.

Ainda que as imagens do vídeo fossem lentamente esquecidas, fato intensificado inclusive pela batalha judicial travada pela família contra o Google, hospedeiro do Youtube, o nome do menino do Bar Mitzvá continua intacto na memória de uma geração. E ainda que a maioria das pessoas não veja mal no vídeo, é a sua lembrança que causa dor, como o narrador explica:

Essa história é sobre o poder da internet. É a história de um evento único. A diretora do vídeo foi prejudicada. A família do menino foi prejudicada. O menino parece ter sido muito prejudicado. Ninguém queria fazer mal, mas mesmo assim, parece que a gente fez mal pra caramba.

Na sua investigação, Chico não consegue entrevista nem com o menino, nem com a sua família, que se blindou completamente contra pedidos de entrevistas e publicidades decorrentes do meme. O próprio advogado que representa a família não quis falar com o jornalista. Portanto, o episódio se baseia nos relatos de duas personagens, Noemy, diretora do vídeo, e Aron Freller, o redator que criou a paródia da música cantada pelo menino.

Por conta disso, o episódio é marcado pelos recortes entre a fala do narrador e dessas personagens, com uma edição simples, sem uso de trilhas sonoras marcantes, deixando que o roteiro seja protagonista. O episódio não tem um tom alegre, visto o uso de trilhas serenas e o próprio posicionamento do narrador que, diferentemente dos outros episódios analisados neste trabalho, em determinados momentos, sai da posição de narrador para se tornar testemunha, pois ele mesmo chegou a realizar matéria sobre o menino quando o vídeo ainda estava no seu auge, que foi publicada no jornal em que trabalhava. Uma característica destoante deste para os outros episódios analisados, é que foram utilizadas outras vozes para caracterizar depoimentos pequenos dados a Chico por pessoas que não querem se identificar, como de uma pessoa que o conhecia da faculdade e alguns colegas de escola, visto o mal que a lembrança do meme faz para a família, e como falar dele hoje deixa um gosto amargo na boca das pessoas.

5.1.3 Bota Pó

“Bota Pó” é o sétimo episódio da segunda temporada do podcast Além do Meme, publicado no Spotify tradicionalmente numa segunda-feira, dia 28 de março de 2022, com duração de uma hora e três minutos. Nele ouvimos a história de uma jovem maranhense que cria bordões e como Chico coloca na descrição do episódio, é a namoradinha da internet.

A namoradinha da internet abre as portas da sua casa pela primeira vez. Bota Pó se encontra com o Além do Meme na escola pública onde estuda, em Bacabal, no interior do Maranhão, e conta como foi de uma adolescente comum a uma musa da internet, que toma café na taça e segue uma agenda de mulher de negócios.

No episódio, Chico entrevista Alexia Brito¹¹, adolescente conhecida nas redes sociais, principalmente no Instagram e no Twitter, como “Bota Pó”. Alexia vive em Bacabal, cidade no interior do estado do Maranhão, a 240 quilômetros da capital São Luís. Fora a sua atividade como influencer, a adolescente, que tinha 16 anos na época da gravação do episódio, em 2021, frequenta a escola estadual Manoel Campos Souza, onde Chico a encontra e começa a entrevista que embala todo o episódio.

Chico e Alexia seguem para a casa da jovem, acompanhados de Antônio “Famosinho”, “chofer predileto das noivas de São Luís do Maranhão”, que executa o trabalho de motorista do jornalista durante a sua passagem pelo estado. Ao chegarem na casa da jovem, encontram sua avó e seu irmão mais novo. Os três se dirigem para a cozinha e dali, Alexia conta toda a sua trajetória.

Diferentemente dos outros episódios analisados neste trabalho, Alexia Brito conta que não se tornou famosa na internet a partir de um vídeo ou de um bordão. A sua fama foi construída pouco a pouco. Aos 14 anos abriu a sua primeira conta no Instagram, e como sempre foi muito extrovertida e animada, já começou a postar seu dia a dia. No início, ela conta a Chico que gostava de fazer vídeos vestindo os lençóis da vó, imitando as princesas da Disney, um costume que vinha desde criança, quando ia na Igreja e participava do clube de teatro. Postando essas fotos e vídeos, começou a construir uma comunidade local, e seu conteúdo começou a crescer, chegando aos dez mil seguidores.

Quando seus avós dormiam, ela pegava toalhas e lençóis e se vestia de princesa. Primeiro, fazia isso escondido. Por anos, ela viveu a Bota Pó só de madrugada, enquanto o mundo todo dormia, mas conforme foi crescendo a fantasia que ela vivia de noite começou a se manifestar também durante o dia. E Bota Pó começou a incorporar elementos de princesa na roupa que usava para ir pro colégio. Não demorou muito para que as outras crianças percebessem.

Nessa época, conta que começou a fazer alguns pequenos trabalhos, convidada por estabelecimentos da cidade, mas nada que de fato se revertesse em lucro. Contudo, nunca deixou de fazer seus vídeos e criar os seus bordões. Nos vídeos em que mostrava suas maquiagens, sempre falava “bota pó! bota mais pó!” e daí veio o seu nome artístico, Bota Pó, como é conhecida pela maioria dos seus seguidores.

¹¹ Na época da entrevista, em 2021, Alexia ainda não se identificava como uma mulher transexual, por isso durante o episódio, às vezes Chico se refere a ela no pronome masculino, outras no feminino, assim como a própria jovem faz durante a gravação da entrevista. Contudo, no momento da escrita deste trabalho, entre o final de 2022 e início de 2023, a jovem já havia afirmado em suas redes sociais o início do seu processo de transição de gênero, afirmando-se como mulher. Sendo assim, será tratada apenas no pronome feminino e pelo seu nome escolhido, Alexia.

Em 2021, Bota Pó gravou um vídeo fazendo uma dança com a música “Pega o Pato”, dos artistas Biu do Piseiro e Chinem, que teve uma repercussão gigante no Twitter e, conseqüentemente, trouxe mais uma onda de novos seguidores para o Instagram. Dentre eles estava a maior influencer do Maranhão, Thaynara OG, com a qual Bota Pó se encontrou semanas mais tarde, alavancando muito o seu perfil nas redes e se tornando de fato uma influencer, atividade ainda não muito bem entendida pela sua família, e que o próprio narrador tem dificuldade em explicar.

É difícil explicar pra alguém que não consome muita internet o que que é uma influencer. É uma comedianta? É uma novela da vida real que a gente acompanha pelos stories todos os dias? É uma melhor amiga postiça? É tudo isso. E talvez seja tudo isso e mais um pouco.

A partir de então, cada novo vídeo de Bota Pó que se tornava meme no Twitter, trazia milhares de seguidores para o seu perfil, e naturalmente começaram a surgir propostas para novos projetos, novas publicidades com empresas grandes e o vislumbre de um futuro que Bota Pó sonhava desde criança, ao se vestir com os lençóis durante a madrugada, escondida dos avós. Futuro esse permitido pelas conseqüências positivas que diversos memes construídos pela personagem tiveram, encaixando, portanto, não apenas um vídeo ou um bordão na categoria de meme positivo apresentado anteriormente neste trabalho, mas todo o empenho e dedicação da personagem.

O episódio se baseia principalmente na entrevista realizada com Alexia, pois é ela quem conta, a partir do seu ponto de vista, a sua história de ascensão, os seus bordões, as suas brincadeiras. No final do episódio, Chico também apresenta a avó de Bota Pó, dona Valda, que vez ou outra Alexia chama para participar de seus vídeos. Conta como a vida das duas tomou rumos completamente diferentes, mas que o amor de vó perdura, ainda que essa não entenda tão bem o ofício da neta.

As trilhas sonoras do episódio não são contrastantes com as falas e apenas auxiliam na demarcação das partes, na finalização de um assunto e entrada de outro. Os sons ambientes são mais frequentes, como nos primeiros minutos do episódio, onde cada passo de Chico na cidade é seguido do som referente, o que cria um cenário sonoro e ajuda o ouvinte a se sentir mais imerso naquele espaço, aproximando-o ainda mais da realidade narrada.

5.2 PERSONAGENS HUMANIZADAS

Após a apresentação dos episódios, seguimos, neste tópico, detalhando as estratégias utilizadas por Chico Felitti que geram a humanização das personagens de cada meme, separadamente, com base no trabalho de Ijuim (2017). Além da humanização, também são citadas as classificações de Recuero (2007) para as características específicas dos memes, encaixando os episódios em questão dentro desta catalogação.

5.2.1 Taca-lhe Pau

No primeiro episódio analisado, “Taca-lhe Pau”, temos como personagem principal Leandro Beninca, o menino de voz estridente que grita o bordão que dá nome ao meme. Chico o descreve como “um moleque alto, magro, de cabelos loiros encaracolados e óculos. [...] Além de ser adolescente, Leandro Beninca é tímido [...]”. Os outros personagens que compõem a família de Leandro, citados no episódio, são a sua mãe, Giovana Beninca, que Chico descreve como “[...] mulher loira de roupa de ginástica e o cabelo preso num rabo de cavalo. Ela é [...] professora de maternal, que bebe chimarrão durante horas enquanto a gente bate papo” e que por ter realizado a entrevista junto ao filho, detém grande parte das sonoras inseridas na edição; o pai de Leandro, que não é nominado, apenas mencionado por Chico como “[...] caminhoneiro e está levando uma carga pra São Paulo no dia em que visito a casa [...]”; e a avó de Leandro, dona Salvelina, descrita por Chico em um trecho onde participa de um show de Leandro com a banda Fogo de Chão como “uma senhora de cabelos castanhos até a altura dos olhos, óculos, calça preta, camisa social e um casaco felpudo”.

Ainda, temos a apresentação de Kiko Rota, cantor da banda Fogo de Chão, com quem Leandro grava duas músicas e que Chico apresenta como “[...] um irmão mais velho, ou um tio pro menino”; uma breve citação a um psicólogo amigo de Chico; e o primo de Leandro, Marcos. Ainda que o menino que pilota o carrinho seja um dos protagonistas do vídeo meme, a sua participação no episódio é bastante limitada. No roteiro, Chico o descreve fisicamente e também comenta sobre a sua participação no meme e no desenrolar da fama, citando diversas vezes que os meninos foram convidados para participar de programas e darem entrevistas, não apenas Leandro. Mas essa escolha do narrador em citar brevemente essa personagem não é inconsciente, já que Marcos também preferiu se afastar da fama e levar uma vida pacata, além de que a voz que dá sentido ao meme é de Leandro, tendo sido ele o mais requisitado para ações, como a propaganda para a Fórmula 1 e as músicas com a banda Fogo de Chão.

A ação do narrador em detalhar a aparência física, profissão e costumes das personagens, serve principalmente como uma forma de fazer com que estas se tornem visíveis para o ouvinte, trazendo-a para o plano da atualidade uma criança que vive apenas dentro de um vídeo, eternizado como a caricatura de um menino de nove anos de idade. No quadro a seguir, é possível conferir a relação entre as personagens secundárias com a personagem principal, e a sua apresentação no podcast.

Quadro 2 - Personagens secundários do episódio “Taca-lhe Pau”

| Personagem | Relação com a personagem principal | Há inserção sonora? | Há entrevista realizada com o narrador? |
|----------------------------|---|----------------------------|--|
| Giovana Beninca | Mãe | Sim | Sim |
| Marcos Martinelli | Primo | Não | Não |
| Psicólogo (amigo de Chico) | - | Não | Não |
| Pai de Leandro | Pai | Não | Não |
| Kiko Rota | Amigo | Não | Não |
| Vó Salvelina | Avó | Não | Não |

Fonte: elaboração da autora

Ao apresentar as outras personagens, como a mãe, o pai, a avó, os amigos e o primo, e inserir as suas falas (quando existem em sonoras), Chico Felitti reconhece os outros, as diversas camadas que não podem ser vistas no meme, mas que tiveram influência na sua construção, já que, por exemplo, se Leandro e seu primo tivessem tido a criação de um garoto do centro urbano, muito provavelmente o meme, exatamente como ele foi gravado, nem existiria. O gosto pela brincadeira de rua, as férias na casa da avó e o jeito de falar, são características que vêm da própria criação do menino, que são mostrados por Chico a partir da apresentação da família e da entrevista realizada com o próprio adolescente. Esse movimento humaniza as personagens.

Além da sua aparência, as referências que Chico faz a Leandro demonstram como o adolescente é simples, humilde, de poucas palavras, e, conforme conversa com ele e sua mãe, deixa claro que essas são características que acompanham o menino, como o próprio relata em um trecho da entrevista: “Se fosse pra escolher, preferia ficar aqui do que ser famoso e coisa”.

Em alguns momentos, Chico até demonstra surpresa com a simplicidade, com os gostos e valores de Leandro, muito diferentes de um adolescente que mora no meio urbano, principalmente de alguém que um dia já foi famoso, como, por exemplo, economizar para comprar uma serra de cortar madeira, ou ter usado o primeiro salário para comprar uma parafusadeira: “De todas as famílias que eu já encontrei pro Além do Meme, os Beninca foram os que menos sentiram os abalos sísmicos da fama repentina na internet. Sabe o que mudou na vida deles depois do fatídico dia em 2014? Muito pouco, quase nada”

São nesses pequenos momentos que Chico, em seu trabalho jornalístico, não tenta construir uma caricatura em cima do meme, mas, sim, apresentar de maneira crua e real o que ele representa. O que Chico faz, no papel de narrador e jornalista, é aproximar novamente o bordão “taca-lhe pau!” do menino que o trouxe para os holofotes, sendo reconhecido e utilizado até os dias atuais em diversas situações, pelos mais variados grupos.

Dentre as classificações de Recuero (2007), o meme “Taca-lhe pau” se encaixa em todos os parâmetros mais altos e difusos, como alta fidelidade, portanto um replicador, e alta fecundidade, sendo um meme epidêmico, que circula por vários grupos distintos e podendo ser aplicado dentro dos temas mais aleatórios, além de ter um alto alcance.

5.2.2 O Menino do Bar Mitzvá

Já no episódio “O Menino do Bar Mitzvá”, o quadro de personagens é bem mais enxuto. Em função de todas as consequências negativas que o meme teve para o seu protagonista, como já era esperado pelo jornalista, Chico não consegue entrevistas nem com o menino, nem com a sua família. O jornalista também não menciona, em nenhum momento durante o desenvolvimento do episódio, o nome do menino ou de pessoas da sua família, a fim de proteger a sua identidade.

Portanto, o episódio se baseia nos relatos de duas personagens centrais na trama: Noemy, diretora do vídeo, e Aron Freller, o redator que criou a paródia da música cantada pelo menino, conforme o quadro a seguir, que compila os dados coletados nas fichas de análise.

Quadro 3 - Personagens secundários do episódio “O Menino do Bar Mitzvá”

| Personagem | Relação com a personagem principal | Há inserção sonora? | Há entrevista realizada com o narrador? |
|-------------------|---|----------------------------|--|
| Noemy Lobel | Diretora do vídeo | Sim | Sim |
| Aron Freller | Criador da paródia cantada no vídeo | Sim | Sim |

Fonte: elaboração da autora

Chico descreve Noemy como “[...] a tia divertida que toda família tem. É uma mulher com os cabelos tingidos de ruivo, bem magra, fumante e simpática”. É ela quem descreve todos os acontecimentos, pois foi das suas mãos que o meme nasceu. Ela, inclusive, comenta que após a fama do menino do Bar Mitzvá, diversas pessoas a procuraram pelo seu trabalho para criarem um meme, mas a produtora diz que “meme a gente não faz, meme acontece”, ainda que esse acontecimento espontâneo possa não ter um saldo positivo. Já Aron é contatado brevemente por Chico, e sua fala faz referência ao conteúdo do vídeo, já que foi ele o criador da letra da música.

Além desses dois personagens, Chico tenta contato com algumas outras pessoas que poderiam dar alguma informação relevante sobre o adolescente, como funcionários da faculdade onde ele estudou e amigos da escola, mas ninguém quis se pronunciar, tratando o assunto quase como um tabu, fazendo, inclusive, comentários questionando a investigação de Chico, já que o próprio episódio poderia causar ainda mais ressentimento.

Ouvir essas histórias me pega de jeito. Me pega de jeito porque eu já tinha feito as mesmas perguntas pra mim mesmo. Se eu sei que esse menino não queria aparecer e que o meme só trouxe coisa ruim pra sua família? Por que é que eu vou investigar e remoer essa história, se eu sei que o menino não queria aparecer e que o meme só trouxe coisa ruim pra sua família? Porque é que eu vou investigar e remoer essa história? Expor tudo de novo. Porque essa história é uma história única. É um exemplo. É um crime sem culpado. Ninguém queria fazer mal pra esse menino. Eu imagino. Mas o mal acabou acontecendo.

Mas o movimento de Chico Felitti em falar sobre o meme não é apenas pela amplitude que o caso tomou, mas também porque na época em que o assunto ainda estava em alta, Chico foi um dos jornalistas que, mesmo sem perceber maldade, participou do assédio ao realizar matérias sobre o menino, quando escrevia uma coluna no jornal Folha de São Paulo.

Quando eu ainda trabalhava na Folha de São Paulo, escrevi uma coluna de notícias sobre a cidade de São Paulo, eu publiquei uma notícia sobre esse menino. Está lá. Em 14 de julho de 2013. ‘Famoso por vídeo na internet, nome do menino, só agora para de andar com segurança’. [...] Está aí, ou seja, eu fiz parte desse crime. Foi um linchamento virtual que se arrastou por anos.

Sem perceber na época, Chico também desumanizou, mostrou a identidade do menino e falou da sua imagem ligada ao meme, causando e acentuando uma exposição que, como ele perceberia mais tarde, foi extremamente negativa ao menino. O episódio no podcast, portanto, tem um incentivo ainda maior para o narrador ao tentar redimir a sua ação, desta vez, humanizando o garoto, sem o expor da mesma maneira que diversos veículos de mídia, incluindo o próprio Chico, haviam feito anteriormente. No podcasts, o narrador procura mostrar a vida do menino para além do vídeo do seu Bar Mitzvá, deixando o meme de lado.

Durante as entrevistas, Noemy e Aron também não citam o nome do menino e comentam a história com bastante sensibilidade, já que viram de perto tudo o que aconteceu com a família e como o vídeo teve consequências longínquas para a vida do então adolescente. Essa escolha em não nomeá-lo, tanto por parte das personagens, quanto do jornalista, vai ao encontro de um assunto que Chico apresenta no final do episódio, o direito ao esquecimento.

O direito ao esquecimento é uma ferramenta concedida ao indivíduo, em especial o indivíduo que vive na sociedade da informação, que lhe permite escolher como serão tratados seus dados pessoais, ou mesmos suas fotos, vídeos ou fatos a seu respeito, que ocorreram, mas já foram superados, não havendo interesse público ou interesse informativo relevante na perpetuação da sua divulgação. Assim, permite-se que cada indivíduo tome os rumos que deseja, sem ser eternamente cobrado por acontecimentos que aconteceram no passado e já não fazem parte da sua realidade atual. (AVELLAR, 2017, p.11)

O trecho anterior é um parágrafo da monografia de Érica Avellar, na época formanda do curso de Direito pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, lido por Chico no episódio, pois apresenta o tópico fazendo menção ao caso do menino do Bar Mitzvá, um personagem que nunca teve esse direito assegurado. Ainda que a família tivesse tomado todas as providências legais possíveis naquele momento, ainda assim, a memória jamais seria apagada. A fim de não perpetuar esse comportamento, Felitti respeita também o Estatuto da Criança e do Adolescente, onde, no artigo 17¹² defende que

¹² Disponível em:

<<https://www.jusbrasil.com.br/topicos/10618111/artigo-17-da-lei-n-8069-de-13-de-julho-de-1990>>. Acesso em 30 de dez de 2022.

O direito ao respeito consiste na inviolabilidade da integridade física, psíquica e moral da criança e do adolescente, abrangendo a preservação da imagem, da identidade, da autonomia, dos valores, idéias e crenças, dos espaços e objetos pessoais.

Chico sempre se refere ao menino com muito respeito e o episódio tem um tom de seriedade. O episódio aparenta ser como uma carta de desculpa, por uma geração que, sem ter noção da dimensão dos fatos, ridicularizou e afetou diretamente todos os aspectos da vida de um adolescente.

Dentro das classificações apresentadas por Recuero (2007), o meme se encaixa com uma fidelidade alta, sendo que as suas cópias geralmente faziam menção ao meme original, usando a sua imagem e nome, assim sendo também um meme com alta fecundidade e longevidade, sendo compartilhado com uma frequência muito alta nas mais diversas redes e permanecendo no tempo por um grande período, sendo lembrado até hoje. Visto a abrangência que o meme teve, é possível considerá-lo local, já que ele ficou conhecido internamente no país.

Por fim, a intenção do jornalista, além do fato de buscar por uma remissão tardia dos atos que cometeu há dez anos atrás, também usa o meme como um exemplo, como um símbolo dos outros memes negativos que circularam e ainda circulam na internet:

O episódio final sobre o Além do Meme não é sobre uma pessoa, quer dizer, esse episódio é sobre uma pessoa, um menino. Um menino que fez um vídeo engraçado pra sua festa de Bar Mitzvá. Mas eu defendo que esse menino simboliza a internet inteira, como a internet mudou nos últimos anos, como a internet era uma criança inconsequente que até hoje já amadureceu muito, mas que fez bastante merda enquanto crescia.

5.2.3 Bota Pó

O episódio “Bota Pó” também apresenta poucos personagens. Desta vez não por escolha do narrador, mas porque são poucas as pessoas que de fato podem contar a história de Bota Pó além dela mesma. No quadro abaixo é possível conferir as personagens presentes.

Quadro 4 - Personagens secundários do episódio “Bota Pó”

| Personagem | Relação com a personagem principal | Há inserção sonora? | Há entrevista realizada com o narrador? |
|---------------------|---|----------------------------|--|
| Dona Valda | Avó | Sim | Sim |
| Mãe de Alexia (não) | Mãe | Não | Não |

| | | | |
|---------------------|---|-----|-----|
| nomeada) | | | |
| Antônio “Famosinho” | - | Não | Não |

Fonte: elaboração da autora

Dona Valda, avó de Alexia, é a personagem secundária que mais aparece no episódio, já que mora com a jovem e vez que outra aparece nos seus vídeos. Ela é apresentada por Chico como “uma senhora baixa de cabelos brancos. [...] A dona Valda até que aparece sempre meio a contragosto, meio constrangida e sem falar muita coisa. Porque ela também é calada assim na vida real”. A mãe também tem uma apresentação breve, feita do ponto de vista de Bota Pó: “A mãe mora em Goiânia, com o pai do irmão mais novo, que também mora ali com ela. E estava ali na sala. O pai de Bota Pó não está presente, e ela mora com a avó desde que se entende por gente. Mas ama a mãe, que a aceita sem reserva”. Antônio “Famosinho” é um personagem suporte, motorista de Chico, que aparece em determinados momentos como um exemplo de pessoa que não consome muita internet, que está conhecendo pela primeira vez a menina e entendendo o seu ofício na internet, assim, talvez, como possa acontecer com alguns ouvintes do podcast.

O primeiro aspecto do episódio que retira a personagem da visão do meme, da caricatura criada através da persona “Bota Pó” e traz de volta para a realidade, é a apresentação da cidade onde Alexia mora, no interior do Maranhão. Ainda que os seguidores da jovem vejam a sua casa e pequenas partes da cidade através dos *stories* e vídeos postados, Chico entra na sua casa e mostra a sua realidade com um outro olhar, conta os detalhes que vê, a cor das paredes, a disposição dos móveis, a situação dos arredores da casa, faz com que o ouvinte se sinta presente naquele ambiente, participando da entrevista. Mostrar a realidade da jovem é um ato de humanização, pois apresenta o contexto de onde a sua personalidade vem.

O episódio é bastante extenso e cobre diversos aspectos da carreira da jovem, mas Chico também se preocupa em mostrar quem é Alexia sem ser Bota Pó. Para tal, conta sobre as suas dificuldades, sobre os seus anseios, sobre as suas expectativas. Na entrevista, Alexia conta que em meados de 2019 diversas contas suas no Instagram eram tiradas do ar em função de denúncias anônimas na plataforma. A jovem fala que nunca teve medo de se expor, de falar de tal maneira e se vestir como bem entendesse, e, por na época se assumir como uma pessoa gay afeminada, sofria preconceito por parte de pessoas mal intencionadas.

Mas ela nunca deixou de fazer seu conteúdo de forma autêntica, assumindo o seu posicionamento e mostrando o seu dia a dia, o que a fez crescer de maneira estrondosa ¹³nas redes sociais. Essa vulnerabilidade mostrada por Chico, que é algo que Alexia não esconde nas redes, mas não fala com frequência, por tocar numa ferida muito pessoal, também a humaniza, afinal, o meme pode ser exclusivo à internet, a um site ou uma rede, mas as suas consequências têm impactos reais, quando não físicos na vida de seus personagens.

Ainda assim, a jovem se mostra como uma pessoa alegre e esperançosa, que tem planos de, com os benefícios gerados pelo seu trabalho na internet, mudar a realidade em que ela e a sua família vivem, colocando-se como um exemplo a ser admirado por outros jovens que tenham os mesmos sonhos e objetivos.

Pela grande quantidade de conteúdos viralizados por Bota Pó e transformados em meme, é difícil encaixá-la nas categorias propostas por Recuero (2007), pois isso exigiria analisar cada um individualmente. De maneira geral, analisando Bota Pó como personagem, a fidelidade dos seus conteúdos quando compartilhados é alta, pois normalmente são apenas compartilhados e não reutilizados pela linguagem de determinado grupo. Já quanto a sua fecundidade, são memes epidêmicos, que tem muitos encaminhamentos e visualizações, mas que, pela quantidade de novos conteúdos, são voláteis, ou seja, tem uma longevidade curta no tempo. Por fim, são memes com alcance relativamente local, pois hoje Alexia já conseguiu sair dos limites da sua cidade e entregar o seu conteúdo para o país inteiro, falando com diversos públicos e mostrando a sua realidade para todos os cantos do Brasil.

5.3 AS ESTRATÉGIAS DE HUMANIZAÇÃO NO ALÉM DO MEME

Seguindo as ações gerais humanizadoras dentro do jornalismo, propostas por Ijuim (2017) no início deste capítulo, percebemos que o trabalho executado por Chico Felitti no podcast Além do Meme agrega diferentes aspectos e estratégias que, ao final, acabam por humanizar as personagens apresentadas.

Primeiramente, para conseguirmos identificar esses aspectos e estratégias, foi necessário desenvolver um sistema de exploração que auxiliasse na identificação dos aspectos analisados, como as menções às personagens, os espaços geográficos que constituem as paisagens sonoras, o uso de trilhas, dentre tantas outras.

¹³ Em janeiro de 2023, Bota Pó acumulava mais de 32,8 mil seguidores no Twitter e mais de 662 mil seguidores no Instagram. Disponível em: <<https://twitter.com/BotaaPoo>> e <https://www.instagram.com/botaa_po/>. Acesso em: 05 de jan de 2023.

Num primeiro momento, após a decisão pelos episódios analisados, foi realizada uma audição exploratória, agregada à transcrição do episódio (com o auxílio na ferramenta Transcriber Bot, no aplicativo Telegram), onde foi possível identificar os trechos e marcar os momentos exatos onde as frases chaves para a análise proposta nesse trabalho apareciam.

Após, com a transcrição em mãos e os trechos identificados, foi realizada a criação da ficha de análise, separada pelos personagens, começando pelo personagem principal e seguida pelos secundários, com os seguintes pontos:

- Descrição feita pelo narrador: trechos da locução do Chico sobre a personagem em questão;
- Descrição feita pelos outros personagens: trechos em que os outros personagens se referiam a personagem em questão;
- Espaços ocupados pela personagem: espaços geográficos ocupados pelas personagens;
- Há inserção de sonora no podcast: algumas personagens foram entrevistadas presencialmente, por telefone, por mensagem de texto ou áudio, e outras foram apresentadas, mas não houve realização de entrevista. Esse ponto foi acrescentado para explicar essa interação real entre fonte e jornalista, e se a voz dessa pessoa de fato é inserida no episódio;
- Há entrevista realizada com o narrador: para entender se a personagem apresentada teve contato com Chico durante a execução do podcast;
- Qual a relação com a personagem principal: para mostrar de maneira clara qual a relação direta entre a personagem secundária e a principal.

Com esses dados em mãos, começou a tarefa da interpretação dos seus sentidos e dos seus usos dentro dos episódios, para chegar de fato às estratégias de humanização. Dentre elas, estão a utilização de recursos técnicos, de captação e edição dos episódios, e as escolhas narrativas feitas pelo jornalista.

Nas estratégias referentes ao uso de recursos técnicos, ainda que não tenha uma quantidade de tempo expressiva dentro do podcast, a utilização dos sons ambientes, como os passos, os sons da cidade e do local da entrevista, assim como o eco e a escolha das trilhas sonoras, juntamente aos recortes entre a narração de Chico e da sonora extraída diretamente da entrevista, proporcionam ao ouvinte uma melhor imersão no áudio e contextualiza a situação vivida pela personagem principal, algo que não pode ser percebido de maneira complexa apenas pelo meme.

Pensando ainda na contextualização da situação vivida pelas personagens, e pulando para as escolhas narrativas feitas por Felitti, temos as apresentações de diversos personagens

secundários. A presença destes personagens ajuda a trazer um olhar diferenciado acerca do personagem principal, que não é fornecido pelo narrador, mas por pessoas do próprio convívio ou história da personagem, apresentando outros pontos de vista acerca da história do meme.

Outra estratégia apresentada por Ijuim (2017) e utilizada de diferentes maneiras por Chico, é o resgate da personagem principal da caricatura criada pela audiência, apresentando o ser humano por trás do meme. Para isso, Chico realiza uma série de ações no roteiro, como a descrição física dos personagens, de aspectos da sua personalidade e comportamento.

Quando não houve a possibilidade de entrevista direta ou de apresentação da personagem principal, como é o caso com o episódio “O Menino do Bar Mitzvá”, Chico também o humaniza ao preservar a identidade e a imagem do menino e da sua família, evitando causar ainda mais prejuízo. Ainda que o ato de dar nome seja

Todas essas ações e estratégias utilizadas pelo jornalista desde a elaboração do roteiro, até a edição e entrega do podcast, prezam por um jornalismo ético, que respeita os limites das personagens expostas e as trata como seres humanos reais, como pessoas com emoções e complexidades, humanizando-as.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o caminho traçado por este trabalho, no primeiro capítulo entendemos como é construída a narrativa jornalística, como as personagens são criadas e o que elas representam dentro da narrativa. No segundo, entendemos que o conceito de meme é oriundo da Biologia e tem como único objetivo o seu próprio compartilhamento, para permanência no tempo. Também pudemos visualizar como o jornalismo aproveita os memes, usando-os para o próprio benefício. No terceiro capítulo, traçamos uma linha do tempo da história da rádio e do podcast, a fim de entender o gênero narrativo, que acompanha a prática sonora desde a sua criação.

No quarto capítulo, apresentamos uma proposta de metodologia para a análise, começando por apresentar o podcast Além do Meme, seu criador, suas motivações. Após, foi realizada uma audição de todos os 26 episódios disponíveis do podcast, sem transcrição, para entender de maneira geral, quais foram as consequências reais dos memes na vida dos seus agentes. Ficou claro que um dos pontos mais interessantes do podcast é justamente a pluralidade de histórias e desdobramentos que, diferentemente do meme, não tiveram repercussão na internet ou nos veículos midiáticos.

Com isso, chegamos em três grandes classificações: os memes positivos, aqueles em que as consequências do meme trouxeram benefícios para os seus personagens, tanto de maneira natural e esporádica, quanto pelo empenho em aproveitar das oportunidades que emanaram a partir do meme; os memes negativos, aqueles onde as consequências do meme foram negativas para seus personagens, em alguns casos de maneira mais leve, e outros indo contra até mesmo os esforços em barrá-las; e os memes neutros, aqueles em que as consequências do meme ou não foram significativas o suficiente para mudar de maneira positiva ou negativa a vida da personagem, ou a personagem deliberadamente escolheu não se beneficiar do meme.

Depois da audição e classificação de todos os episódios, três foram escolhidos para o processo de análise, um de cada categorização, para entendermos como o narrador trabalha dentro das três situações. A partir de então, foi realizada a escuta e transcrição dos episódios, com preenchimento das fichas de análise, para evidenciar os trechos em que as personagens são apontadas ou citadas. Chegando no quinto e último capítulo, após serem feitas as transcrições e fichas de análise, cada episódio foi descrito, juntamente com todos os aspectos narrativos e sonoros que o demonstram como sendo um trabalho jornalístico humanizador.

O jornalismo pode ser desumanizador. Quando não preza pela profundidade dos fenômenos, não busca entender as motivações e as consequências dos fatos, não busca pontos de vista diversos e não dá espaço para falas plurais. Contudo, ele pode ir pelo caminho inverso, realizando um trabalho investigativo para entender as diversas nuances que um acontecimento pode carregar consigo, e, principalmente, entendendo os seus agentes como pessoas reais, como seres humanos.

É isso que o jornalista Chico Felitti faz no seu podcast Além do Meme. Como o próprio nome já diz, o trabalho do jornalista aqui é entender o que está por trás do meme, o que vem junto quando falamos de uma criança gravando o primo brincando de carrinho de mão na casa da vó, ou de um menino que teve sua imagem editada em um vídeo e aparece cantando sobre sua vida em cima do focinho de uma baleia, ou ainda de uma jovem adolescente que criou uma persona para a internet onde bebe café numa taça todos os dias e se considera uma mulher de negócios.

Ao final da análise realizada neste trabalho, retomamos nosso objetivo de pesquisa, identificar as estratégias sonoras e analisar os seus empregos dentro da execução do podcast, visando a humanização das personagens, e, com uma grande resposta, podemos afirmar que sim, Chico Felitti humaniza as personagens que apresenta no seu podcast. Não apenas as personagens principais, as agentes dos memes, mas também as suas famílias, os seus amigos e até os personagens que não têm relação direta com a principal, mas que de alguma forma fizeram parte da sua história.

Chico humaniza quando trata essas personagens como pessoas, quando entra em suas casas, quando conversa diretamente com elas, quando busca, por meio de outros depoimentos, entender o contexto onde vivem, a sua personalidade, os seus gostos, os seus costumes. De maneira geral, quando traz a imagem mostra o ser humano que existe por trás da máscara criada por um meme.

E quando não consegue fazer esse trabalho diretamente com o personagem principal do meme, como acontece em um dos episódios analisados, e também em outros episódios do podcast, mantêm o respeito, trata a história que está lidando com sensibilidade, a fim de não causar ainda mais prejuízo não para uma personagem, mas para a pessoa que a vivenciou e sentiu na pele o seu impacto.

REFERÊNCIAS

ALVES, Aline Fabiana; SEBRIAN, Raphael Nunes Nicoletti. Jornalismo Humanizado: o ser humano como ponto de partida e de chegada do fazer jornalístico. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 4., 2008, virtual. **Anais...** Paraná: Unicentro/Intercom, 2008, p. 1-15.

AVELLAR, Érica Letícia. **Direito ao esquecimento na internet: a sua implementa o nos dias atuais.** 2017. Monografia. Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2017.

BERRY, Richard. Will the iPod Kill the Radio Star? Profiling Podcasting as Radio. **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**, Londres, Thousand Oaks e Nova Delhi, vol. 12(2), p: 143-162, 2006. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1354856506066522>>. Acesso em: 15 maio 2022

BONINI, Tiziano. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. Tradua o: Marcelo Kischinhevsky. **Radiofonias** — Revista de Estudos em M dia Sonora, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 13-32, jan./abr. 2020.

BRODBECK, Pedro. Podcast que conta história do ‘Caso Evandro’ bate 4 milhões de downloads e vai virar série. **G1**. 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pr/parana/noticia/2019/06/15/podcast-que-counta-a-historia-do-caso-evandro-bate-4-milhoes-de-downloads-e-vai- virar-serie.ghtml>>. Acesso em: 13 jul 2022.

CASADEI, Eliza Bacheга. A Constru o de Personagens no Jornalismo: entre a matriz de verdade presumida e a imagina o das urdiduras de enredos. **Ciberlegenda**, Universidade Federal Fluminense, RJ, n. 22, p. 77-91, 2010. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36640>>. Acesso em: 18 jun 2022.

FERRARETTO, Luiz Artur. Por que o rádio brasileiro começou em Recife. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 28, p. 1-13, 2021. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistafamecos/article/view/40142>>. Acesso em: 19 jul 2022.

HISTÓRIAS REAIS sobre pessoas reais. **Projeto Humanos**. s/d. Disponível em: <<https://www.projetohumanos.com.br/sobre/>>. Acesso: 5 jul 2022

IJUIM, Jorge Kanehide. Por que humanizar o jornalismo (?). **Verso e Reverso**, v. 31, n. 78, p. 235-243, 2017. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2017.31.78.07>> Acesso em: 5 maio 2022

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio em episódios, via internet: aproxima es entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo. **Revista de la Asociación Espa ola de Investigación de la Comunicación**, v. 5, n. 10, p. 73-80, 2017. Disponível: <<https://doi.org/10.24137/raec.5.10.24>>. Acesso em: 11 jul 2022

MENEGUEL, Yvonete Pedra; OLIVEIRA, Oseias de. **O rádio no Brasil: do surgimento   década de 1940 e a primeira emissora de rádio em Guarapuava.** 2008. Orienta o de outra natureza - Universidade Estadual do Centro-Oeste, Secretaria de Estado da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior. Disponível em: <<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/713-4.pdf>>. Acesso em: 11 jul 2022.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Análise pragmática da narrativa jornalística. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, M rcia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em Jornalismo**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2010. p. 143-167

_____. Jornalismo e configuração narrativa da história do presente. **E-Compós**, v. 1, 2004. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/8>. Acesso em: 22 mai 2022

_____. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013. 254 p.

OLIVEIRA, Crystian; SAGGIN, Livia Freo. Relação jornalismo e memes: uma análise da utilização de memes no portal online G1. In: SALÃO INTERNACIONAL DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO, 10, 2020. **Anais...** Unipampa/Siepe, 2020.

QUADROS, Mirian Redin de. **O lugar do ouvinte nas narrativas radiofônicas**: concessão de voz e critérios de acionamento dos ouvintes-enunciadores. 2018. Tese (Doutorado). Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria. 2018.

RECUERO, Raquel da Cunha. Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. **Revista FAMECOS**, v. 14, n. 32, p. 23-31, 2007. Disponível em: <<https://doi.org/10.15448/1980-3729.2007.32.3411>> . Acesso em: 20 jun 2022

SCHUDSON, Michael. A política da forma narrativa: a emergência das convenções noticiosas na imprensa e na televisão. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2. ed. Lisboa: Vega, 1999. p. 278-293.

SOUZA, Carlos Fabiano de. Memes: formações discursivas que ecoam no ciberespaço. **Vértices**, Campos dos Goytacazes, RJ, v.15, n. 1, p. 127-148, 2013. Disponível em: <<https://essentiaeditora.iff.edu.br/index.php/vertices/article/view/1809-2667.20130011>>. Acesso em 16 maio 2022

SOUZA, Ivson; ARAGÃO, Rodrigo Martins. Onde a zueira encontra seu limite: uma análise do uso de memes no jornalismo do Estadão. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 18., 2016, virtual. **Anais...** Pernambuco: Unifavip/Intercom, 2016, p.1-15.

STRAZZA, Pedro 57% dos brasileiros começaram a ouvir podcasts durante a pandemia, revela pesquisa da Globo. **B9**. 2021. Disponível em: <<https://www.b9.com.br/147932/57-dos-brasileiros-comecaram-a-ouvir-podcasts-durante-a-pandemia-revela-pesquisa-da-globo/>>. Acesso em: 15 maio 2022.

TRAQUINA, Nelson. As notícias. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2. ed. Lisboa: Vega, 1999. p. 167-176.

TUCHMAN, Gaye. Contando “estórias”. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2. ed. Lisboa: Vega, 1999. p. 258-277.

VIANA, Luana. Das ondas sonoras à web: um panorama conceitual e histórico sobre a expansão radiofônica no Brasil. **Passagens**: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFC, Fortaleza (CE), v. 10, n. 2, p. 11-28, 2019. Disponível em: <<http://periodicos.ufc.br/passagens/article/view/40229>>. Acesso em: 28 jun 2022

_____. O áudio pensado para um jornalismo imersivo em podcasts narrativos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 43, 2020, virtual. **Anais...** virtual/Intercom, 2020. p. 1-15.

VICENTE, Eduardo. Do rádio ao podcast: as novas práticas de produção e consumo de áudio. In: SOARES, R. L., SILVA, G. (Orgs). **Emergências periféricas em práticas midiáticas**. São Paulo: ECA/USP, 2018, p. 88-107. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/002906541.pdf>. Acesso em: 27 jun. 2022.

APÊNDICE A

Ficha de Personagens 1 - Episódio “Taca-lhe Pau”

Ficha técnica:

Episódio: Taca-lhe Pau

Temporada: 2ª ep. 8

Data de publicação: 4/abr./2022

Duração: 42m34s

Quadros de personagens (por ordem de apresentação no episódio):

| Personagem | Leandro Beninca - personagem principal |
|-------------------------------|---|
| Descrição feita pelo narrador | <p>00:45- [...]Aquele, aquele ali, um moleque de cabelo loiro. É, um magrelo de postura impecável.[...]</p> <p>03:20- “E é então que um adolescente entra na cozinha. Um moleque alto, magro de cabelos loiros encaracolados e óculos. Ele dá oi com a cabeça. Além de ser adolescente, Leandro Beninca é tímido, então eu já adianto que a gente vai ouvir mais a mãe falando e ele corrigindo a mãe, como qualquer jovem faria, do que ele falando por si mesmo”.</p> <p>08:42- “Acho que já deu pra perceber que é muito difícil ordenhar uma resposta do Leandro, ele é um jovem homem de poucas palavras, mas esse é justamente o seu charme”.</p> <p>19:23- “Sabe quem ficou hesitante? O próprio Leandro, que não amava participar de programas de TV, mas é ligado no universo da cultura gaúcha”</p> |

| | |
|--|--|
| Descrição feita pelos outros personagens | 12:44- MÃE “[...] porque ele não tem nenhum talento né, ele não canta, ele não, vamos supor assim né, ele não tem uma voz [...]” |
| Espaços ocupados pela personagem | Rio do Campo, cidade na serra de Santa Catarina, onde Leandro e sua família moram. Pizzaria Di Roma Apartamento da família |
| Há inserção sonora no podcast? | Sim |
| Houve entrevista realizada com o narrador? | Sim |

| | |
|--|--|
| Personagem | Giovana Lenzi Beninca - personagem secundária |
| Descrição feita pelo narrador | 02:05- “[...] mulher loira de roupa de ginástica e o cabelo preso num rabo de cavalo. Ela é Giovana Lenzi Beninca, professora de maternal que bebe chimarrão durante horas enquanto a gente bate papo.” 02:48- “[...] Numa prateleira da cozinha inclusive, tem uma dúzia de troféus. [...] A maioria deles é da mãe, são troféus de corrida [...]” |
| Descrição feita pelos outros personagens | - |
| Qual a relação com a personagem principal? | Mãe |

| | |
|--|--|
| Espaços ocupados pela personagem | Rio do Campo, cidade na serra de Santa Catarina, onde Leandro e sua família moram. Apartamento da família |
| Há inserção sonora no podcast? | Sim |
| Houve entrevista realizada com o narrador? | Sim |

| | |
|--|---|
| Personagem | Marcos Martinelli - personagem secundário |
| Descrição feita pelo narrador | 04:13- “[...] Dirigindo vem um menino de cabelo preto, camiseta laranja e uma bermuda de futebol”. 32:11- "Marcos, também conhecido como Marco Velho, pensa parecido, tá estudando design gráfico, e tem um emprego na prefeitura de Gaspar [...]" |
| Descrição feita pelos outros personagens | 32:10- LEANDRO “O Marcos é mais ligado em internet, mas ele também, ele joga bastante, mas ele não joga e grava e posta, ele joga porque ele gosta também [...]" 32:58- LEANDRO “Uma vez ele queria ser jogador de futebol, mas não deu certo, jogava bem mas não deu” |
| Qual a relação com a personagem principal? | Primo |
| Espaços ocupados pela personagem | Gaspar, cidade em Santa Catarina |
| Há inserção sonora no podcast? | Não |
| Houve entrevista realizada com | Não |

| | |
|-------------|--|
| o narrador? | |
|-------------|--|

| | |
|--|---|
| Personagem | Psicólogo amigo do narrador (não nomeado) - suporte |
| Descrição feita pelo narrador | 07:18- “[...] até que eu comentei isso com um amigo, que é psicólogo em uma universidade de São Paulo, e ele me abriu os olhos pro óbvio [...]” |
| Descrição feita pelos outros personagens | - |
| Qual a relação com a personagem principal? | Não há relação com o personagem principal |
| Espaço onde a personagem se encontra | Não há espaço utilizado por essa personagem |
| Há inserção sonora no podcast? | Não |
| Houve entrevista realizada com o narrador? | Não |

| | |
|--|--|
| Personagem | Pai de Leandro - personagem terciário |
| Descrição feita pelo narrador | 13:19- “[...] que é caminhoneiro e está levando uma carga pra São Paulo no dia em que visito a casa [...]” |
| Descrição feita pelos próprios personagens | 10:05- GIOVANA “[...] e meu marido é caminhoneiro [...]” |
| Qual a relação com a personagem principal? | Pai |
| Espaço onde a personagem se encontra | Não há espaço ocupado por essa personagem. |

| | |
|--|-----|
| encontra | |
| Há inserção sonora no podcast? | Não |
| Houve entrevista realizada com o narrador? | Não |

| | |
|--|--|
| Personagem | Kiko Rota - personagem terciário |
| Descrição feita pelo narrador | 21:13- “[...] ficou amigo do Kiko Rota, vocalista da Fogo de Chão. Eles tinham um relacionamento de padrinho e de afilhado, era carinho e proteção, mais do que só uma troca trabalhista” 22:34- "A interação dos dois no palco é uma coisa comovente. É como se o Kiko fosse um irmão mais velho, ou um tio pro menino. Eles brincam no palco" |
| Descrição feita pelos próprios personagens | 21:39- LEANDRO “As pessoas que estavam lá também eram, vamos supor, da lida do cavalo, certo? O kiko que era o cantor também era, o charlinho também era do cavalo e coisa, também o gustavo da gaita também tem, e assim foi, entende?” |
| Qual a relação com a personagem principal? | Cantor da banda Fogo de Chão e amigo |
| Espaço onde a personagem se encontra | Não há espaço ocupado por esse personagem. |
| Há inserção sonora no podcast? | Não, apenas trechos da música composta e gravada por ele com Leandro |
| Houve entrevista realizada com o narrador? | Não |

| | |
|--|---|
| Personagem | Vó Salvelina - personagem terciária |
| Descrição feita pelo narrador | 23:12- "Uma senhora de cabelos castanhos até a altura dos olhos, óculos, calça preta, camisa social e um casaco felpudo, entra no palco. Ela dança com os braços pra cima. É a própria vó Salvelina no palco, dançando" |
| Descrição feita pelos próprios personagens | - |
| Qual a relação com a personagem principal? | Avó |
| Espaço onde a personagem se encontra | Rio do Campo, cidade na serra de Santa Catarina Morro da vó Salvelina |
| Há inserção sonora no podcast? | Não |
| Houve entrevista realizada com o narrador? | Não |

APÊNDICE B

Ficha de Personagens 2 - Episódio “O Menino do Bar Mitzvá”

Ficha técnica:

Episódio: O Menino do Bar Mitzvá

Temporada: 1ª ep.10

Data de publicação: 30/nov/2020

Duração: 37m24s

Quadros de personagens (por ordem de apresentação no episódio):

| | |
|--|--|
| Personagem | Menino do bar mitzvá - personagem principal |
| Descrição feita pelo narrador | <p>02:45- “Um vídeo de um menino de 12, quase 13 anos, cantando uma versão brasileira de um hit pop, fez com que as pessoas entendessem o que era um meme.”</p> <p>11:09- “Menino gosta de videogame, o menino gosta de ir pra baleia, o menino tem duas irmãs e um irmãozinho [...]”</p> <p>33:10- “O menino não mora mais no Brasil. [...] Está cursando uma faculdade de prestígio nos Estados Unidos. [...] Ele foi tutor de matemática no EJA. [...] Por quase dois anos ele foi voluntário em um acampamento de férias da comunidade judaica.”</p> |
| Descrição feita pelos outros personagens | <p>10:10- NOEMY “Inicialmente era pro menino cantar, mas como ele não tinha voz pra cantar, uma pessoa da banda que eles tinham escolhido pra festa fez a voz.”</p> <p>15:46- NOEMY “O vídeo na festa foi super sucesso, principalmente por ele ser um menino tão tímido e ter se exposto tanto.”</p> |

| | |
|--|-----|
| Espaços ocupados pela personagem | - |
| Há inserção sonora no podcast? | Não |
| Houve entrevista realizada com o narrador? | Não |

| | |
|--|---|
| Personagem | Noemy Lobel- personagem secundária |
| Descrição feita pelo narrador | <p>04:06- “Mas no vídeo do aniversário, a diretora dessa obra prima da internet, é bem menos conhecida que o ator principal.”</p> <p>04:25- “A diretora do vídeo se chama Noemy Lobel. A Noemy parece a tia divertida que toda família tem. É uma mulher com os cabelos tingidos de ruivo, bem magra, fumante e simpática.”</p> <p>04:52- “A empresa da Noemy chama Vem Ver filmes e nasceu por um completo acaso. A Noemy é arquiteta. Trabalhou fazendo apresentação de powerpoint pra campanhas políticas e era bem elogiada.”</p> <p>06:40- “Na época ela comprou um computador e começou a fazer vídeos pra comunidade judaica. E desde então é um dos nomes mais fortes desse mercado.”</p> |
| Descrição feita pelos outros personagens | - |
| Qual a relação com a | Não há relação de parentesco ou amizade. Noemy é |

| | |
|--|---|
| personagem principal? | diretora do vídeo que virou meme |
| Espaços ocupados pela personagem | 1- Escritório da Vem Ver Filmes, no bairro Bom Retiro, em São Paulo |
| Há inserção sonora no podcast? | Sim |
| Houve entrevista realizada com o narrador? | Sim |

| | |
|--|---|
| Personagem | Aron Freller- personagem secundário |
| Descrição feita pelo narrador | 10:29- “A versão brasileira da Letra nasceu em uma tarde, ela era inocente e completamente sem sentido e foi feita por Aron Freller, que na época trabalhava pra Noemy” |
| Descrição feita pelos outros personagens | - |
| Qual a relação com a personagem principal? | Não há relação de parentesco ou amizade. Aron foi o criador da música do vídeo que virou meme. |
| Espaços ocupados pela personagem | - |
| Há inserção sonora no podcast? | Sim |
| Houve entrevista realizada com o narrador? | Sim |

APÊNDICE C

Ficha de Personagens 3 - Episódio “Bota Pó”

Ficha técnica:

Episódio: Bota Pó

Temporada: 2ª ep.7

Data de publicação: 28/mar/2022

Duração: 01h03m01s

Quadros de personagens (por ordem de apresentação no episódio):

| Personagem | Bota Pó (Alexia Brito) - personagem principal |
|-------------------------------|--|
| Descrição feita pelo narrador | <p>04:50- “A jovem é magra, tem os cabelos compridos e presos. A camiseta da escola está enfiadinha dentro da calça jeans rasgada e arrematada com o cinto de couro preto, com uma fivela com se abraça.”</p> <p>05:10- “É a Bota Pó, a aluna mais famosa da escola Centro de Ensino Manoel Campos Souto.”</p> <p>07:35- “[...] E agora está conduzindo a maior celebridade de uma cidade pelas ruas de Bacabal.”</p> <p>08:30- “Eu sou Chico Felitti e o Além do Meme de hoje já está em Bacabal, no interior do Maranhão, pra conhecer a casa onde nasceu um fenômeno da internet. Uma adolescente que bebe café na taça, que recria looks de princesa da Disney com lençóis, que popularizou a dança do pega o pato e que acima de tudo, renova diariamente o seu voto de que entre ser ou não ser, ela é.”</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>11:42- “Foi na igreja que ainda criança a bota-pó conheceu o mundo da arte. As peças em que podia se vestir e fingir ser uma coisa diferente daquilo que o mundo esperava dela.”</p> <p>15:40- “Tinha quatorze anos quando criou o primeiro perfil no Instagram, que ainda não chamava bota-pó. O apelido foi dado pela própria internet”</p> <p>17:16- “Aos 14 anos de idade, virou a influenciadora de moda mais famosa da cidade.”</p> <p>27:50- “Enfim, só pra mostrar que o império de Bota pó não é só um celular na mão, sem ideias na cabeça. Ela cria bordões, personagens, danças, brincadeiras [...]”</p> |
| Descrição feita pelos outros personagens | - |
| Espaços ocupados pela personagem | Bacabal, MA |
| Há inserção sonora no podcast? | Sim |
| Houve entrevista realizada com o narrador? | Sim |

| | |
|-------------------------------|---|
| Personagem | Antônio Famosinho- personagem secundária |
| Descrição feita pelo narrador | 07:03- “Eu aproveito para apresentar o motorista que está comigo. O Antônio Famosinho, chofer predileto das noivas de São Luís do Maranhão e meu companheiro nesse episódio.” |

| | |
|--|---|
| Descrição feita pelos outros personagens | - |
| Qual a relação com a personagem principal? | Não há relação direta com a personagem principal. Antônio é motorista de Chico. |
| Espaços ocupados pela personagem | Bacabal, MA |
| Há inserção sonora no podcast? | Não |
| Houve entrevista realizada com o narrador? | Não |

| | |
|-------------------------------|---|
| Personagem | Dona Valda - personagem secundário |
| Descrição feita pelo narrador | <p>09:10- “Estão lá uma senhora baixa de cabelos brancos, um homem e duas crianças. A senhora eu já conheço da internet. É a avó de bota pó, que a criou desde criança. É a mesma vó que aparece nos seus vídeos, sempre sem parecer entender direito que que a neta está fazendo.”</p> <p>46:35- “A dona Valda até que aparece sempre meio a contra gosto, meio constrangida e sem falar muita coisa. Porque ela também é calada assim na vida real.”</p> <p>48:20- “Não pôde estudar porque era mulher e também porque era pobre. Quando chegou ao Maranhão, ela ainda era uma criança de oito anos. Mas já tinha trocado a escola pelo trabalho.”</p> <p>48:35- “Ela vê com alegria o sucesso da neta, porque é um sucesso que lhe foi negado”</p> |
| Descrição feita pelos outros | - |

| | |
|--|-------------|
| personagens | |
| Qual a relação com a personagem principal? | Avó |
| Espaços ocupados pela personagem | Bacabal, MA |
| Há inserção sonora no podcast? | Sim |
| Houve entrevista realizada com o narrador? | Sim |

| | |
|--|--|
| Personagem | Mãe de Bota Pó (não nomeada) - personagem secundário |
| Descrição feita pelo narrador | 10:35- “A mãe mora em Goiânia, com o pai do irmão mais novo, que também mora ali com ela. E estava ali na sala. O pai de Bota pó não está presente, e ela mora com a vó desde que se entende por gente. Mas ama a mãe, que a aceita sem reserva” |
| Descrição feita pelos outros personagens | - |
| Qual a relação com a personagem principal? | Mãe |
| Espaços ocupados pela personagem | Não há espaços ocupados pela personagem. |
| Há inserção sonora no podcast? | Não |
| Houve entrevista realizada com o narrador? | Não |