

Fabício Jean Pereira

**TENSÕES MORAIS DE UM BRASIL DIGITAL: UMA ANÁLISE DAS
TENTATIVAS DE REGULAÇÃO DAS TELENOVELAS BRASILEIRAS NO
YOUTUBE**

Artigo de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Licenciatura em Ciências Sociais, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito para obtenção do título como **Licenciado em Ciências Sociais**.

Aprovado em 2 de outubro de 2020:

**Fernando de Figueiredo Balieiro, Dr. (UFSM)
(Presidente/ Orientador)**

Eduardo Name Risk, Dr. (UFSCar)

Francis Morais de Almeida, Dr. (UFSM)

Santa Maria, RS
2020

TENSÕES MORAIS DE UM BRASIL DIGITAL: UMA ANÁLISE DAS TENTATIVAS DE REGULAÇÃO MORAL DAS TELENÓVELAS BRASILEIRAS NO YOUTUBE

MORAL TENSIONS OF A DIGITAL BRAZIL: AN ANALYSIS OF BRAZILIAN TELENÓVELAS MORAL REGULATORY ATTEMPTS ON YOUTUBE

Fabício Jean Pereira¹, Fernando de Figueiredo Balieiro², Otávio Chagas Rosa³

RESUMO

No presente artigo buscou-se compreender como se dão as tentativas de regulação moral das telenovelas na plataforma YouTube. Foi empregado esforço para entender como um fenômeno antigo - das tentativas de regulação das telenovelas - é ressignificado a partir das transformações advindas do maior uso das tecnologias de informação e de uma nova configuração da internet. Isso em conjunto com a formação de uma nova direita que tem como características centrais o antipetismo, o conservadorismo moral e as pautas neoliberais. Partindo da compreensão que a internet é um arquivo vivo sendo constantemente alimentado por bilhões de usuários, vídeos do YouTube foram tomados como arquivos audiovisuais que compõem o *corpus* de pesquisa. Foram analisados seis vídeos de comunicadores digitais de direita escolhidos de acordo com o recorte da pesquisa. Constatou-se a predominância de uma perspectiva moralizante por parte dos comunicadores digitais em relação ao conteúdo das telenovelas brasileiras, tendo destaque para cenas que representem mudanças culturais relacionadas ao reconhecimento de pautas dos direitos sexuais e de gênero. Contudo, essa visão moralista do debate público não se resume somente a temas relacionados a políticas de gênero, há uma tendência moralista na forma de analisar e interpretar a esfera política, diminuindo questões estruturais e coletivas a pautas individuais.

Palavras-chave: Telenovelas Brasileiras; Plataformas Digitais; YouTube; Regulação Moral.

ABSTRACT

This article seeks to understand how attempts to regulate Brazilian telenovelas on the YouTube platform are made. An effort was made to understand how an old phenomenon - the attempts to regulate telenovelas - is restructured from the transformations resulting from the greater use of information technologies and a new configuration of the Internet. This in conjunction with the formation of a new right that has as its central characteristics the antipetismo, moral conservatism and neoliberal agendas. Based on the understanding that the Internet is a living archive being constantly fed by billions of users, YouTube videos were taken as audiovisual files that make up the research corpus. Six videos of right-handed digital communicators chosen according to the research clipping were analyzed. The predominance of a moralizing perspective on the part of digital communicators in relation to the content of Brazilian telenovelas was noted, highlighting scenes that represent cultural changes related to the recognition of sexual and gender rights guidelines. However, this moralistic view of public debate is not limited to issues related to gender policies; there is a moralistic tendency to analyze and interpret the political sphere, reducing structural and collective issues to individual agendas.

Keywords: Brazilian telenovelas; Digital Platforms; YouTube; Moral Regulation.

¹ Autor; Graduando do Curso de Licenciatura em Ciências Sociais - UFSM e Bolsista de Iniciação Científica do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC/CNPq).

² Orientador, Doutor em Sociologia pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), Professor do Departamento e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

³ Coorientador, Doutorando em Ciências Sociais pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Santa Maria. Mestre em Comunicação Midiática pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM.

INTRODUÇÃO

Nando Moura é um músico que começou a utilizar o YouTube em meados de 2011, publicando vídeos de sua banda de heavy metal - a *Pandora101*, mas só começou a ganhar destaque na plataforma alguns anos depois, tendo como característica marcante a maneira agressiva que se comunica, utilizando de xingamentos, imitações e ironias. Silas Malafaia é pastor pentecostal, líder da Assembleia de Deus Vitória em Cristo e apresentador do programa televangelizador “Vitória em Cristo” desde 1982, já tendo sido exibido nos canais Rede Record, TV Bandeirantes e RedeTV, além de canais evangélicos nos Estados Unidos, Europa e África. Em 2014 ingressou no YouTube e em 2020 possui mais de mil e cem vídeos publicados dentre eles: seus programas televisivos completos, trechos de sermões, entrevistas e opiniões sobre assuntos diversos das esferas política e moral do Brasil. Magno Malta, ex-senador do estado do Espírito Santo (2003-2019), pastor evangélico, componente da bancada evangélica no Congresso Nacional e em 2015 presidiu a Frente Parlamentar Mista em Defesa da Família e Apoio à Vida. Desde 2011 possui canal no YouTube e possui mais de mil vídeos, dentre eles fazendo campanha eleitoral, sessões no senado, vídeos em formato de vlog com opinião de Magno Malta, entre outros.

O que esses comunicadores digitais da maior plataforma de vídeos online da internet têm em comum? Eles estão entre vários dos canais que tiveram ampla audiência a partir de 2014 falando, dentre outros assuntos, sobre política e o contexto brasileiro e contribuindo para a criação de um novo campo discursivo baseado em uma avaliação moral, que dividia o país entre os que querem seu “bem” e aqueles que querem sua “destruição”. Eles realizaram investidas em diversas mídias e buscaram influenciar arenas políticas, como no Senado Federal. Dentre suas ações, abordaremos em específico suas tentativas de regulação moral das telenovelas brasileiras no YouTube, em que alguns esforços lograram êxito e outros não.

O problema de pesquisa que guiou o estudo foi: “como se deram as tentativas de regulação moral das telenovelas por grupos de direita na plataforma YouTube no Brasil pós 2015?” Stuart Hall (1997, p. 34) define regulação como “o governo da cultura”, ou seja, de que forma as diferentes instituições e atores políticos buscam regular a produção cultural, especialmente a produzida pelos meios de comunicação de massa. Entendemos que o fenômeno de regulação de produtos culturais, e mais

especificamente das telenovelas, não é algo novo, é algo recorrente, pois aborda questões morais que são historicamente constitutivas da cultura e sociedade brasileira⁴. O ano de 2015 é importante pois surgem diversos grupos conservadores e de direita em função das manifestações contra o governo de Dilma Rousseff, esses grupos se viabilizaram pelo uso intenso das redes sociais gerando impactos para além desses espaços. Messenberg (2017) realizou um estudo para compreender as configurações simbólico-discursivas que orientaram cognitivamente e normativamente a ação dos influenciadores e dos manifestantes dos protestos de 2015 (Messenberg, 2017, p. 621). A autora aponta para a formação de uma cosmovisão dos novos grupos de direita centrada em três elementos principais: o antipetismo, o conservadorismo moral e os princípios neoliberais (2017, p. 633). O primeiro diz respeito à atribuição da responsabilidade de todas as mazelas que atingem o país ao Partido dos Trabalhadores (PT) (Messenberg, 2017, p. 622); o conservadorismo é entendido como a reafirmação dos pilares da sociedade tradicional - a família, a religião e a nação - sendo contrário às transformações sociais e culturais (Messenberg, 2017, p. 637); e os princípios neoliberais dizem respeito à primazia da economia de mercado, expressando características como a exaltação da livre iniciativa, a certeza da capacidade empreendedora dos indivíduos e a crença na incapacidade do Estado em gerir os negócios públicos (Messenberg, 2017, p. 641).

Além dessas características, observa-se um posicionamento contrário às instituições como o judiciário, os partidos políticos e - o objeto da presente pesquisa - a mídia convencional e seus produtos culturais que possuem ampla adesão na população, especialmente os do Grupo Globo. Dentre alguns grupos e comunicadores se difundiu a crença de que a Rede Globo possuía uma espécie de “agenda ideológica” em conjunto com o governo PT e nessa época se popularizou o uso da expressão “Globo Lixo”, utilizada por comunicadores de direita para manifestar sua indignação com o conteúdo exibido pela emissora. Não é à toa que é possível encontrar a *#GloboLixo* junto com outras hashtags como: *#bolsonarotemração*, *#direitaunida*, *#bolsonaro2022* e *#direitabrasil*⁵.

⁴ Para citar apenas um exemplo, tomamos a novela *Vira-lata* (1996) que representou seu protagonista como usuário de drogas, com condutas violentas e com várias parceiras sexuais. Houveram protestos de setores religiosos e a tentativa de alegar que a obra feria a Constituição. Cf. <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1996/9/01/tv_folha/11.html>. Acesso em 21/09/2020.

⁵ Lista retirada do site “Top Hashtags” que mapeia as *hashtags* que são utilizadas em conjunto nas publicações nas redes sociais. Para mais informações acessar: <<https://top-hashtags.com/hashtag/globolixo/>> Acesso em 16/09/2020.

Dessa forma, buscou-se entender como um fenômeno historicamente presente na sociedade brasileira se articula com o surgimento de uma sociedade cada vez mais digital, marcada pelo uso massivo de smartphones⁶, internet móvel (3G, 4G e Wi-fi) e uma mudança na rede marcada pela explosão de usuários em algumas redes sociais digitais, favorecendo o fortalecimento de algumas corporações digitais⁷. Essas corporações formaram um ecossistema de plataformas (Van Djick, 2016) que "guia" o comportamento dos usuários, moldando a experiência dos indivíduos através de cálculos algorítmicos e protocolos que buscam definir quais são os conteúdos mais prováveis que façam o usuário passar mais tempo consumindo a plataforma, e por consequência, sejam alvo de seus anúncios.

Isso fez com que a configuração do processo comunicacional fosse alterada, de modo que anteriormente a televisão e o rádio se comunicavam para massas de maneira unidirecional, utilizando uma linguagem plural com a finalidade de cativar uma audiência heterogênea. Com o maior uso das redes sociais digitais a comunicação se torna ultra segmentada, voltada a nichos. O foco da presente pesquisa é em como esses novos grupos de direita se relacionam em direção às mídias convencionais, a partir de um produto específico que são as telenovelas que possuem uma centralidade na vida social brasileira e no consumo midiático. Buscamos compreender como os significados das telenovelas se tornam mais complexos com a convergência midiática e como elas passam a ser lidas e contestadas por esses novos grupos.

JUSTIFICATIVA

A partir da difusão da internet, as plataformas digitais passam a assumir papel importante nas formas contemporâneas de produção de significado, construção de identidade e debates em torno de temas morais e políticos. A ampliação do acesso à internet coincidiu com uma polarização extremada da discussão política brasileira, em conjunto com um maior impacto do uso político das redes sociais comerciais a partir

⁶ De acordo com a Pesquisa Nacional de Amostras Domiciliares (PNAD), realizada pelo IBGE desde 2005, em 2014 o acesso à internet por meio de smartphones ultrapassou o uso via microcomputador. Em 2018, em 99,2% dos domicílios em que havia utilização de internet, o celular era usado para este fim, enquanto que o microcomputador era usado apenas em 48,1% dos domicílios com acesso a rede.

⁷ Em 2017, as cinco primeiras posições no ranking das companhias mais valiosas do mundo eram de empresas digitais (Amazon, Apple, Facebook, Google e Microsoft) Disponível em: <<https://tinyurl.com/yypjpmjv>>. Acesso em 19/09/2020.

das Jornadas de Junho de 2013, que podem ser tomadas como um ponto de inflexão histórica (Machado; Miskolci, 2019, p. 955). Os autores defendem que a partir desse evento, grupos políticos de direita, como Movimento Brasil Livre (MBL) e Vem Pra Rua, fizeram uso massivo de redes sociais digitais para mobilização *on* e *offline*, utilizando uma gramática anticorrupção, antipartidária e por vezes caracterizada por uma cruzada moral. A pauta da chamada “Ideologia de Gênero”, por exemplo, foi muito presente nos anos seguintes em discussões nas plataformas digitais, gerando manifestações nas ruas, diversos ataques à artistas e pesquisadores da área de gênero e sexualidade, além de tentativas de regulação por vias legislativas⁸.

Esses atores concebem a mídia como um poder determinante tal como a escola, não é por coincidência que a maior parte deles é favorável ao projeto “Escola Sem Partido”⁹, que busca contrapor o debate de questões ligadas, majoritariamente mas não somente, a gênero e sexualidade na escola, defendendo que tais assuntos devem ser reservados ao âmbito familiar. Por se tratar de um Artigo de Conclusão de Curso de Licenciatura em Ciências Sociais, acreditamos que a reflexão sobre as mídias pode contribuir para a formação dos educandos, auxiliando na construção de uma consciência crítica em relação aos usos da mídias e ajudando a compreender questões que perpassam os conflitos morais e políticos da sociedade brasileira.

A importância da presente pesquisa reside na relevância da cultura enquanto local privilegiado de análise sociológica. Stuart Hall (1997, p. 15) afirma que a cultura possui papel constitutivo em todos os aspectos da vida social, seja em escala global quanto num sentido mais local impactando os modos de viver, o sentido que as pessoas dão à vida e suas aspirações para o futuro:

A ação social é significativa tanto para aqueles que a praticam quanto para os que a observam: não em si mesma mas em razão dos muitos e variados sistemas de significado que os seres humanos utilizam para definir o que significam as coisas e para codificar, organizar e regular sua conduta uns em relação aos outros. Estes sistemas ou códigos de significado dão sentido

⁸ Em 2017 uma ideia legislativa no site do Senado Federal para a proibição do ensino da “Ideologia de Gênero” nas escolas recebeu mais de 30 mil apoios e foi levada para a Comissão de Direitos Humanos do Congresso Nacional. A proposta teve parecer contrário publicado em março de 2018. Cf.: <https://www12.senado.leg.br/ecidadania/visualizacaoideia?id=89351>. Acesso em 09/09/2020.

⁹ Fundado em 2004 pelo advogado Miguel Nagib se apresenta como “uma iniciativa conjunta de estudantes e pais preocupados com o grau de contaminação político-ideológica das escolas brasileiras, em todos os níveis: do ensino básico ao superior.” <<https://www.escolasempartido.org/quem-somos/>> Acesso em 20/09/2020.

às nossas ações. Eles nos permitem interpretar significativamente as ações alheias. Tomados em seu conjunto, eles constituem nossas "culturas". Contribuem para assegurar que toda ação social é "cultural", que todas as práticas sociais expressam ou comunicam um significado e, neste sentido, são práticas de significação. (Hall, 1997, p. 16)

Hall ainda ressalta que a cultura é um dos principais e mais dinâmicos elementos de mudança, por isso:

Por bem ou por mal, a cultura é agora um dos elementos mais dinâmicos - e mais imprevisíveis - da mudança histórica no novo milênio. Não deve nos surpreender, então, que as lutas pelo poder sejam, crescentemente, simbólicas e discursivas, ao invés de tomar, simplesmente, uma forma física e compulsiva, e que as próprias políticas assumam progressivamente a feição de uma "política cultural". (1997, p. 20)

Essas lutas simbólicas pela disputa de valores e dos conflitos políticos que perpassam as mídias são centrais na presente análise. O enfoque nos vídeos sobre telenovelas se deu pela posição das mesmas enquanto produto cultural brasileiro capaz de estabelecer profundas relações de mediação com seus receptores (Borelli, 2001, p. 30), abordando direta ou indiretamente problemáticas morais que acompanham as mudanças sociais nas últimas décadas. Lopes (2009, p. 22), defende que não é possível falar de cultura no Brasil sem falar da "telenovela brasileira". A telenovela não é apenas um produto midiático, sua construção está ligada com o desenvolvimento de uma "narrativa da nação", sendo um produto estético e cultural central da cultura e identidade brasileira (Lopes, 2009, p. 22).

As tentativas e efetivamente as regulações já ocorrem por outros meios e estruturas, como o mercado, a audiência e a intervenção estatal. Assim, buscamos compreender como uma outra forma de regulação - a moral - ganha força em um novo contexto, o de centralidade de algumas plataformas digitais que modulam a interação e a sociabilidade dos usuários, em especial a importância do YouTube na formação e fortalecimento de uma rede de comunicadores digitais que, coletivamente, criam um certo enquadramento, possibilitando uma interpretação do mundo para suas audiências. Isso em conjunto com uma mudança no debate público, em que o cenário político passa a ser cada vez mais pautado por discussões morais.

METODOLOGIA

A pesquisa social se baseia em dados sobre o mundo social (Bauer & Gaskell, 2002, p. 20) e existem duas abordagens possíveis para a interpretação desses dados, a quantitativa e qualitativa. A primeira é caracterizada pelo uso de números e modelos estatísticos para explicar os dados (Bauer & Gaskell, 2002, p. 22) e possui como técnica de coleta de dados a amostragem, essa consiste na escolha de uma amostra do que se deseja investigar buscando a representatividade do todo, de forma que uma pesquisa com um certo número definido de pessoas selecionadas a partir de um conjunto de características delineadas pode ser representativa de uma cidade inteira. Quanto mais variáveis forem consideradas maior será a precisão da amostra. Já a pesquisa qualitativa utiliza interpretações das realidades sociais (Bauer & Gaskell, 2002, p. 23) e para a coleta de dados é necessária a construção de um *corpus* de pesquisa, esse se refere a uma coleção de materiais, arquivos ou documentos podendo ser de diversos tipos, como textuais, sonoros e audiovisuais. Essa abordagem não utiliza a amostragem pois não está interessada em representar o todo. O tamanho do *corpus* varia de acordo com o objeto de pesquisa e depende da saturação para ser concluído, ou seja, quando a coleta de materiais acrescenta em número, mas nada adiciona em relação ao conteúdo (Gondim & Lima, 2006, p. 57) ou em variedade de representações.

Perspectiva da Sociologia Digital

A pesquisa alinha-se com a perspectiva da moldagem social da tecnologia, na qual se compreende que a sociedade e as tecnologias se moldam mutuamente, descartando determinismos tecnológicos otimistas – que compreendem as novas tecnologias como solução de problemas sociais – ou pessimistas – que defendem que problemas contemporâneos são em decorrência de avanços tecnológicos. Partimos da compreensão de que “a internet é um arquivo vivo: gera, armazena, distribui e transmite dados” (Smith apud Lupton, 2015, p. 31). É um arquivo sendo alimentado constantemente por bilhões de usuários no mundo através de sites, fotos, vídeos, músicas, aplicativos, plataformas, geolocalização, atividades realizadas na rede, entre outras. O desenvolvimento de técnicas de análise desses materiais é imprescindível

para a pesquisa sociológica. Lupton (2015, p. 51) destaca elementos da sociologia visual, como a interpretação de imagens, como parte importante da análise sociológica para compreender questões sociais. Os vídeos da plataforma YouTube são tomados como arquivos audiovisuais que formam o *corpus* de pesquisa.

Construção do corpus

Para a construção do *corpus* as seguintes características foram delimitadas: vídeos em canais oficiais de comunicadores digitais conservadores de direita que tiveram relevância no debate político pós 2015, criticando as telenovelas por um viés moralizante. Em outros termos, o foco recairá sobre vídeos que tenham como temática central a discussão sobre telenovelas, ligando problemáticas de sua narrativa à divisão política imperante no contexto brasileiro.

A partir da delimitação do objeto e escolhas teórico-metodológicas, a primeira ação realizada na plataforma digital YouTube foi a criação de uma conta específica para a pesquisa e com a utilização restrita para a busca de vídeos que se encaixem nas características delimitadas, esse procedimento foi realizado para que não houvesse influência do histórico de busca e exibição pessoais do pesquisador. Assim, com a nova conta, o pesquisador se permitiu ser “guiado” pela arquitetura da plataforma. Na primeira busca foram utilizadas como palavras-chave “novela TV globo” que resultaram em vídeos com trechos das telenovelas. Na sequência foi pesquisado “assistindo novela TV globo” os resultados foram parecidos, porém apareceram vídeos em canais não oficiais que ofereciam acesso ao vivo à programação da Rede Globo, o termo seguinte foi “opinião novela tv globo” alguns resultados se repetiram, entretanto o vídeo “*Pastor Silas Malafaia Comenta: Novela da Globo x Novela da Record*” do canal oficial do pastor Silas Malafaia foi listado.

O YouTube funciona com a configuração de algoritmos que buscam maximizar o tempo que o usuário passa na plataforma, assim, indica vídeos e temas relacionados ao que o espectador consome. A partir do uso, seguindo indicações da plataforma e estratégias para maximizar o funcionamento do algoritmo – foi utilizado o botão de “curtir” nos vídeos que possuíam as características estabelecidas – foram escolhidos seis vídeos para serem analisados, divididos em três blocos: quatro vídeos do ano de 2015, um do ano de 2018 publicado no período pré-eleições presidenciais e outro postado ao final de 2019. Sendo dois vídeos no canal de Nando Moura¹⁰,

outros dois no de Silas Malafaia¹¹, um no canal de Magno Malta¹² e outro no de Sikera Junior¹³.

Foram consultados dados secundários sobre a população brasileira, como dados demográficos, acesso à televisão aberta e a cabo, internet, celular, assim como consumo de produtos culturais como cinema, museus, teatros, entre outros. Os dados empregados foram fornecidos pela Pesquisa Nacional de Amostras Domiciliares (PNAD) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Para fins de consulta, foram utilizados dados sobre audiência televisiva do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE). Os roteiros e materiais disponíveis no acervo Memória Globo¹⁴ das telenovelas: *Babilônia*, *A Força do Querer*, *Império*, *O Outro Lado do Paraíso* e *Orgulho e Paixão* foram consultados para fins de contextualização pois são citados nos vídeos, além de matérias e artigos jornalísticos da época de exibição das novelas.

TELENOVELAS BRASILEIRAS: REPRESENTAÇÕES DA CULTURA NA TV

As telenovelas estão presentes na programação da televisão brasileira desde o início da década de 1950 na já extinta TV Tupi, a primeira emissora do Brasil. A primeira telenovela possuía um formato diferente do que foi internacionalmente consolidado no decorrer das décadas seguintes, era apresentada duas vezes por semana na faixa das vinte horas, teve um total de quinze episódios e era gravada ao vivo - como herança das radionovelas. Contava com baixa audiência pois o programa televisivo não chegava ao país inteiro, em 1960, ela podia ser vista em 4,6% do território nacional. Em 1991 a televisão chegou a 99% do território e 74% dos domicílios (Hamburger, 2011, p. 64). Esse aumento pode ser explicado por diversos fatores, como o uso do *videotape* em 1963, que tornou possível a exibição dos mesmos programas em todo território nacional; investimento estatal, principalmente durante a ditadura militar (1964-1985), em que o governo utilizou a televisão como elemento estratégico de suas políticas de desenvolvimento e realizou investimentos massivos em infraestrutura, possibilitando a criação e expansão de grandes redes

¹⁰ <<https://www.youtube.com/user/MrNandomoura101>> Acesso em 18/09/2020.

¹¹ <<https://www.youtube.com/user/SilasMalafaiaOficial>> Acesso em 18/09/2020.

¹² <https://www.youtube.com/channel/UCv6Y4_UG6x8kEZaYuuYBJ5Q> Acesso em 18/09/2020.

¹³ <<https://www.youtube.com/channel/UCgqvjxFsQ3wXODvfKKbABKA>> Acesso em 18/09/2020.

¹⁴ Cf. <https://memoriaglobo.globo.com/>. Acesso em 25/08/2020.

nacionais (Lopes, 2009, p. 22); além da “iniciativa dos próprios profissionais brasileiros, que procuraram distinguir seu trabalho daquele realizado por seus colegas latino-americanos” (Hamburger, 2011, p. 68).

As produções de nossos vizinhos continentais eram centradas em estruturas melodramáticas, enquanto a novela brasileira “seria realista, aberta ao diálogo coloquial, à filmagem em locação, às tensões sociais da vida contemporânea” (Hamburger, 2011, p. 68). Como marco de estreia desse formato, destaca-se a novela *Beto Rockfeller* de 1968 exibida pela TV Tupi, que tinha diálogos coloquiais e apresentava problemáticas próximas às vidas dos telespectadores das grandes cidades. Esse modelo seriado, em horário nobre, com grandes investimentos publicitários e com aspectos da vida cotidiana foi incorporada pela Rede Globo, na época com pouco mais de quatro anos de existência, e que consagrou a telenovela brasileira a partir do final da década de 1960 e principalmente durante os vinte anos seguintes como o maior produto cultural de massas brasileiro, capaz de estar presente nas residências das diversas camadas sociais e sendo exportado para outros países. A partir de suas características específicas, o que entendemos por telenovela brasileira é:

uma narrativa ficcional de serialidade longa, exibida diariamente e que termina por volta de 200 capítulos[...]. Ao usarmos a expressão “telenovela brasileira” referimo-nos efetivamente ao padrão de teledramaturgia atingido e popularizado pela TV Globo, incorporando a importância que tiveram na consecução desse padrão tanto a experiência pioneira da TV Tupi (décadas 1964-1980) e a experiência inovadora da TV Manchete (1984-1998). (Lopes, 2009, p. 22)

A novela brasileira se constituiu como um dos mais importantes espaços de problematização de questões sociais no Brasil, abordando temas relacionados à vida privada e aos problemas coletivos (Lopes, 2009, p. 26). Algumas das problemáticas apresentadas nas telenovelas tiveram desdobramentos na sociedade brasileira, como em *Mulheres Apaixonadas* (2003), trama de Manoel Carlos que apresentava Raquel (Helena Ranaldi), uma professora constantemente espancada pelo marido Marcos (Dan Stulbach). Após a exibição da novela, no Rio de Janeiro, houve um aumento de mais de 40% nos registros de caso de violência à mulher na Delegacia Especial de Atendimento à Mulher (Deam)¹⁵.

Em diversas produções da Rede Globo houve incorporação de pautas sensíveis à sociedade, como em *O Rei do Gado* (1996) que teve a representação do Movimento Sem-Terra e uma emblemática cena de um senador honesto fazendo um discurso inflamado para outros três senadores, um dormindo, um lendo o jornal e o outro falando ao telefone. A cena causou estranhamento nos senadores brasileiros e no dia seguinte à exibição, o então senador Ney Suassuna protestou na tribuna do Senado Federal contra o que chamou de “distorção da realidade”, defendendo que a cena estimularia os telespectadores a crer que haviam poucos (ou não haviam) senadores honestos no país¹⁶.

A televisão e telenovelas são produtos de massas e buscam comunicar-se com a maior variedade de audiência possível, alcançando diferentes classes sociais e nichos de consumidores. Isso se reflete nos diferentes núcleos apresentados na mesma telenovela, como a empresa familiar, a vida em comunidades, o cotidiano do trabalhador, relações familiares, narrativas que simbolizam a realidade brasileira, etc. A Rede Globo apresentou em sua programação por diversas vezes assuntos que dividiram a opinião pública e extrapolaram os limites da tela da televisão, exemplo disso é o seriado *Malu Mulher* (1979), que apresentou a história da socióloga Maria Lúcia (Regina Duarte), 32 anos, que no primeiro episódio separou-se de seu marido para buscar sua liberdade. Malu discute no decorrer da série sobre formas de desigualdade que afligem em especial as mulheres e os episódios defendem a maior autonomia e independência da mulher (Almeida, 2012, p. 127). Almeida (2012, p.127) afirma que a proximidade das referências com algumas pautas do movimento feminista, efervescente no final da década de 1970, eram explícitas e defende também que o momento político é central na idealização da personagem e das histórias contadas.

Ao final dos anos 1990 a Rede Globo passou a retratar ações socioeducativas em seus enredos. O chamado *merchandising social* (Schiavo apud Lopes, 2009, p. 27), se tornou uma prática comum em diversas produções, como em *Explode Coração* (1995) com a abordagem direta do drama de crianças desaparecidas; a doação de medula óssea e o câncer em uma jovem na trama de *Laços de Família* (2000); uso de drogas e depoimento de usuários reais em *O Clone* (2001); imigração

¹⁵ <<https://tinyurl.com/yvet2s4q>> Acesso em 20/09/2020.

¹⁶ <<https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/novelas/o-rei-do-gado/>>. Acesso em 02/09/2020.

ilegal em *América* (2005); o tráfico de mulheres em *Salve Jorge* (2012); a representação da transição de gênero e a vida de um homem trans em *A Força do Querer* (2017). Essa forma de retratar aspectos verossímeis à realidade em uma narrativa televisional é característica original das produções brasileiras, e elas proporcionam um espaço para reflexão, abertura e mudança social.

Contudo, por mais que haja a busca pela representação das ações socioeducativas citadas, incorporação de pautas políticas e a exposição de temas sensíveis à sociedade, como inclusão de personagens LGBT nos enredos, a simples apresentação desses conteúdos não é suficiente para romper com crenças tradicionais. Risk (2018, p. 80) afirma que ao longo das décadas personagens homossexuais foram representados de forma estereotipada e:

Muitas vezes essas personagens serviam de “pitada cômica” para os protagonistas heterossexuais. As poucas representações que procuraram romper com essas limitações foram censuradas ou seus atores foram fisicamente achacados e agredidos nas ruas. (RISK, 2018, p. 80)

Dessa forma, representar tais temas não significava necessariamente se posicionar de maneira progressista, buscando inclusão ou reconhecimento, mas sim trazer o debate de questões candentes na sociedade.

Ditadura militar e a censura: a regulação e suas negociações

Desde a década de 1950 o estado brasileiro tem fortes relações com a televisão, é ele que possui o poder de conceder e suspender concessões de emissoras televisivas. Especificamente a partir de 1964, os governos militares utilizaram o aparato televisivo como um dos meios estratégicos de seu projeto modernizante e de integração nacional. O investimento dos militares propiciou o desenvolvimento de uma infraestrutura comunicacional (sistemas de microondas, satélites, etc) que possibilitou a criação de grandes redes nacionais (Lopes, 2009, p.22), a que se sobressai durante o regime militar é a Rede Globo. A emissora, a partir da década de 1970, aperfeiçoou essa forma de produção televisiva e em 1973 começou a exportar as telenovelas para outros países¹⁷. A emissora de Roberto Marinho apoiou a ditadura e ainda assim sofria com a censura vigente no período. A novela *Roque Santeiro* (1975), que teve mais de 30 episódios gravados, foi censurada

¹⁷ A primeira telenovela a ser exportada para outros países, abrindo o mercado estrangeiro para os produtos nacionais foi *O Bem Amado* (1973).

e não pôde ser exibida por ser uma adaptação de um texto teatral de Dias Gomes que já havia sido censurado.

Marcos Napolitano (2017, p. 218) afirma que durante o regime militar, o governo brasileiro possuía duas posições, uma repressiva e outra proativa. Repressiva pois fazia a regulação da imprensa e da vida cultural, proativa pois retomava uma tendência histórica de desenvolvimento através de uma integração nacional em um país marcado por fortes regionalismos e desigualdades socioeconômicas (Napolitano, 2017, p. 221). Hamburger (2011, p. 75) afirma que durante o período militar as telenovelas foram capazes de incorporar uma forma industrial produzida sob censura a elementos da cultura popular e comentários críticos sobre a política brasileira.

No decorrer das décadas, o folhetim televisivo retratou imagens de um Brasil que se modernizava - alinhada com o plano desenvolvimentista do regime militar - ao passo que dispunha de autores e escritores declaradamente de esquerda como Dias Gomes¹⁸, Bráulio Pedroso, Walter Avancini (Hamburger, 2011, p. 79). As telenovelas são fruto de sua época, sendo direta e indiretamente influenciadas pela realidade social, cultural e política do país, Hamburger (2011, p. 80) defende a próxima relação entre interpretações da nação brasileira e a novela. (Lopes, 2009, p.22) relaciona o desenvolvimento de uma “narrativa da nação” à difusão da televisão e das telenovelas.

Nos anos 1990, a Rede Globo consolidou-se como uma marca moderna, marcada pelo uso de seu logotipo com cores metálicas ao som do clássico “plim-plim”. Já no início dos anos 2000

com a diversificação do campo audiovisual, a concorrência da TV a cabo, do DVD e da Internet, e a queda dos índices de audiência, o estilo de fazer novela que se notabilizou nos anos 1970-80 se enfraquece. A novela permanece estratégica na receita e na competição entre as emissoras de televisão, porém sua capacidade de polarizar audiências nacionais diminui. Novelas abusam de mensagens de conteúdo social, enquanto perdem seu diferencial estético e sua força polêmica. A nação já não prepondera porque os temas extrapolam fronteiras. Há poucas referências a temas polêmicos atuais. A opção é pelo desenvolvimento de campanhas politicamente

¹⁸ Dias Gomes foi militante do Partido Comunista Brasileiro (PCB) da década de 1940 até o início dos anos 1970. Teve algumas de suas peças teatrais e telenovelas censuradas pelo regime militar.

corretas, muitas vezes em detrimento da dramaturgia. (Hamburger, 2011, p. 82)

Ao contrário dos primeiros anos do milênio em que aparentemente as telenovelas não possuíam essa capacidade de polarizar audiências, na década de 2010 em um novo contexto sociopolítico, essas questões se polemizaram novamente a partir dos usos políticos das redes sociais digitais.

Telenovelas e a convergência midiática

Como apresentado, a televisão passou por diversas modificações desde sua estreia no país. Hoje, em um contexto marcado pelo intenso uso da internet e das plataformas digitais, vivemos a convergência dos meios de comunicação, onde as mídias passam a interagir de maneiras cada vez mais complexas, de forma que deve-se compreender que as mídias analógicas como a televisão, os jornais e o rádio não foram substituídas pelas digitais, mas passaram a oferecer ou serem objetos de fluxos de conteúdo a partir de múltiplos suportes midiáticos, prova disso é que em 2018 os tópicos mais comentados na rede social Twitter foram futebol, eleições, música e atrações exibidas na TV¹⁹ como reality shows, séries e as telenovelas. Tendo em vista que se trata de um ano de Copa do Mundo e eleições presidenciais, é comum que os dois primeiros temas estejam em destaque.

Contexto brasileiro: tensões morais de um Brasil digital

Desde o final dos anos 1990 e início do novo milênio o mundo vem acompanhando o desenvolvimento de diversas tecnologias digitais, como a transformação de grandes computadores e multiprocessadores em telefones inteligentes que cabem na palma da mão, sinal de internet móvel (Wi-fi, 3G, 4G) que possibilitaram a expansão da conectividade e a explosão do número de usuários das plataformas digitais. Essas tecnologias modificaram a sociabilidade e surgiram novas formas de trabalho, comunicação, consumo, entretenimento, além de formas interativas de produção de significado de produtos culturais diversos.

As primeiras versões de computadores que foram comercializadas para o público possuíam interfaces pouco convidativas aos usuários e poucos grupos da

¹⁹ <https://blog.twitter.com/pt_br/topics/company/2018/aconteceu-em-2018-no-twitter.html>. Acesso em 29/09/2019.

sociedade tinham acesso. No início dos anos 2000 a expressão *Web 2.0*, termo comercial cunhado pelo empresário Tim O'Reilly, buscava sinalizar um novo momento da rede, marcado por plataformas que estimulavam a participação, a sociabilidade, o compartilhamento e a trocas entre internautas, principalmente através de fóruns²⁰. Esse era um momento da rede que era algo comum o usuário utilizar estratégias de anonimato, tanto pela criação de um personagem virtual - em perfis que hoje denominaríamos de *fakes*²¹ - quanto pela dificuldade de se obter fotografias de si. Contudo, como uma inovação da década de 2010, Van Dijck (2016, p.19) ressalta para a criação de uma nova estrutura na rede formada por um ecossistema de plataformas, em que grandes empresas – como Facebook e Google – concentram grande volume de usuários e poder econômico. A autora ainda afirma que não há como defender a neutralidade dessas plataformas como simples ferramentas de tráfego de informações, elas modulam a interação, a percepção e as formas de sociabilidade que acontecem nelas, e isso Van Dijck chama de conectividade. Nesse contexto, os indivíduos são incentivados através de ferramentas de popularidade, como seguidores, número de curtidas ou inscritos a se manter conectados e alimentando suas redes.

A autora ainda aponta outras características da rede, como o princípio de popularidade (2016, p. 31), em que quanto maior for o número de contatos, seguidores ou inscritos que o usuário tenha, maior será a relevância de seu conteúdo. Outra característica observada é capacidade de quantificar a reação dos indivíduos aos conteúdos, algo que só foi possível após a adição do botão “curtir” ao *Facebook* em 2010. Com essa ferramenta é possível identificar qual conteúdo é mais popular e gera mais cliques, além disso, é possível traçar perfis únicos dos usuários baseado em seu comportamento nas plataformas. Ramos (2015, p. 69-70) apresenta outras ferramentas de rastreamento do comportamento dos usuários, como os *cookies* e o *login*. Esse último consiste na simplificação do cadastro em diversas plataformas, pois através de uma conta *Google* ou *Facebook* o usuário conecta-se instantaneamente em distintos sites. Dessa forma, o indivíduo faz um único cadastro que conecta várias - ou todas - suas atividades online.

²⁰ Nessa época foram criados fóruns mundialmente conhecidos e alguns utilizados até hoje, como *4Chan* (2003) e *Reddit* (2004), e outras plataformas que já foram desativadas como *MySpace* (2003) e *Orkut* (2004).

²¹ Do inglês “falso”. Nomenclatura utilizada para perfis em que a identidade do usuário não era conhecida. Por vezes eram utilizadas imagens de personagens de videogames, atores, músicos e famosos, o que deixava claro que eram falsos.

Essa infraestrutura integrada de plataformas fornece às empresas a possibilidade de transformar em dados praticamente todas as formas de interação humana: amizades, transações financeiras, consumo de conteúdos, pesquisas, etc (POELL, NIEBORG & VAN DIJCK. 2020, p. 5). Essa é uma característica da plataformização da rede, definida por Poell, Nieborg e Van Djick (2020, p.4) como:

[...] a penetração de infraestruturas, processos econômicos e estruturas governamentais e esferas da vida. E, a partir da tradição dos estudos culturais, concebemos esse processo como a reorganização de práticas e imaginações culturais em torno de plataformas.

No Brasil, nos anos 2000 houve ampliação da conexão via banda larga e a popularização dos computadores pessoais. Já no início da década de 2010, houve expansão massiva do uso de *smartphones*, sendo que a partir de 2014 o acesso à internet se deu majoritariamente via celular. Esse contexto, em conjunto com a plataformização da rede, mantém o Brasil entre os países com maior número de usuários ativos em algumas plataformas, como o *Facebook*.

Machado e Miskolci (2019, p. 3) chamam a atenção para o aspecto beligerante das redes sociais, em que a popularidade é algo a ser disputado competitivamente buscando engajamento nas postagens, que irão gerar seguidores e por consequência o status de influenciador digital. Os autores afirmam que esse quadro favorece explicações simplistas com apelo moral e que:

As redes sociais e demais plataformas comerciais *online* têm gerado não apenas os já estudados fenômenos das bolhas de opinião ou a disseminação de *fake news*, mas algo mais radical e preocupante enquanto elemento central da ação política: a privatização da política e sua inserção em uma gramática moral. (MACHADO; MISKOLCI. 2019, p.6)

Os fatores já mencionados coincidem com uma polarização extremada da discussão política brasileira e a emergência de setores de uma direita conservadora que fez uso extensivo das mídias digitais para mobilização. É necessário apontar que embora diversas mudanças tenham sido desencadeadas pela popularização e uso massivo de tecnologias da informação e comunicação (TICs), nem tudo é novidade e

é fundamental compreender como esse novo contexto sociotécnico se relaciona com características enraizadas da sociedade brasileira.

ANÁLISE DOS VÍDEOS

O YouTube é uma plataforma de *streaming* de vídeos - serviço que transmite conteúdo gravado e ao vivo pela internet - foi criado em 14 de fevereiro de 2005 por 3 ex-funcionários da empresa de pagamentos *PayPal*. O conceito inicial da plataforma era ser uma rede social, em que os usuários gravassem vídeos se apresentando e informando seus interesses. Após um tempo no ar, os fundadores modificaram para uma plataforma em que era possível fazer upload de conteúdos gerais, com o slogan utilizado até hoje “Broadcast Yourself”²² defendem a ideia de que qualquer pessoa pode ter seu conteúdo exibido na plataforma e poderá atingir audiências globais, se colocando como uma alternativa à televisão e ao cinema. Em novembro de 2006 foi comprada pela Google²³, mantendo seus fundadores e funcionários. A interface passou por diversas mudanças no decorrer dos anos, incorporou políticas de direitos autorais e hoje é o segundo site mais acessado no mundo, atrás apenas do *www.google.com*²⁴.

O início da plataforma foi marcado por ser uma alternativa à televisão, modificando a maneira com que as pessoas interagem com produções audiovisuais, de modo que ao contrário da televisão, o usuário pode parar a exibição, avançar, retornar, aumentar a velocidade de reprodução, assistir vídeos do mesmo produtor ou relacionados. Isso causa a sensação de que é o espectador que decide o quê, quando e como vê (no celular, no computador, na televisão). Além de que cada conta possui uma configuração de vídeos diferente, levando em consideração o comportamento do usuário e os aspectos que definem essa configuração são: os canais que o usuário está inscrito, os vídeos que visualizou, seu engajamento (se “curtiu”, “descurtiu” ou comentou), de modo que os algoritmos do YouTube buscam entender como o usuário reage a determinado conteúdo para oferecer vídeos que

²² “Transmita-se”, tradução própria.

²³ Empresa de serviços digitais fundada em 1998. Seu primeiro produto foi um site que funciona como ferramenta de busca na internet, compilando resultados de acordo com as buscas e padrões delimitados pela ferramenta. A empresa hoje é uma das 5 mais valiosas do mundo e oferece múltiplos serviços como armazenamento de arquivos na rede, navegador de internet, sistema operacional de *smartphones*, serviço visualização de mapas e geolocalização, entre outros. Sua sede é localizada no Vale do Silício, centro de desenvolvimento tecnológico no oeste dos Estados Unidos.

²⁴ <<https://www.similarweb.com/pt/top-websites/>> Acesso em 07/09/2020.

contenham elementos ou temáticas parecidas. Por exemplo, se o usuário assistir um vídeo até o final sobre como cozinhar, a plataforma irá apresentar canais e vídeos com temáticas como “culinária”, “faça você mesmo”, “ganhe dinheiro cozinhando”, entre outros.

No exemplo citado, consumir conteúdo relacionado pode ser algo positivo, do ponto de vista prático e individual, pois o usuário está aprendendo mais sobre culinária. No entanto, também se caracteriza pelo “efeito-bolha”, formando verdadeiros enclaves em que pessoas se limitam a receber informações de teor semelhante. Queremos chamar atenção para como a estrutura desenvolvida pelo YouTube favorece a formação de uma rede de comunicadores digitais que, coletivamente, constroem em certa medida um enquadramento para a realidade, uma cosmovisão (MESSENERG, 2017, p. 622), possibilitando uma interpretação do mundo para suas audiências.

Nos próximos parágrafos iremos discorrer sobre os vídeos analisados. Os primeiros quatro vídeos são de 2015, ano chave em que ocorreu grande difusão da chamada “Ideologia de Gênero” e a pauta do Escola Sem Partido. Esses canais acompanharam uma cruzada moral vigente no país que se assentou na estratégia discursiva da “proteção das crianças e adolescentes”, apresentando quaisquer avanços em termos de representação e políticas públicas de pautas relacionadas aos direitos LGBT como ameaça, pedofilia ou sexualização infantil (Balieiro, 2018). O quinto vídeo é de Silas Malafaia e foi publicado semanas antes do pleito eleitoral para Presidência da República de 2018, quando essas questões foram retomadas. O último vídeo publicado por Sikera Junior em dezembro de 2019 foi incorporado ao *corpus* pois menciona um novo momento do país, que estaria se livrando após 16 anos de “muita nojeira”, uma menção direta ao período dos governos petistas (2002-2018). Dessa forma, apresentaremos a relação dos vídeos e seu enquadramento discursivo com o momento político.

Uma característica que permeia todos os vídeos dos canais analisados é o tipo específico de comunicação utilizado, com um discurso inflamado, indignado e impulsivo. Essa é uma tendência que ocorre em função da ultra segmentação de conteúdo e audiências, intensificado com as mídias digitais, em que os comunicadores buscam gerar uma mobilização emocional e uma indignação em quem está consumindo o vídeo. Sobre esse tipo específico de comunicação:

O discurso indignado envolve esforços para provocar respostas emocionais (por exemplo, raiva, medo, indignação moral) pela audiência por meio do uso de supergeneralizações, sensacionalismo, informação enganadora ou patentemente não acurada, ataques ad hominem e depreciação ridícula dos oponentes. Indignação acompanha os nuances confusos de complexos tópicos políticos em favor do melodrama, do exagero deturpado, a zombaria, e previsões hiperbólicas de desgraça iminente. A conversa indignada não é o discurso racional-crítico no sentido habermasiano, não é também acuradamente caracterizado como deliberação (embora os usuários podem certamente basear-se ou desafiar perspectivas e informações das mídias indignadas por meio da deliberação política), em vez disso, toma a forma de competição verbal, teatro político com tabela de desempenho (SOBIERAJ; BERRY. 2013, p. 07).

O primeiro vídeo analisado é do canal de Nando Moura, indicado pelo Presidente Jair Bolsonaro²⁵ como fonte de informação²⁶. Nando Moura é músico e entrou no YouTube em 2011, seus vídeos eram centrados em dicas de como tocar guitarra, além de divulgar vídeos de sua banda de heavy metal. A partir de 2014, os vídeos começaram a apresentar outra roupagem, quando passou a falar sobre temas políticos por vieses do conservadorismo e da extrema-direita. Fazia críticas ao Partido dos Trabalhadores e ao governo de Dilma Rousseff, além de ter participado das manifestações e protestos que ocorreram entre 2015 e 2016 pelo impeachment de Dilma Rousseff.

Em janeiro de 2015 chegou aos 100 mil inscritos²⁷, em dezembro de 2015 ao primeiro milhão, em dezembro de 2018 chegou aos 3 milhões de inscritos²⁸. Em fevereiro de 2019 publicou um vídeo com o título “YouTube pare de CENSURAR meus vídeos...”²⁹, em que afirma que dezenas de seus vídeos tiveram a monetização retirada e estão com alcance restrito, ou seja, são exibidos para menos usuários do que o normal. Por mais que a frequência de publicação dos vídeos tenha se mantido -

²⁵ Nando Moura e Jair Bolsonaro possuíam uma boa relação. O então deputado federal foi entrevistado pelo YouTuber por duas ocasiões (2016 e 2018), sendo respectivamente o terceiro e segundo vídeos com mais visualizações do canal de Moura. Após alguns desentendimentos Nando Moura virou forte crítico do governo bolsonarista, chegando a pedir sua renúncia em abril de 2020 em sua conta no Twitter (<https://twitter.com/moura_101/status/1253773399719055360>) Acesso em 19/09/2020.

²⁶ Em 12 de novembro de 2018, Jair Bolsonaro postou em sua conta do Twitter uma lista de “excelentes opções” de canais de informação no YouTube, dentre eles estava o canal de Nando Moura, Olavo de Carvalho, Bernardo P. Küster, entre outros. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1061809199196368896/photo/1>> Acesso em 12/09/2020.

²⁷ De acordo com o vídeo: <<https://youtu.be/g1izDbIXLYs>> Acesso em 20/09/2020.

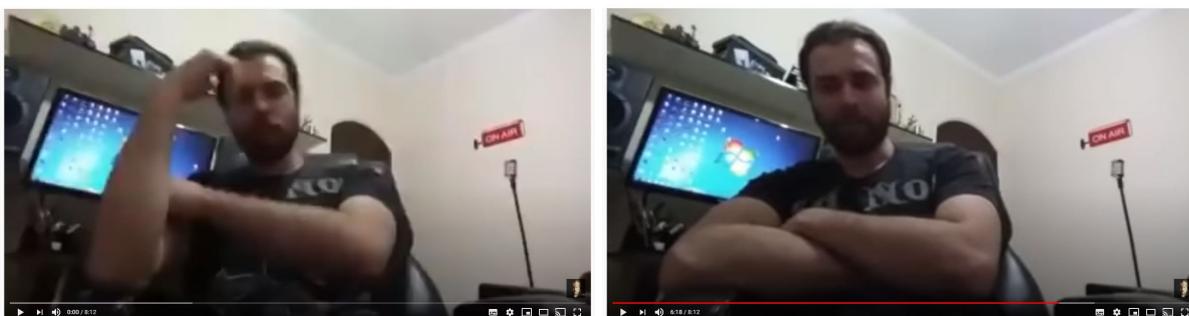
²⁸ De acordo com o vídeo: <<https://youtu.be/bVkvs006q64>> Acesso em 20/09/2020.

²⁹ Disponível em: <<https://youtu.be/bW7MONopnmY>> Acesso em 06/08/2020.

cerca de um vídeo por dia - a quantidade de inscritos no canal permaneceu estagnada. Seu conteúdo possui uma comunicação marcada por deboches, ironia, piadas, xingamentos, ataques diretos a atores políticos - como os ex-presidentes Lula e Dilma - e a outros comunicadores do YouTube com maior repercussão, como Felipe Neto e Cauê Moura, o que representa o aspecto beligerante presente nas plataformas digitais.

No vídeo publicado em 23 de janeiro de 2015 intitulado “Toda novela TEM QUE TER GAY!”³⁰, o comunicador gravou no seu estúdio pessoal, em sua casa e foi capturado possivelmente por um smartphone (Figura 1). Assim como a maioria dos vídeos de seu canal esse não possui edição ou cortes, ainda que em outros possuam imagens ou trechos de outros vídeos para ilustrar o que o músico está falando. A falta de edição passa um ar de espontaneidade que Moura está apenas “conversando” com sua audiência.

Figura 1 - Primeiros vídeos do canal possuíam produção amadora



Fonte: Imagens capturadas e adaptadas do YouTube em 18/09/2020.

O vídeo inicia com Moura com um braço cruzado e o outro na cabeça questionando “por quê tem tanto gay nas novelas da Globo?” No decorrer do vídeo, Moura pontua que as telenovelas da Rede Globo apresentam de forma exagerada personagens homossexuais, defendendo a existência de uma “cota gay” para as novelas. Argumenta ainda que a emissora realiza esforços para modelar e manipular o pensamento do telespectador, atribuindo pouco ou nenhum espaço para agência do indivíduo, que seria apenas um receptor dos conteúdos a mercê das intenções da Rede Globo.

³⁰ Disponível em: <<https://youtu.be/P4RVFbTqwfU>>. Acesso em 12/09/2020.

O comunicador defende que a presença de homossexuais em telenovelas como algo novo, quando na verdade isso já é algo explorado pela emissora desde a década de 1970³¹. Além disso, chama a atenção para uma espécie de “patrulhamento ideológico”, em que não se pode falar sobre determinados assuntos:

Então nós chegamos nesse ponto [...] essas aí são as minhas primeiras reflexões a respeito da cota gay nas novelas e da engenharia social que a Globo tenta fazer na maioria da população. Veja, só de eu mencionar essas coisas já é homofobia, já é um crime, já é um pecado. A pessoa ela não pode mais pensar, ela não pode mais raciocinar, ela não pode refletir, ela não pode falar a respeito das ideias dela que já taxam automaticamente de homofobia, de preconceito, de qualquer coisa desse tipo.

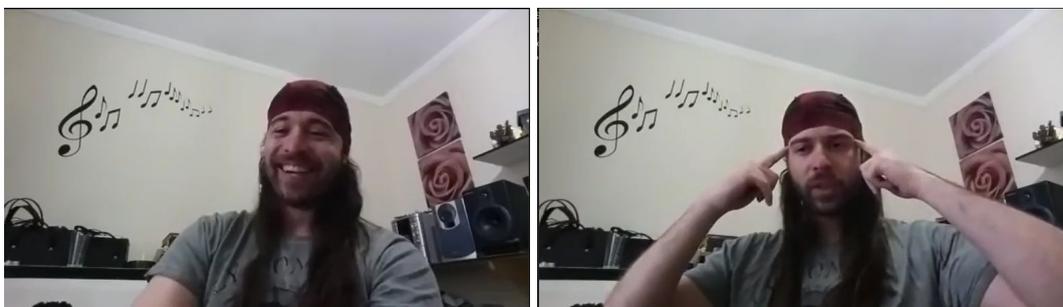
Dessa forma, Nando Moura transforma a representação de personagens homossexuais em uma suposta ameaça autoritária que censura o que pode ser debatido publicamente. O comunicador não compreende que se as novelas incorporam personagens gays é porque elas se referem à vida social, Moura entende tais representações como parte de uma agenda política da emissora.

O segundo vídeo analisado é também do canal de Nando Moura³², assim como o vídeo anterior foi gravado em seu estúdio (Figura 2), sem cortes, com a câmera fixa em que o comunicador expõe sua opinião sobre a presença de personagens gays nas telenovelas da Rede Globo e nas produções audiovisuais como um todo. O vídeo inicia com uma piada de Nando Moura em que o marido não deve “se meter” entre sua esposa e as telenovelas, dando a entender que tal produto televisivo é algo consumido somente pelo público feminino. Tal caracterização é frequente no senso comum, contudo aproximadamente 40% da audiência da faixa das 21 horas é formada por homens (ALMEIDA, 2007, p. 182). Após a anedota, o comunicador digital começa a falar de forma conspiratória sobre a existência de uma estratégia mundial que visa a “normatização do homossexualismo”, deixando a entender a homossexualidade como algo anormal. Esse “plano” envolve dominar a esfera cultural e os meios de comunicação de massa para a implantação do comunismo.

³¹ A primeira telenovela a exibir um personagem homossexual foi *Assim na Terra como no Céu*, exibida em 1970 na faixa das 22 horas. Desde lá, entre 1970 e 2013, houveram 126 personagens LGBT em 62 novelas da Rede Globo (SILVA, 2015, p.11).

³² O vídeo foi retirado do ar em setembro de 2019 por infringir políticas de uso do YouTube.

Figura 2 - Vídeo gravado em seu estúdio.



Fonte: Imagens capturadas e adaptadas do YouTube em 18/09/2020.

Moura defende que as telenovelas fazem parte dessa estratégia, mas não só, cita também algumas séries como *House of Cards*, *The Tudors* e o filme *Brokeback Mountain* e afirma que “não tem um seriado que você veja ou nada que você veja na TV que não tente normatizar o homossexual”. Na sequência diz que não está dando sua opinião e que está apenas apresentando fatos. Ironicamente, sua fala é carregada de adjetivações que expressam juízo de valor, como grifado na frase a seguir: “Nessa última novela da Globo você tem o maior número *per capita* de casais gays, **uma coisa estarrecedora**, com sete, oito, nove, dez casais gays numa novela só”.

A novela citada é *Império* (2014), porém essa produção apresentou apenas um casal homossexual, a relação extraconjugal entre Cláudio (José Mayer) e Leonardo (Klebber Toledo). Ademais, apresentava a história de Xana Summer (Ailton Graça) que é um homem crossdresser e do blogueiro homossexual Téo Pereira (Paulo Betti) que vivia de notícias sensacionalistas. Nando Moura afirma que a Rede Globo realiza um trabalho de manipulação, destacado no trecho seguinte: “A pior coisa das novelas é o que ela coloca no subconsciente das pessoas, implícito, não é explícito, é implícito dentro do subconsciente das pessoas”. Finaliza o vídeo com uma chamada para os protestos do dia 15 de março de 2015: “um bom dia para todos vocês, um bom final de semana, boas manifestações no dia 15, não deixem de ir”. Isso sinaliza que a crítica à Globo e às novelas implica em uma crítica mais abrangente à política e associa o PT e a emissora a uma agenda de demandas de direitos LGBT. Moura apresenta como uma agenda progressista o que é na verdade uma representação estereotípica da homossexualidade.

O terceiro vídeo analisado está presente no canal do ex-senador do Espírito Santo Magno Malta, que cumpriu mandato de 2003 à 2019. É pastor evangélico, foi componente da banca evangélica e em 2015 presidiu a Frente Parlamentar Mista em Defesa da Família e Apoio à Vida. O canal foi criado em 2011 e possui mais de mil vídeos com enquadramentos diferentes, dentre eles sessões no senado, campanha eleitoral, vídeos em formato de vlog com a opinião de Magno Malta, entre outros.

O vídeo em questão se intitula “Magno Malta alerta que Babilônia é ameaça às famílias brasileiras”³³ e faz menção à telenovela *Babilônia* (2015) que foi ao ar entre março e agosto, foi escrita por Gilberto Braga, Ricardo Linhares e João Ximenes Braga e possuiu 143 episódios³⁴. Dentre as tramas, existia uma personagem que iria se tornar garota de programa, corrupção de políticos e já em seu primeiro capítulo apresentou um beijo entre um casal de mulheres idosas (representadas por atrizes consagradas como Fernanda Montenegro e Nathalia Timberg - Ver Figura 3). Ao tratar de assuntos polêmicos como homossexualidade feminina na terceira idade, prostituição e corrupção, a telenovela gerou discussões na esfera política e fomentou debates em múltiplos canais midiáticos, tanto em apoio quanto em repúdio às cenas exibidas.

Figura 3 - Beijo entre Fernanda Montenegro e Nathalia Timberg em *Babilônia*.



Fonte: Imagem retirada de <<https://tinyurl.com/y4aysakv>> Acesso em 19/09/2020.

O vídeo de Magno Malta é uma dessas reações e evidencia como as telenovelas podem ser relevantes para o debate político. O vídeo é um trecho da fala

³³ Disponível em: <<https://youtu.be/Wj9QOuPmC-k>> Acesso em 11/09/2020.

³⁴ As telenovelas da faixa das 21 horas possuem em média 200 episódios e cerca de 8 meses de exibição, contudo, em função das baixas audiências *Babilônia* sofreu alterações em seu roteiro e foi finalizada em menos tempo que o comum para o horário nobre.

do senador durante a Sessão Plenária do dia 24 de março de 2015 (Figura 4), exibido na TV Senado, em que Magno Malta realizou uma fala sobre a telenovela afirmando seu potencial destrutivo:

Como presidente da Frente da Família me referia a novela como algo destrutivo pra família brasileira [...] é pai e mãe que tem que ter responsabilidade com criação e educação de filho, e filho deve ver aquilo que pai e mãe acha deve ver, essa é uma verdade, mas ninguém tem o direito de invadir as nossas casas, e uma cena dessas de 30 segundos tem o poder de destruir no mínimo 10, 15 anos de educação de um pai e de uma mãe com o filho.

Figura 4 - Magno Malta em Sessão Plenária no Senado Federal



Fonte: Imagens capturadas e adaptadas do YouTube em 18/09/2020.

Como podemos notar, Malta atribui um grande peso ao conteúdo exibido na televisão e sua capacidade de se contrapor à educação dos pais. O então senador afirma que a Rede Globo estaria infringindo a lei de classificação indicativa e lê um ofício que enviou ao Ministério da Justiça pedindo a alteração da classificação de 14 para 18 anos. É perceptível que existe uma centralidade no discurso de Malta sobre a proteção de crianças e adolescentes, tópico corrente no ano eleitoral e que recupera os episódios de pânico moral do ano precedente. Balieiro (2018) atenta para a construção do pânico moral da “criança sob ameaça”, na qual existe o uso de um recurso discursivo estratégico que caracteriza qualquer avanço nos direitos da população LGBT como uma ameaça às crianças. Ainda afirma que:

A construção da ameaça às crianças revelou-se de intenso apelo à opinião pública, recebendo publicidade e tomando caráter passional, com

consequências efetivas em barrar iniciativas de combate à homofobia ou de respeito à diversidade sexual. (Balieiro, 2018)

Ao final do vídeo, Malta afirma que não se ofende ao ser chamado de fundamentalista, afirmando ser um defensor da vida. Em seu discurso ainda defende que princípios religiosos permanecem inalterados mesmo com a globalização:

a sociedade mudou? A internet mudou, globalizou o mundo? O conceito do Supremo Tribunal Federal hoje é um, é diferenciado. O Supremo Tribunal mudou mas deus não mudou. A internet mudou o mundo e deus continua o mesmo.

Além disso, afirma que 92% da população brasileira é cristã e repudia as cenas que estão sendo exibidas na telenovela, buscando validar seu protesto baseado na vontade dos cristãos e do “povo”, quando, de fato, no país há maior aceitação da homossexualidade nos últimos anos³⁵. Nesse aspecto, chamamos a atenção para a forma como o recurso discursivo “o povo” é utilizado pelo ex-senador para justificar sua posição. Sobre a noção abstrata de “o povo”, Butler afirma que:

“O povo” não é uma população definida, é constituído pelas linhas de demarcação que estabelecemos implícita ou explicitamente. Como resultado, assim como precisamos testar se qualquer modo determinado de apresentar o povo é inclusivo, só podemos indicar populações excluídas por meio de uma demarcação ulterior. A autoconstituição se torna especialmente problemática sob essas condições. Nem todo esforço discursivo para estabelecer quem é “o povo” funciona. *A afirmação muitas vezes é uma aposta, uma tentativa de hegemonia* [grifo meu]. Portanto, quando um grupo, uma assembleia ou uma coletividade organizada se autodenomina “o povo”, maneja o discurso de uma determinada maneira, fazendo suposições sobre quem está incluído e quem não está e, assim, involuntariamente se refere a uma população que não é “o povo. (BUTLER, 2018, pp. 9-10)

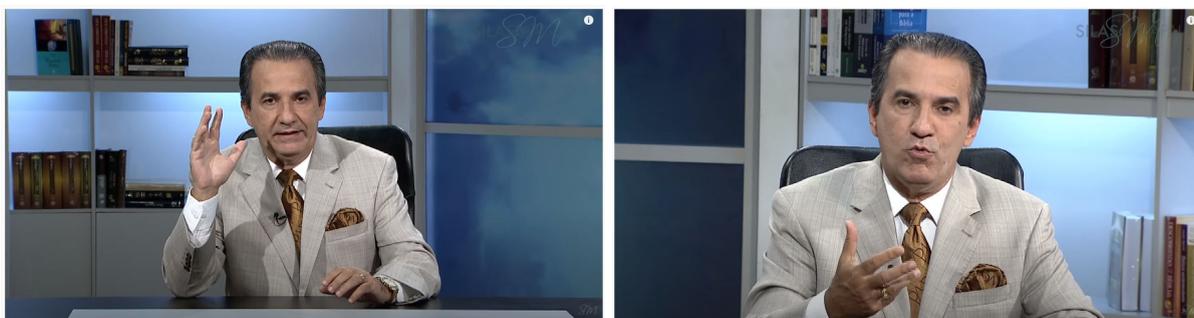
Silas Malafaia é pastor pentecostal, líder da Assembleia de Deus Vitória em Cristo e apresentador do programa televangelizador “Vitória em Cristo” desde 1982, já tendo sido exibido nos canais Rede Record, TV Bandeirantes e RedeTV, além de canais evangélicos nos Estados Unidos, Europa e África. Em 2014 ingressou no

³⁵ <<https://tinyurl.com/y4ppsuoX>> Acesso em 20/09/2020.

YouTube e em 2020 já possui mais de 1100 vídeos publicados dentre eles: seus programas televisivos completos, trechos de sermões, entrevistas e opiniões sobre diversos temas das esferas política e moral do Brasil.

O vídeo tem o título “Pastor Silas Malafaia Comenta: Novela da Globo x Novela da Record”³⁶. Como se trata de um programa feito originalmente para a televisão em que alguns trechos curtos vão para o YouTube, possui uma produção de cenário (Figura 5) com iluminação, corte de câmeras e microfonação. Além da aptidão em se comunicar em público devido aos mais de 35 anos como pastor, com falas organizadas e facilidade em apresentar suas opiniões.

Figura 5 - Cenário produzido nos vídeos de Silas Malafaia.



Fonte: Imagens capturadas e adaptadas do YouTube em 18/09/2020.

Silas Malafaia inicia o vídeo afirmando que não existe emissora sagrada ou profana, argumenta que não necessariamente o conteúdo transmitido pela Rede Globo é bom ou ruim, afirma também que não há problema em exibir personagens homossexuais, contudo questiona que a emissora realize um “ativismo ideológico em favor da causa gay” para “ensinar e inculcar na sociedade a prática homossexual”. Além disso, menciona que a Rede Record ao exibir a novela Bíblica *Os Dez Mandamentos* (2015) está “dando lambada” na audiência da telenovela da Rede Globo pois o povo “cansou de tanta imoralidade”. Ou seja, relaciona a queda da audiência da novela com um descontentamento moral da sociedade. Nesse vídeo, o pastor faz menção à “Ideologia de Gênero”, pauta ao qual o ator em questão estava envolvido politicamente nos últimos anos.

³⁶ Disponível em: <https://youtu.be/ri_zba7_fUE> Acesso em 10/09/2020.

O quinto vídeo que compõe o corpus de pesquisa também está presente no canal de Silas Malafaia. Publicado em 15 de setembro de 2018 intitulado “Pastor Silas Malafaia comenta: Rede Globo! A campeã do lixo moral no Brasil”³⁷ (Figura 6). Esse curto vídeo de menos de três minutos, ao contrário do anterior, foi feito especificamente para o YouTube em que o pastor problematiza uma cena exibida na novela *Orgulho e Paixão* (2018) produção de época que foi exibida no horário das 18 horas e apresentou o primeiro beijo homossexual da faixa horária (Figura 7).

Figura 6 - Pastor Silas Malafaia em vídeo gravado especificamente para o YouTube



Fonte: Imagem capturada e adaptada do YouTube em 18/09/2020.

Figura 7 - Beijo gay na novela das 18 horas³⁸



Fonte: <<https://tinyurl.com/yxm9akbx>> Acesso em 20/09/2020.

³⁷ Disponível em: <<https://youtu.be/jYC6YMUHPEs>> Acesso em 13/09/2020.

³⁸ Cena de *Orgulho e Paixão* (2018) com beijo de Luccino (Juliano Laham) e Otávio Pedro Henrique Müller.

Silas Malafaia afirma que confunde-se “liberdade com libertinagem” e que não se pode exibir um beijo entre homens às 18 horas na TV aberta, que isso deveria ser reservado a canais adultos. O pastor retoma um ponto que também foi citado por Magno Malta no vídeo anterior: a questão da classificação indicativa, afirmando implicitamente que o conteúdo exibido apresenta conotação pornográfica. Retoma também um aspecto muito presente no ano de 2018, a proteção da criança e a ligação com pânico morais, além de fazer menção direta às eleições que iriam ocorrer pouco mais de 20 dias após a publicação do vídeo:

Eu to marcando aqui uma posição, fazendo aqui o meu protesto contra esse lixo moral que não se respeita criança e adolescente. Quer mostrar safadeza? Depois de onze da noite fica à vontade, ok? Tem jovem, tem adolescente, é isso que eu to falando, essa é a questão. Então, fica aqui o meu protesto e a minha indignação e digo mais, tomara que o Bolsonaro ganhe essa eleição pra dar um basta nessa safadeza, pra colocar limite, pq no Brasil muita gente confunde liberdade com libertinagem.

Silas Malafaia faz uma direta relação com o conteúdo exibido nas telenovelas com o governo vigente, ao afirmar “tomara que o Bolsonaro ganhe essa eleição pra dar um basta nessa safadeza” deixa a entender que com a eleição de Jair Bolsonaro a moralidade “será restabelecida”. Percebemos mais uma vez a relação próxima entre o contexto político com o enquadramento utilizado para interpretar os produtos midiáticos.

Sikera Júnior é youtuber e apresentador de televisão do programa Alerta Nacional produzido pela emissora amazonense TV A Crítica e transmitido em rede nacional pela RedeTV!³⁹. É um programa de “jornalismo policial” que utiliza uma linguagem coloquial e cômica, apresenta de forma espetacularizada acusações, crimes, escândalos e outros casos utilizando recursos gráficos e por vezes sensacionalistas⁴⁰ com a finalidade de estimular respostas imediatas e indignadas em sua audiência. O canal no YouTube foi criado em 2010, possui três mil trezentos e trinta vídeos, quase três milhões e meio de inscritos⁴¹ e é o maior canal sob análise. A maioria dos vídeos possuem entre 5 e 10 minutos e são trechos do programa exibido na televisão, além disso a partir de 20 de fevereiro de 2020 o canal passou a fazer

³⁹ Quando Alerta Nacional estreou para todo país o IBOPE da emissora triplicou em São Paulo. <https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2020/01/sikera-junior-triplica-audiencia-da-redetv-com-estreia-do-alerta-nacional.shtml>

⁴⁰ Compreendemos sensacionalismo como: “tornar sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais, não mereceria esse tratamento.” (SOBRINHO, 1995, p. 16)

⁴¹ Números contabilizados no dia 18 de setembro de 2020.

transmissões ao vivo dos bastidores das gravações ficando por mais de três horas no ar.

No vídeo publicado em 09 de dezembro de 2019 chamado “A CONSEQUÊNCIA DAS NOVELAS”⁴² (Figura 8) Sikera Junior apresenta o caso de um suspeito acusado por tentativa de estupro de seu irmão e questiona “Que família desmantelada é essa?” na sequência atribui a culpa à televisão e às telenovelas dizendo que “a televisão entregou muita nojeira na casa das pessoas” continua “fizeram isso por 16 anos” nesse momento o jornalista está relacionado uma tentativa de estupro com o período do governos do Partido dos Trabalhadores. Ao fundo toca uma trilha sonora de suspense dando um tom de seriedade ao programa. Então começa a insinuar que “fizeram de tudo pra acabar com a família brasileira, fizeram de tudo. Empurraram sacanagem vinte e quatro horas por dia na televisão” chamando atenção para uma característica que aparece repetidamente nos vídeos analisados: a ameaça constante às crianças e à família.

Figuras 8 - Sikera Junior em seu programa



Fonte: Imagens capturadas e adaptadas do YouTube em 18/09/2020.

No decorrer do vídeo afirma que “não tem nada contra trans ou travesti” mas que não tem a obrigação de aceitar naturalmente cenas afetivas de tais personagens, afirma que nem um casal “comum, tradicional” deve se beijar ou demonstrar afeto em ambientes públicos e que isso deve ser algo reservado a intimidade. Afirma que as “coisas estão mudando” e que “o dinheiro acabou”, deixando a entender que quem financiava essa “agenda” eram os governos petistas. Nesse vídeo publicado em 2019, Sikera Junior defende a ideia de que a Rede Globo possui interesses em conjunto

⁴² <<https://youtu.be/Fz0ZPiq9gVw>> Acesso em 14/09/2020.

com partidos e organizações de esquerda e que com a eleição de Jair Bolsonaro “acabou a mamata”⁴³. Dessa forma, ressaltamos como o vídeo analisado relaciona as telenovelas à prática de crimes e que a situação do país está mudando a partir da eleição de Bolsonaro, em que uma nova ordem política vai mudar não somente as políticas de estado, mas também o que é exibido na televisão. É um desejo de transformação cultural, de impor limites ao que é visto na televisão, no cinema, em exposições artísticas, etc.

Todos os vídeos analisados realizam críticas não apenas à telenovela, mas às mídias tradicionais, baseados em uma crença de que as telenovelas possuem um poder de manipular pensamentos, opiniões, gostos e posicionamentos políticos. Existe a ideia de que a mídia televisiva deve ser superada e não apenas o governo. Essa forma de compreender a influência da mídia e dos meios de comunicação foi chamado de Teoria da Agulha Hipodérmica ou Teoria da Bala Mágica, e consiste em: crer que “os meios de comunicação têm efeito imediato e poderoso no público, modificando comportamentos, alterando atitudes e interferindo diretamente na mente das pessoas.” (MARTINO, 2009, p. 185).

Martino (2009, p. 185) ainda afirma que tal teoria encontra pouca ou nenhuma comprovação empírica. Outra característica é a do “Efeito de terceira pessoa” em que “a tendência a acreditar que a mídia vai influenciar mais os outros do que nós” (MARTINO, 2009, p. 199-200) ou que estaríamos imunes à “manipulação” da mídia. Esses comunicadores consideram as mídias como um poder determinante e as compreendem como uma ameaça, principalmente às crianças e adolescentes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo buscou compreender de que maneira se dão as tentativas de regulação moral das telenovelas no Brasil pós 2015. Após o período da ditadura militar a regulação do estado brasileiro foi cada vez menor, ainda que possua o poder de conceder e suspender concessões de emissoras televisivas. Existem ainda outras formas de regulação como pelo mercado ou pela audiência, contudo, o foco do artigo foi em como após uma série de transformações estruturais no contexto social brasileiro - mudanças acarretadas pelas Jornadas de Junho, manifestações pró

⁴³ Frase utilizada pelo próprio Presidente da República no vídeo: <<https://youtu.be/WoLHaXFRVQg>> Acesso em 17/09/2020. Dentro do contexto, Bolsonaro afirma que realizou cortes de publicidade do Governo que prejudicam a Rede Globo.

impeachment em 2015, popularização do uso de smartphones e internet móvel - e modificações no ecossistema da internet - plataformização, novas estruturas de funcionamento algorítmico, explosão de usuários - houve o surgimento de uma rede de comunicadores digitais de uma direita conservadora que busca uma regulação moral das telenovelas e diversos outros produtos culturais.

Constatou-se a predominância de uma perspectiva moralizante por parte dos comunicadores digitais em relação ao conteúdo das telenovelas, tendo destaque para cenas que representem mudanças culturais relacionadas ao reconhecimento de pautas dos direitos sexuais e de gênero. Contudo, essa visão moralista do debate público não se resume somente a esses temas, há uma tendência moralista na forma de analisar e interpretar produtos culturais, e de modo geral a esfera política, diminuindo questões estruturais e coletivas a pautas individuais.

A pesquisa foi um esforço para retratar alguns dos processos que surgem frutos da complexa ligação das mídias digitais com a sociedade brasileira. Buscou-se analisar os vídeos e a relação de seus autores com o contexto político, contudo, não há como afirmar com precisão até que ponto as narrativas descritas são de fato incorporadas pelas audiências pois esse não foi o objeto da investigação. Para tal, seria necessária uma pesquisa com maior escopo e diferentes estratégias de pesquisa. Foi possível verificar que um produto que sempre apresentou diversas ambiguidades e fez parte de uma série de negociações morais da sociedade brasileira passa a ser problematizada por certos grupos e que a produção de significado das telenovelas se tornou muito mais dinâmica nessa nova infraestrutura da rede. Além de reforçar a relevância da telenovela para a representação de assuntos sensíveis à sociedade brasileira.

Por se tratar de um Artigo de Conclusão de Curso de Licenciatura em Ciências Sociais, pode ser utilizado como recurso para refletir sobre a importância das mídias na sociedade contemporânea. Convém apontar que o artigo é parte do trabalho científico, ou seja, é fruto de diversas outras pesquisas já realizadas e busca situar-se numa perspectiva crítica das mídias digitais, evitando cair em determinismos que as apontem como principais provedoras dos males ou da solução de problemas sociais, para que futuramente possa ser utilizado em outras investigações.

REFERÊNCIAS:

ALMEIDA, Heloisa Buarque de Almeida. **Consumidoras e heroínas: gênero na telenovela**. Revista Estudos Feministas, Florianópolis, 15 (1): 280, janeiro-abril/2007. Disponível em: <https://tinyurl.com/y6chgfgm>. Acesso em: 21 set. 2019.

ALMEIDA, Heloisa Buarque de. **Trocando em miúdos: gênero e sexualidade na TV a partir de Malu Mulher**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, v. 27, n. 79, p. 125-137, jun. 2012. Disponível em: <https://tinyurl.com/yyarop4d>. Acesso em: 21 set. 2019.

BALIEIRO, Fernando de Figueiredo. (2018). **“Não se meta com meus filhos”: a construção do pânico moral da criança sob ameaça**. Cadernos Pagu, 53. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332018000200406&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt. Acesso em 20 set. 2020.

BAUER, M.W. & GASKELL, G. (org.) **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som – um manual prático**. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

BORELLI, S. H. S. **Telenovelas brasileiras – balanços e perspectivas**. São Paulo em Perspectiva, v. 15, n. 3, p. 29-36, 2001

BUTLER, Judith. **Corpos em aliança e a política das ruas: notas para uma teoria performativa de assembleia**. Tradução Fernanda Siqueira Miguens - 1ª ed. - Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

GONDIM, Linda M. P. & LIMA, Jacob C. **A pesquisa como artesanato intelectual: considerações sobre método e bom senso**. EdUFSCar, 2006.

HALL, Stuart. **A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo**. Educação & realidade, v. 22, n. 2, 1997.

HAMBURGER, Esther. **Telenovelas e interpretações do Brasil**. Lua Nova, São Paulo, 82, p. 61-86, 2011.

LOPES, Maria Immacolata V. de. **Telenovela como recurso comunicativo**. Matrizes, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 21-47, 2009.

LUPTON, Deborah. **Digital sociology**. Routledge, 2014.

MACHADO, Jorge; MISKOLCI, Richard. **DAS JORNADAS DE JUNHO À CRUZADA MORAL: O PAPEL DAS REDES SOCIAIS NA POLARIZAÇÃO POLÍTICA BRASILEIRA**. Sociol. Antropol., Rio de Janeiro, v. 9, n. 3, p. 945-970, Dez. 2019. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2238-38752019000300945&lng=en&nrm=iso. acesso em 20 Ago. 2020

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da Comunicação: Ideias, conceitos e métodos**. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

MESSEMBERG, Débora. **A direita que saiu do armário: a cosmovisão dos formadores de opinião dos manifestantes de direita brasileiro**. Revista Sociedade e Estado, Brasília, Volume 32, Número 3, Setembro/Dezembro 2017.

NAPOLITANO, Marcos. **Coração civil: a vida cultural brasileira sob o regime militar (1964-1985) - ensaio histórico**. São Paulo: Intermeios, 2017.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. **Plataformização**. Fronteiras - Estudos midiáticos, v. 22, n. 1, p. 2-10, 2020

SILVA, Fernanda Nascimento da. **Bicha (nem tão) má: representações da homossexualidade na telenovela Amor à Vida**. 2015. (Dissertação, Mestrado em comunicação Social, Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, PUC-RS).

SOBIERAJ, Sarah; BERRY, Jeffrey M. **The Outrage Industry: Political Opinion Media and the New Incivility**. Oxford University Press, 2013.

SOBRINHO, Danilo Angrimani. **Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1995.

RAMOS, J. DE S. **Subjetivação e poder no ciberespaço. Da experimentação à convergência identitária na era das redes sociais**. Vivência: Revista de Antropologia, v. 1, n. 45, 18 nov. 2015.

RISK, Eduardo Name. **Formações discursivas sobre homossexualidade em telenovelas brasileiras**. 2018. Tese (Doutorado em Psicologia em Saúde e Desenvolvimento) - Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2018.

VAN DIJCK, José. **La Cultura de la Conectividad: una historia crítica de las redes sociales**. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2016.