



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE AUDIOVISUAIS E PUBLICIDADE  
MEMORIAL DESCRITIVO DO PRODUTO

GABRIEL DOS SANTOS PIMENTEL

**ESPETÁCULO ÉTICO**  
**UMA PROPOSTA DE COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL PROGRESSISTA E**  
**INFORMATIVA EM AMBIENTES SOCIODIGITAIS**

BRASÍLIA - DF  
DEZEMBRO DE 2020

GABRIEL DOS SANTOS PIMENTEL

ESPETÁCULO ÉTICO  
UMA PROPOSTA DE COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL PROGRESSISTA E  
INFORMATIVA EM AMBIENTES SOCIODIGITAIS

**Memorial descritivo do produto apresentado à Universidade de Brasília como requisito para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social com habilitação em Audiovisual.**

**Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dra. Liliane Maria Macedo Machado**

BRASÍLIA - DF  
DEZEMBRO DE 2020

GABRIEL DOS SANTOS PIMENTEL

ESPETÁCULO ÉTICO  
UMA PROPOSTA DE COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL PROGRESSISTA E  
INFORMATIVA EM AMBIENTES SOCIODIGITAIS

**Memorial descritivo do produto apresentado à Universidade de Brasília como requisito para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social com habilitação em Audiovisual.**

**Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dra. Liliane Maria Macedo Machado**

BRASÍLIA - DF  
DEZEMBRO DE 2020

**BANCA EXAMINADORA**

---

**PROF.<sup>a</sup> DRA LILIANE MARIA MACEDO MACHADO**  
**ORIENTADORA**

---

**PROF. DR. PROF. ELTON BRUNO PINHEIRO**  
**EXAMINADOR**

---

**PROF.<sup>a</sup> DRA. TATIANA LIONÇO**  
**EXAMINADORA**

## AGRADECIMENTOS

Muitas foram as pessoas que contribuíram para que eu conseguisse finalizar a graduação e entregar este trabalho. Em primeiro lugar, agradeço ao meu pai, Luiz Vanderley, por ter apoiado minha decisão de, com 18 anos, sair sozinho de Teresópolis, no interior do Rio de Janeiro, para estudar “cinema” em Brasília. Agradeço por todo suporte para que eu conseguisse me manter aqui durante todos esses anos.

Agradeço, também, a Bete, Thiago e Pedro Magalhães por terem me recebido e acolhido nessa cidade de concreto tão diferente da selva em que cresci. Em Brasília, conheci algumas das pessoas mais importantes da minha vida, que me apoiaram nos momentos de dificuldades e possibilitaram que eu não abandonasse o curso. Ariane Lamarão, Jéssica Barros, Filipe Alves, André Spindola, Juliana do Vale, Luiza Rodriguez, Arthur Menezes, Jusef Felipe, Lucas Rafael Justino, Cecília Bastos, Luyla Vieira, Rafael Stadniki, Ester César, Evelyn Santos, Nicholas César, Thaís Rodriguez, Nicolas Tribuzy e diversas outras pessoas que fizeram e fazem parte da minha vida e permitiram que Brasília se tornasse um lar para mim.

Agradecimentos especiais a Isabel Dain pela amizade e por todo apoio, mesmo que a mais de mil quilômetros de distância e às grandes amigas de Teresópolis, Cibele Cruz e Ana Carolina da Rosa.

Agradeço, também, aos funcionários da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília e aos professores que mantiveram vivo meu interesse na Comunicação e no Audiovisual: Elton Bruno Pinheiro, Mike Peixoto, Camila Machado, Emília Silberstein e, minha orientadora, Liliane Machado.

O maior dos agradecimentos à Diretoria de Desenvolvimento Social da Universidade de Brasília pelo trabalho com as bolsas estudantis que permitiram a minha permanência na universidade. Graças a essas bolsas, posso, este ano, me formar no curso superior que sonhei durante a adolescência em uma universidade pública.

Os últimos cinco anos da minha vida foram intensos, cheios de coisas incríveis e momentos difíceis e agradeço cada uma dessas pessoas por terem me acompanhado de alguma forma nesses processos. Saio da graduação não apenas com um diploma, mas com grandes amizades, grandes inspirações, imensa gratidão e diversos sonhos para o futuro.

## **RESUMO**

Este memorial discorre acerca do planejamento de um vídeo-piloto para um canal no ambiente midiático sociodigital (PINHEIRO, 2019) Youtube. O objetivo é refletir acerca de como construir uma obra audiovisual que verse sobre temas políticos pertinentes ao contexto brasileiro, mas de forma atrativa e que mobilize os indivíduos em aspectos emocionais, inspirando-os a se engajarem politicamente. Para embasar as propostas, recorremos às reflexões acerca da política na era da fantasia e aos conceitos de espetáculo ético e política dos sonhos de Duncombe (2007); buscando compreender melhor como produzir para ambientes sociodigitais como o Youtube, recorremos a reflexões de Sbardelotto (2016), Meili (2011) e Jenkins (2009). A partir das reflexões, buscou-se desenvolver um roteiro para o primeiro vídeo do canal explorando as potencialidades e recursos estudados.

Palavras-chave: Youtube, Ambientes Sociodigitais, Espetáculo Ético, Política dos Sonhos.

## **ABSTRACT**

This work descant on the planning of a pilot video for the social-digital environment (PINHEIRO, 2019) Youtube. The goal is to reflect upon the development of an audiovisual work that talks about political themes relevant to the Brazilian context in an attractive way, mobilizing individuals based on emotional aspects, inspiring them to engage in politics. In order to lay the foundations, we invoked the concepts of politics in an age of fantasy, ethical spectacle and dreampolitik approached by Duncombe (2007); aiming to better understand how to produce content for social-digital environments such as Youtube, we dwell on the reflections made by Sbardelotto (2016), Meili (2011) and Jenkins (2009). Based on these ponderings, we aimed to develop a script for the first video of a Youtube channel exploring the potentialities and resources observed during the research process for this work.

## SUMÁRIO

<b>PARTE I - CONTEXTUALIZAÇÃO</b>	<b>8</b>
<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>8</b>
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA	9
1.2 JUSTIFICATIVA	10
1.3 OBJETIVOS	11
1.3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
1.4. O MEMORIAL	12
<b>PARTE II - EIXOS DE ARTICULAÇÃO TEÓRICA</b>	<b>13</b>
<b>2. COMPREENSÃO DOS AMBIENTES MIDIÁTICOS SOCIODIGITAIS</b>	<b>13</b>
2.1 YOUTUBE: HISTÓRIA E RECURSOS	15
2.2 YOUTUBE E COMUNICAÇÃO PÚBLICA	20
2.3 CRÍTICAS AO YOUTUBE	21
2.4 COGNIÇÃO E INTERACIONALIDADE: O YOUTUBE COMO ESPAÇO DE APRENDIZAGEM	23
2.5 ANIMAVERBIVOCOVISUALIDADE (AV3)	24
2.6 PRÁTICAS DE PROPAGAÇÃO	26
<b>3. POLÍTICA NA ERA DA FANTASIA</b>	<b>30</b>
<b>4. O ESPETÁCULO ÉTICO</b>	<b>39</b>
4.1 CONTAR HISTÓRIAS	46
4.2 STORYTELLING DIGITAL	51
4.3 LINGUAGEM AUDIOVISUAL	55
<b>PARTE III - REFLEXÕES SOBRE O PERCURSO METODOLÓGICO</b>	<b>57</b>
<b>5. CONCEPÇÃO INICIAL</b>	<b>57</b>
<b>6. PESQUISA</b>	<b>60</b>
<b>7. O CANAL NO YOUTUBE</b>	<b>61</b>
<b>8. O ROTEIRO</b>	<b>64</b>
8.1 SEGURANÇA PÚBLICA	65
<b>9. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>78</b>
<b>10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>81</b>
<b>APÊNDICE</b>	<b>82</b>
APÊNDICE A - ROTEIRO	82

## PARTE I - CONTEXTUALIZAÇÃO

### 1. INTRODUÇÃO

A produção audiovisual pode ser expressa sob diversos formatos, estilos e gêneros e possibilita a utilização de uma miríade de recursos comunicacionais para transmitir ideias, expressar sentimentos, contar histórias e informar. Os ambientes midiáticos sociodigitais (PINHEIRO, 2019) têm o audiovisual como um dos principais recursos. Plataformas como Youtube apoiaram-se nele para construir comunidades, mas o audiovisual também possui vasta presença no Facebook, Twitter e Instagram. Nesses ambientes sociodigitais, o audiovisual se democratiza, não há mais elementos impeditivos para que as pessoas possam se comunicar por meio dessa linguagem e, portanto, a diversidade de vozes, expressões e abordagens se multiplica.

Nos últimos anos, temos notado a utilização dos ambientes digitais para objetivos políticos de forma cada vez mais intensa. Para este trabalho, a análise a ser feita é a respeito da comunicação política que busca ganhar eleições, gerar consentimento popular e guiar a opinião pública. Stephen Duncombe (2007) explora a ideia de como o espectro político que vai do centro à direita tem utilizado recursos comunicacionais eficazes para reverberarem com as emoções do público e gerar consentimento. A utilização de *fake news* para distorcer a realidade e alterar a opinião pública a favor de candidatos de extrema direita foi, por exemplo, uma estratégia eleitoral utilizada e com influência direta nos resultados eleitorais de diversos países, inclusive do Brasil no pleito eleitoral de 2018<sup>1</sup>.

Ao compreender o avanço de políticas de direita como danosas aos interesses populares por haver priorização dos interesses das elites e do Capital e pouco enfoque nas políticas de desenvolvimento e assistência social, a inquietação que movimentou este trabalho foi acerca de que estratégia comunicacional poderia ser desenvolvida pelo espectro político de esquerda para avançar suas pautas, popularizá-las e fazer frente a discursos que se baseiam em desinformar e polarizar a população. Especificamente para este trabalho, buscou-se unir todos esses elementos expostos de forma a elaborar uma proposta que unisse o audiovisual nas plataformas digitais, especificamente o Youtube, como recurso a ser explorado para

---

<sup>1</sup>Conforme apontado por Baptista e Aguiar no artigo Fake News, Eleições e Comportamento (2020). Disponível em: <<https://revistades.jur.puc-rio.br/index.php/revistades/article/view/1320>> Acesso em: 2 dez 2020.

comunicação política progressista. A caracterização como progressista, neste trabalho, é compreendida a partir de uma busca por romper com o *status quo*, formulando transformações na sociedade, além de ter a igualdade social como objetivo guiador.

Dessa forma, buscamos explorar conceitos que permitissem compreender como esse tipo de comunicação política progressista poderia ser formulada para ter tanta eficácia e poder de persuasão quanto os discursos de desinformação que ganharam os ambientes sociodigitais nos últimos anos.

Optou-se, como proposta para produzir esse tipo de conteúdo considerado como eficiente, uma peça de comunicação política progressista, fazendo uso dos conceitos de espetáculo ético e política dos sonhos desenvolvidos por Duncombe (2007), que serão explorados ao longo deste trabalho, mas, em suma, dizem respeito a criação de entretenimento mobilizador e envolvente, que possui significado social, mas permanece sendo ético. Utiliza, para isso, os sonhos e desejos dos indivíduos como motor para engajamento político. Essa proposta contrasta com uma estratégia conservadora que mobiliza a partir do medo e redireciona a estratégia comunicacional progressista mais comum que busca engajar a partir do racional.

Neste memorial exploro o desenvolvimento do produto e suas especificidades. Nesta seção, apresento a ideia e o contexto em linhas gerais. Nos capítulos seguintes, trago leituras e reflexões acerca de conceitos importantes para a elaboração do produto, determinando os valores, princípios e objetivos que guiaram a produção. Por último, passo a descrever como foi o processo de concepção e desenvolvimento e trago reflexões acerca dos resultados.

## **1.1 PROBLEMA DE PESQUISA**

A argumentação elaborada na introdução pode ser sintetizada de forma a compor o problema de pesquisa que passou a guiar este trabalho: como construir um canal de conteúdo informativo progressista no Youtube que possua valor e significado dentro do ambiente sociodigital contemporâneo e cuja produção seja compartilhada e vista por um público diverso?

Na formulação do problema de pesquisa, foram definidos três aspectos centrais ao trabalho. O primeiro diz respeito a elaboração de conteúdo para o Youtube de forma geral, o que exigiu uma maior compreensão da plataforma, suas especificidades, seu funcionamento,



potencialidades e recursos. O segundo é quanto a natureza específica do conteúdo proposto, o que nos demandou explorar sobre como esses temas políticos e informativos poderiam ser enquadrados de forma que ainda fossem interessantes, atrativos e não afastassem os indivíduos por ser apenas uma elucubração racional acerca de problemas sociais. O terceiro aspecto é acerca do grande desafio que é quebrar a lógica e funcionamento dos algoritmos nos ambientes sociodigitais que fazem com que conteúdos sejam consumidos e disseminados apenas entre pessoas que já concordam com o assunto ou possuem alguma predisposição a ouvir o que está sendo dito, criando uma bolha virtual que gera comunicação entre pares, o que não é essencialmente um problema, mas não é o objetivo do produto. Para refletir acerca desse aspecto, foram empreendidas pesquisas sobre como e porque as pessoas compartilham conteúdo *online* para suas redes de contato.

## **1.2 JUSTIFICATIVA**

As inquietações expostas surgem a partir de um contexto político e social brasileiro em que o debate público sobre temas de importância nacional é, cada vez mais, permeado por desinformação e carece de informação exposta de forma adequada e responsável. Esse quadro afeta a capacidade dos cidadãos de tomar decisões e formar opiniões de forma livre e autônoma, que os permitam desenvolver um pensamento crítico próprio (BAPTISTA e AGUIAR, 2020, p. 3). Dado o vasto acesso à internet no país, conteúdos que possam contribuir para a resolução dessa questão utilizando o audiovisual nos ambientes sociodigitais fazem falta. Este trabalho busca contribuir nesse sentido.

A decisão por definir que a abordagem dos temas será sob uma ótica progressista e política se deu a partir da percepção de que grupos políticos conservadores de direita têm, de forma coordenada, elaborado campanhas comunicacionais que buscam guiar a opinião pública a apoiar decisões que não seriam, de outra forma, de seu interesse, como a Reforma Trabalhista ou da Previdência. Dessa forma, optar por discutir os temas sempre a partir de noções políticas e localizando a discussão em propostas de esquerda é uma forma de contra-atacar esse discurso conservador e oferecer soluções para problemas sociais que prezem pela igualdade, justiça e bem-estar social.

Discussões sobre política, políticas públicas, economia e mídia tendem a ser mais vastamente exploradas em textos escritos, palestras ou entrevistas. Há uma carência por

abordagens dessa natureza no audiovisual em formatos menos jornalísticos que se utilizem de todos os recursos que a linguagem audiovisual oferece para tornar esses assuntos mais assimiláveis e atrativos. A capacidade do audiovisual de ser didático mais facilmente ao utilizar múltiplas mídias (fotografias, vídeos, animações, voz, música) e a possibilidade de ser rapidamente consumido em comparação com um texto que busque argumentar sobre o mesmo assunto foram as razões que levaram este trabalho a usar o audiovisual como meio para se comunicar.

Optou-se pelo Youtube como plataforma através do qual esse produto se efetivará por ser o meio de armazenamento e distribuição de vídeos mais interessante à proposta. Outros ambientes sociodigitais também oferecem hospedagem de vídeos, mas suas estruturas não são desenvolvidas unicamente ao audiovisual e não oferecem os mesmos recursos da plataforma escolhida. Além disso, o Youtube está presente no cotidiano de quase metade da sociedade brasileira<sup>2</sup> e é uma plataforma que permite algum tipo de retorno financeiro que pode contribuir para um futuro desenvolvimento do canal.

### **1.3 OBJETIVOS**

Em linhas gerais, este trabalho tem como objetivo o planejamento de um canal no Youtube, definindo suas características e especificando seu funcionamento, além de elaborar o roteiro de um vídeo-piloto que exemplifique a natureza do tipo de conteúdo que pode ser produzido a partir dos princípios, parâmetros e ideias que foram abordadas no trabalho. É um canal informativo, mas que busca fazer isso não seguindo os padrões informacionais jornalísticos e tendo intenções políticas e localizadas no espectro progressista bem claras, engajando os indivíduos e tornando-os parte das discussões, dos problemas e das soluções.

#### **1.3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Compreender como desenvolver conteúdo político audiovisual atrativo para ambientes sociodigitais;

---

<sup>2</sup> Dados da pesquisa Youtube Insights (COMSCORE MULTI-PLATAFORM, 2017), disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/video/introducao/>> Acesso em: 01 dez. 2020.

- Planejar um canal no Youtube, definir suas características e especificar sua dinâmica de funcionamento;
- Roteirizar um vídeo-piloto para o canal;

#### **1.4. O MEMORIAL**

Optou-se por organizar o presente memorial em três partes. A primeira parte contextualiza e introduz o trabalho, abordando o problema de pesquisa, objetivos e justificativa. A segunda parte conta com os eixos de articulação teórica e é dividida em três capítulos. O primeiro versa acerca dos ambientes midiáticos sociodigitais, do Youtube, suas especificidades e potencialidades; o segundo apresenta as reflexões de Duncombe (2007) sobre a política na era da fantasia e o terceiro se aprofunda no conceito de espetáculo ético e construção de narrativas. A terceira parte do trabalho traz reflexões sobre o percurso metodológico, descrevendo o processo para desenvolvimento do produto proposto e foi configurada em quatro capítulos, explorando a concepção inicial, o processo de pesquisa, o canal no Youtube e o desenvolvimento do roteiro. Por último, trazemos as considerações finais acerca do processo de pesquisa e produção do produto.

## PARTE II - EIXOS DE ARTICULAÇÃO TEÓRICA

### 2. COMPREENSÃO DOS AMBIENTES MIDIÁTICOS SOCIODIGITAIS

Os ambientes midiáticos sociodigitais (PINHEIRO, 2019) podem ser pesquisados sob diversos aspectos. Neste trabalho, cuja abordagem central indaga sobre como as pessoas se relacionam com os ambientes sociodigitais, daremos prevalência aos estudos no âmbito da comunicação social.

Primeiramente, é importante explicar o que compreendemos enquanto ambiente sociodigital e porque foi decidido seguir com essa definição, em vez de utilizar sites de redes sociais, como são comumente chamados plataformas como o Youtube, Facebook e Twitter, tanto popularmente quanto nos estudos mais clássicos da área.

Sbardelotto (2016, p. 104) vai propor o termo plataformas sociodigitais multimodais em rede como forma de complexificar o que já entendíamos como redes sociais. A ideia é que houve um aumento qualitativo na integração e na interconexão entre as pessoas através da internet, devido a uma série de softwares, aplicativos e sites que permitem que o acesso a esses ambientes seja feito através de diferentes artefatos tecnológicos. Essas plataformas

[...] apresentam padrões comunicacionais online caracterizados por interfaces e protocolos específicos, voltados à interação interpessoal, à construção simbólica e à circulação de conteúdos por parte de seus usuários, que se interrelacionam com as demais plataformas e podem ser acionados mediante os mais diversos **aparatos** digitais (computador, celular, tablete), a eles se ajustando de modo independente [...]. (2016 p. 104)

O termo, para Sbardelotto, surge ao constatar que interpretações mais clássicas, como a de Recuero (2009 apud SBARDELOTTO, 2016, p. 107) sobre o conceito de redes sociais na internet não são suficientes para compreender as plataformas sociodigitais multimodais em rede. Recuero é uma das principais autoras sobre o assunto, tendo escrito o livro *Redes Sociais na Internet* (2009), em que compreende sites como Facebook, Twitter e Youtube como constituídos por representações de atores sociais e as conexões que eles estabelecem entre si mediados por computadores. É importante, como ela aponta, notar que redes sociais não são as plataformas. Os sites de redes sociais compreendem várias redes que são estabelecidas entre e dentro de grupos. Portanto, podemos ver as redes sociais como conexões que se formam dentro dos ambientes sociodigitais, ou, como a autora chama, dos sites de redes sociais. Ela vai apontar a capacidade dessas redes serem muito mais extensas do que as

tradicionais, porque, além dos laços construídos através do contato direto entre atores sociais, as digitais também levam em conta redes de afiliação, ou seja, aquelas criadas pela conexão entre indivíduos, mas sem haver interação direta, permitindo que ocorra um potencial de alcance maior de informações e de conteúdos.

Sbardelotto (2016, p. 107-108) afirma que os estudos de Recuero concentram-se em compreender o surgimento das estruturas sociais e como elas são compostas em um ambiente mediado por computadores, mas, na sua opinião, no âmbito de estudos comunicacionais, o importante é "primar por uma perspectiva própria, pela observação do especificamente comunicacional dos fenômenos em rede" (ibid, p. 106), por isso não iremos focar em site ou processos informáticos, conceitos centrais na obra de Recuero. O que nos interessa são as "matrizes de comunicabilidade" (ibid, p. 106), ou seja, queremos compreender e estudar os processos comunicacionais, olhando para as formas como os diversos agentes interagem e se conectam dentro dessas plataformas, estabelecendo vínculos em rede. Dessa forma, o autor considera que é mais relevante trabalharmos com conceitos como "redes comunicacionais online" (ibid, p. 107), ultrapassando um entendimento centrado no técnico, no computador, na internet.

Segundo Sbardelotto, "em geral, as plataformas digitais ampliam e estendem o escopo das ações de construção de sentido social de indivíduos e coletivos já socialmente conectados e participativos, dando-lhes mais autonomia pública e social" (ibid, p. 99). As formas como a comunicação é estabelecida possibilitam a intensificação de processos de cidadania e permitem que a comunicação se dê sob configurações mais participativas e democráticas (PINHEIRO, 2019). Outra autora que aborda o tema e contribui para essa construção é Danah Boyd, em seu artigo *Social Network Sites: Public, Private, or What?* (2007). Ela compreende esses ambientes (definidos por ela como sites de redes sociais) como *espaços públicos mediados*, ou seja, ambientes através do qual, mediados pela tecnologia, as pessoas podem se reunir publicamente, uma compreensão que vai ser valiosa no desenvolvimento deste trabalho.

Pinheiro (2019), por sua vez, a partir das discussões empreendidas por Sbardelotto, propõe a noção de ambientes midiáticos sociodigitais, que são compreendidos como "espaços *online* destinados a comunicação realizada no contexto de qualquer segmento (público, privado, estatal)" (2019, p. 18). A noção privilegia as relações entre os sujeitos, os conteúdos produzidos e a forma como acontece a circulação comunicacional, deixando mais claro que o

objetivo da pesquisa não são as plataformas propriamente ditas, mas o uso que as pessoas fazem delas (ibid, p. 207-212).

## 2.1 YOUTUBE: HISTÓRIA E RECURSOS

Compreendo o Youtube como um exemplo de ambiente midiático sociodigital que proporciona, talvez mais do que o Facebook, o Twitter e o Instagram, possibilidades muito interessantes de democratização da comunicação (mesmo que apenas audiovisual). A plataforma permite, por exemplo, dinâmicas de monetização de conteúdos que viabilizam que a produção comunicacional feita por qualquer pessoa possa, potencialmente, se tornar sustentável financeiramente e ter o mesmo espaço e destaque do que grandes conglomerados comunicacionais.

O Youtube surgiu em 2005 e já em 2006 foi comprado pela Google. Trata-se de uma plataforma na qual usuários podem publicar vídeos, que serão armazenados e estarão disponíveis para qualquer pessoa com acesso à *internet* assistir. A missão da empresa, segundo o site da plataforma, é “[...] dar a todos uma voz e revelar o mundo.” Além disso, os valores que os guiam são os de “liberdade de expressão”, “direito à informação”, “direito à oportunidade” e “liberdade para pertencer”, acreditando que “[...] todos devam ter acesso livre e fácil às informações e que o vídeo tem grande influência na educação, na construção do entendimento e na transmissão de informações sobre acontecimentos no mundo [...]”<sup>3</sup>. É preciso, entretanto, relativizar algumas das vantagens alegadas, tais os guias e políticas da plataforma e dinâmicas geradas pela possibilidade de monetização. Essa discussão será formulada na seção 2.3.

O funcionamento da plataforma é bem simples: para ter um espaço seu, o usuário precisa criar um canal através do qual irá publicar vídeos e interagir com outros usuários. Os conteúdos são diversos e, desde que não quebrem nenhum guia da empresa, podem ser postados e assistidos por qualquer um. Uma ferramenta central na plataforma é a *inscrição*. Usuários cadastrados podem se inscrever no canal de outros usuários, isso permite um acompanhamento de todo conteúdo postado por produtores que você tenha interesse. Além disso, é possível gostar ou desgostar de conteúdos por meio de botões abaixo dos vídeos, o

---

<sup>3</sup> Citações retiradas da seção “Sobre” do site Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/about/>> Acesso em: 01 dez 2020.

que ajuda os algoritmos da plataforma a definirem que tipo de conteúdo será sugerido e estabelece quais vídeos ficam em destaque. Somado a isso, existe um espaço destinado a comentários da comunidade. A plataforma conta com compressores de vídeo que permitem que conteúdos sejam assistidos em diversas qualidades e consumindo a menor quantidade de dados possível, de forma que baixa velocidade de internet não necessariamente se torna um impedimento para o consumo desses conteúdos.

Em questão de usuários, em 2017 o site contava com cerca de 1,5 bilhão de visitantes individuais por mês, 98 milhões deles brasileiros, segundo dados da pesquisa Youtube Insights (COMSCORE MULTI-PLATAFORM, 2017)<sup>4</sup>. Importante destacar também que o Youtube é mais assistido do que a TV a cabo. Segundo dados da PNAD Contínua (IBGE, 2017), 74,9% da população brasileira tinha acesso à internet em casa e 69% acessava a internet cotidianamente através do celular<sup>5</sup>. São porcentagens ainda longe do ideal, mas indicam uma elevada presença da população brasileira na internet, sendo que, segundo esses dados da pesquisa do Youtube de 2017, quase metade de nossa população entra mensalmente no Youtube.

Ao analisar a plataforma e suas potencialidades, se torna claro que ela é uma forma de comunicação com um público vasto, diverso e global e, apesar de qualquer porém quanto aos seus objetivos e funcionamentos guiados pelo lucro, podemos encará-la como uma ferramenta que possibilita a democratização da comunicação em um aspecto que é muito potente na internet, que é o da produção comunicacional por qualquer pessoa, dando um agenciamento que outros meios de comunicação, como a TV, têm mais dificuldade em desenvolver.

Já afirmou Enzensberger que meios ditos de 'comunicação' como o rádio e a tevê, em seu aspecto atual, não estão a serviço da comunicação, pois não admitem nenhuma influência recíproca entre o emissor e o receptor, reduzindo qualquer possibilidade de feedback ao nível mínimo que permite o sistema (MACHADO, 1997, n.p. apud SERRANO, 2009, p. 7.)

Por isso, esse foi o meio com o qual decidimos trabalhar, por disponibilizar a hospedagem desse conteúdo gratuitamente, ajudar na sua divulgação por meio dos algoritmos, possibilitar a interação com o público que assiste e já ser uma plataforma que faz parte do cotidiano de diversas pessoas. O objetivo, entretanto, é que o produto possa sair do Youtube e

---

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/video/introducao/>> Acesso em: 01 dez. 2020.

<sup>5</sup> IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) 2017. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101631>>. Acesso em: 31 jun. 2019.

ser compartilhado em outros ambientes sociodigitais e aplicativos de mensagem pelo público que o assiste.

Quanto ao tipo de conteúdo que é disponibilizado na plataforma, podemos diferenciar, primeiramente, entre aqueles que são produzidos para outros meios e apenas repostados no Youtube, e aqueles que são produzidos especificamente para o site ou para ambientes sociodigitais no geral. Nessa última categorização, Serrano (2009, p. 6) sugere três grandes grupos: vídeos pessoais, independentes e publicitários. Os vídeos pessoais são aqueles mais relacionados a experiências e momentos vividos pelos usuários, que decidem compartilhar o que viram ou vivenciaram com a comunidade da plataforma; os vídeos independentes são diversos, são conteúdos intencionalmente produzidos e veiculados por produtores que decidem falar sobre algo, podendo ter caráter educativo, noticioso, informativo, de entretenimento, instrumental, enfim, uma infinidade de temas que podem surgir da criatividade dos usuários. Por último, temos os vídeos publicitários que se caracterizam por seguir uma linha de anúncio comercial bem característica.

Em relação a sua relevância sócio-cultural, o Youtube pode ser compreendido como uma espécie de intermediário cultural que contribui para a construção do discurso público ao possibilitar a agregação de valor social ao conteúdo publicado, criando dinâmicas de construção comunitária de discursos e valores que, de certa forma, têm influência no que está sendo discutido pela sociedade em um aspecto mais amplo (SNICKARS e VONDERAU, 2009, p. 11 apud MEILI, 2011, p. 54).

Ao analisar o conteúdo, como os usuários interagem com ele, quantas pessoas estão assistindo, número de *likes* e *dislikes* e mais uma série de parâmetros, a plataforma pode prever como esse conteúdo seria recebido por um público maior e, dessa forma, passa a sugeri-lo para novos usuários. Essas recomendações são feitas a partir de uma análise do histórico de conteúdos previamente assistidos pelo espectador. Nessa dinâmica, a plataforma sugere a determinadas pessoas conteúdos que elas previamente demonstraram interesse e possam fazer com que elas gastem mais tempo consumindo vídeos e, conseqüentemente, assistam mais propagandas e gerem mais lucros à plataforma e, eventualmente, ao produtor daquele conteúdo (MEILI, 2011, p. 54). Tudo isso possibilita "um equilíbrio entre a mídia direcionada (heterogeneidade) e a mídia de massa (normalização), permitindo que determinados *clips* ganhem maior visibilidade e rendam mais anúncios e investimentos no *site*." (ibid, p. 54). Abordar esse funcionamento nos permite compreender dentro de que tipo



de dinâmica estamos produzindo e refletir acerca de como se aproveitar do contexto e potencialidades já estabelecidas no site.

A plataforma, segundo Serrano (2009), assim como outros ambientes sociodigitais e arquivos virtuais que a *internet* e a informática possibilitaram, contribuem para criação de uma inteligência coletiva (LEVY, 1999, n.p. apud SERRANO, 2009, p. 14) e indexada que gera diversas possibilidades para construção de conhecimento coletivo de forma compartilhada e mais horizontal, entre pares. O processo de informar e interpretar a realidade, por exemplo, não é mais monopólio de jornais e conglomerados midiáticos. Grande parte das pessoas está equipada com uma câmera, uma filmadora e um gravador de voz no bolso e pode utilizá-los para registrar algo e divulgar juntamente com suas interpretações do fato. Essa contribuição individual e pessoal pode, nos ambientes sociodigitais, competir de igual para igual com discursos midiáticos desenvolvidos por empresas estabelecidas, conhecidas e de credibilidade indiscutível entre a população. Dessa forma, o impacto cultural do Youtube também diz respeito ao poder que ele dá às pessoas de terem voz, de participarem e serem consideradas como contribuintes em discussões públicas e, mesmo que isso não se realize de fato para todos, afinal publicar um vídeo na plataforma não quer dizer que ele necessariamente será assistido, a plataforma oferece o espaço e os meios.

Os resultados desse universo são diversos: problemas que não tinham espaço em outras mídias são expostos de forma pública, possibilitando uma maior diversificação das informações. Por outro lado, temos também uma maior divulgação de teorias conspiratórias, desinformação, discursos de ódio, difamações, enfim, o Youtube oferece o espaço e a utilização é definida pelos usuários, que conseguem burlar ou se adequar aos guias da comunidade. Nos últimos anos, uma percepção pessoal é que conteúdos problemáticos, frequentemente de cunho conservador e que mobilizam as pessoas por discursos de ódio, têm estabelecido um espaço na plataforma muito consistente, o que não é um movimento que parece ter sido acompanhado por conteúdos de cunho humanista. Esse ponto será abordado mais extensivamente no próximo capítulo.

Acerca da qualidade do que é publicado na plataforma, é importante notar que, apesar do Youtube oferecer um vasto espaço para produções amadoras, as que apresentam maior profissionalismo tendem a ganhar mais visibilidade. Os conteúdos mais acessados da plataforma são aqueles produzidos profissionalmente por empresas do ramo de produção audiovisual. Contudo, produtores independentes que alcançam algum grau de

profissionalismo conseguem se estabelecer em níveis de visualização e interação de maneira eficaz. Atualmente, o canal com maior número de inscritos é o T-Series, um canal de uma grande empresa de produção audiovisual indiana com 150 milhões de inscritos. Em seguida, está o canal *PewDiePie*, criado por um sueco que grava *gameplays*, ou seja, filma suas reações jogando vídeo-game e posta na plataforma. Ele produz conteúdo majoritariamente sozinho, em um quarto e com apenas uma câmera. Ainda assim, conseguiu ser o canal de maior sucesso na plataforma por vários anos seguidos. Existe certa exigência de profissionalismo, mas ela não é um elemento impeditivo como na TV. A nomenclatura para esse tipo de produtor de conteúdo é *Pro-Am* (LEADBETER, 2004, apud MEILI, 2011, p. 56), produtores de conteúdo online que são profissionais amadores, ou seja, criam seguindo certos padrões e critérios de qualidade que, potencialmente, imprimem credibilidade ao que está sendo dito:

Trata-se do principal agente da cultura participativa e da emergência de uma comunidade que produz valor, mas não se enquadra dentro de um esquema tradicional de trabalho. [...] amadores que trabalham sob padrões profissionais, pessoas educadas, com conhecimentos especializados, que se organizam de forma distribucional, segundo modelos inovadores, adaptativos e de baixo custo. (MEILI, 2011, p. 56).

Essa definição dos *Pro-Am* é de grande importância para este trabalho, uma vez que é importante ter a consciência que o produto desenvolvido ainda se enquadra dentro de uma produção amadora, mas que ela precisa ter algum nível de profissionalismo para ser atraente aos usuários, algo que pode ser alcançado de diversas formas. Durante este trabalho, iremos desenvolver mais profundamente que tipo de critérios estabeleci para dar profissionalismo ao conteúdo produzido.

## **2.2 YOUTUBE E COMUNICAÇÃO PÚBLICA**

Ao estabelecer a produção do produto para uma plataforma online específica com funcionamentos e motivações guiados pelo lucro, uma preocupação que surge é o tratamento do indivíduo como consumidor e não como cidadão. Esse é um ponto de reflexão que julgamos essencial ao trabalho, tendo em consideração que os objetivos caminham em direção a tratar o espectador dos vídeos como agente político e social, contribuir para seu pensamento crítico e desconstrução do senso comum compartilhado. Dessa forma, os princípios da comunicação pública contribuem para colocar sempre em primeiro plano o indivíduo e buscar

burlar, dentro do possível, o tratamento que a plataforma os dá como consumidores. Otondo (2012) traz como o primeiro princípio da comunicação pública: "Tratar os telespectadores como cidadãos e não consumidores" (p. 97), assim, creio que o conceito de comunicação pública pode contribuir para construção desse objetivo exposto.

A UNESCO aborda o conceito de comunicação pública em diversos textos, como no *Public Broadcasting. Why? How?* (2001) em que se afirma noções sobre universalidade, ou seja, essa comunicação deve ser acessível e voltada para todos; diversidade, que diz respeito a diferentes tipos de abordagens, temas, gêneros, além de tomar a diversidade como prática na elaboração dos programas, desde a equipe, até os entrevistados e as opiniões expostas; independência, ou seja, que as ideias possam ser debatidas sem haver pressões comerciais, influências políticas ou interesses particulares e, por último, diferenciação, que diz respeito à necessidade de se criar conteúdos plurais, de diferentes gêneros e que sejam distintos do que é majoritariamente produzido pela mídia comercial.

Há diversas formas de se classificar o que é uma comunicação pública: formas de propriedade, financiamento, estrutura, por oposição ao estatal e ao privado, mas o que buscamos é pensar como os princípios da comunicação pública se relacionam com a programação, desde a criação até a forma de exibição e relacionamento com os espectadores. Dessa forma, a seguinte definição que Otondo (2012) coloca sobre a TV Pública vai ao encontro do que pretendo seguir: "Uma televisão que pense o coletivo e o bem comum, oferecendo elementos para que o indivíduo possa se informar (e não ser informado somente) e conhecer, para tomar suas decisões como cidadão ativo e agir na sua vida cotidiana com independência." (p. 95-96) Pretendemos, dessa forma, construir o conteúdo de forma a abarcar princípios de uma comunicação democrática, voltada para o coletivo; uma comunicação crítica e que incentive processos de participação dos indivíduos, desde a definição do tema para a criação do conteúdo até a reflexão/discussão sobre o que foi produzido após a disponibilização para todos assistirem.

Levando esses pontos em consideração, cremos que os ambientes sociodigitais são facilitadores de dinâmicas que a comunicação pública busca desenvolver, principalmente quanto a participação do público. Utilizar o Youtube é uma forma de prezar por uma comunicação mais horizontal, mais participativa e colaborativa. Trazemos a ideia de comunicação pública não por estar atrelado a emissoras públicas e suas diretrizes, mas porque

as plataformas sociodigitais oferecem essas possibilidades de participação, algo que a TV e o rádio têm dificuldades técnicas em desenvolver de forma mais ampla.

### 2.3 CRÍTICAS AO YOUTUBE

Meili (2011, p. 54) aponta como, apesar de factualmente disponibilizar espaço para propagação de conteúdo audiovisual, o Youtube o faz apenas porque conseguiu desenvolver uma dinâmica em que todo conteúdo pode ser transformado em produto. Dessa forma, a maioria dos vídeos, a não ser que sejam desmonetizados por motivos expressos nos guias da comunidade, são acompanhados de propagandas no começo, durante e no final, algumas que podem ser interrompidas após cinco segundos, outras que não oferecem essa opção. Dessa forma, os usuários são responsáveis por criar os conteúdos aos quais a plataforma irá acoplar propagandas e gerar receita.

Parte dessa receita é devolvida ao produtor de conteúdo, o que é interessante ao permitir que você seja remunerado por aquilo que gratuitamente produz e gera lucros para o Youtube. Contudo, existem diversos mecanismos de monitoramento de direitos autorais que buscam desmonetizar ou redirecionar os lucros de conteúdos que sejam reconhecidos como sendo propriedade de outra pessoa ou empresa (JENKINS, 2009, n.p.). Mas há problemas nesse método. Ele é justo, por exemplo, quando falamos de vídeo-clipes repostados por outros usuários na plataforma. Quando isso ocorre, eles não recebem lucros por algo que não detêm os direitos autorais e estes são direcionados aos produtores originais. Por outro lado, temos conteúdos que, dentro de uma lógica digital muito desenvolvida e estabelecida, remixam, reutilizam e ressignificam conteúdos já existentes e produzem algo novo (ibid). Essas produções são igualmente desmonetizadas ou têm seus lucros totalmente revertidos aos detentores dos direitos autorais, mesmo que, dentro de um vídeo de quinze minutos, tenha sido reproduzida uma música com direitos autorais por quinze segundos.

O problema não está apenas na desmonetização ou redirecionamento de lucros, mas na retirada dos vídeos do ar. Por exemplo, no primeiro semestre de universidade produzi em grupo um trabalho intitulado *O Homem Duplicado: Uma Análise Fílmica* (BARROS et. al., 2017) que consistia em um vídeo-ensaio de análise do filme *O Homem Duplicado* sob uma perspectiva semiótica, buscando aliar um conhecimento que estudamos na disciplina de Introdução à Comunicação aos filmes que gostávamos de assistir. Esse vídeo foi selecionado

para participar do Expocom e, para tal, foi disponibilizado na plataforma Youtube e ficou *online* por alguns anos (ele foi desmonetizado assim que foi para a plataforma) até que, neste ano, em 2020, o vídeo foi retirado do ar por quebrar os direitos autorais da produtora Pathé. A plataforma não deu qualquer tipo de aviso quanto à retirada do vídeo do ar, o que só foi notado quando uma professora entrou em contato sobre não conseguir mais utilizar o vídeo para as aulas de seus alunos.

Isto posto, podemos compreender que "a plataforma configurou-se, ao longo do tempo, na tentativa de encontrar um modelo de negócio eficiente, ao mesmo tempo em que mobilizou um discurso de valorização do usuário produtor de conteúdo" (MEILI, 2011, p. 54)

Fica claro que o produtor amador, ao se utilizar de uma lógica de remixagem que foi potencializada pela informática e pela internet, acaba perdendo seu espaço de exibição em detrimento das grandes produtoras de conteúdo, além de perder qualquer chance de ser remunerado ao menos parcialmente por seu trabalho. Jenkins (2009, n.p., cap. 1) afirma que esse quadro gera uma exploração do produtor de conteúdo dentro de uma economia digital, uma vez que, apesar de utilizar essas produções já existentes e com direitos autorais, como por exemplo músicas durante um vídeo, o produtor está criando algo novo.

Contudo, é importante notar que essa dinâmica de desmonetização não é decisão exclusiva do Youtube, mas está resguardada sob diversas leis de proteção aos direitos autorais. É importante, entretanto, refletir como essas leis se manifestam dentro dessa plataforma e interpretar o que significam para a comunidade *online*.

Teremos em mente todas essas questões para a concepção do produto pois o objetivo é fazer parte do que Jenkins (*ibid*, cap. 1) traz como economia do dom, um tipo de produção de conteúdo *online* que dá mais ênfase aos motivos sociais ao redor da produção e circulação do conteúdo, em contraposição a uma cultura de *commodity*, que dá mais ênfase aos motivos econômicos. Um ponto que difere os dois conceitos diz respeito ao compartilhamento. Por um lado, na cultura de *commodity*, compartilhar algo, ainda mais gratuitamente como no Youtube, pode ser prejudicial aos lucros, enquanto na economia do dom, não compartilhar algo é o prejudicial, uma vez que o valor está alocado exatamente no compartilhamento. O que o Youtube faz é transformar toda produção da economia do dom em um produto da cultura de *commodity*, mas o que não faz essas produções perderem seu potencial social e ainda continuarem sendo produzidas para compartilhar, afinal, a dinâmica criada pelo site foi

que tudo assistido gera lucro ao estar sempre acompanhado de propagandas, e, nessa lógica, quanto mais pessoas assistirem, maior o lucro para a plataforma.

Uma preocupação que surgiu ao compreender melhor o funcionamento do Youtube foi sobre a possibilidade e a real efetividade de se desenvolver discussões de interesse público a partir de uma plataforma com interesses que muitas vezes se contrapõem ao que seria melhor para a sociedade, isso porque ela serve, enquanto empresa, aos interesses do Capital e não da população. Contudo, a utilização de espaços com fins comerciais para discussões políticas e de interesse público não é algo novo. Jenkins (ibid, cap. 4) traz o exemplo de Habermas e do conceito de esfera pública desenvolvido por ele, que deveria ser sempre independente em relação a motivações comerciais ou governamentais. Entretanto, o sociólogo alemão utilizava cafés como exemplos de sua concepção do que era a esfera pública, ambientes com fins comerciais, mas que ofereciam possibilidade para reuniões e discussões. Algo similar ocorre com o Youtube.

#### **2.4 COGNIÇÃO E INTERACIONALIDADE: O YOUTUBE COMO ESPAÇO DE APRENDIZAGEM**

Partindo do interesse por produzir conteúdos informacionais com potencial educacional, foi necessário buscar compreender como o Youtube se relaciona com dinâmicas de aprendizagem. Os conceitos de cognição e interacionalidade abordados por Paulo Serrano em seu artigo *Cognição e interacionalidade através do Youtube* (2009) serão essenciais para o trabalho ao aliar processos de autoaprendizagem com a interacionalidade, características que os ambientes sociodigitais possuem e que permitem troca de informações entre indivíduos, usuários, produtores e espectadores.

Esses conceitos são importantes para a elaboração do produto porque constituem parte dos objetivos do projeto. Com os conteúdos informacionais a serem produzidos, o que se busca é que processos cognitivos críticos entrem em ação, permitindo que os indivíduos, munidos de informações dadas de forma responsável e planejadas para serem apresentadas da melhor forma possível, possam pensar de forma crítica e autônoma. Segundo Serrano (2009, p. 14), o Youtube tem grande potencial como ferramenta de aprendizagem ao contribuir para a já abordada inteligência coletiva, oferecendo uma vasta quantidade de conteúdo para estudo, aprendizagem e análise.

Somado a isso, a interacionalidade que Serrano aborda diz respeito a capacidade de interação entre usuários desse ambiente, que permite que debates sejam realizados por meio da exposição de opiniões e réplicas a outros usuários (2009, p. 12-13). O processo de aprendizagem e de pensamento crítico está diretamente relacionado com o de expressão de opiniões e de dúvidas, algo que todos os ambientes sociodigitais possuem de alguma forma. No Youtube, qualquer pessoa pode publicar um comentário sob qualquer vídeo, interagir com o produtor do conteúdo ou debater com outros espectadores. Nessa dinâmica, temos um posicionamento do espectador mais ativo do que o da TV.

O problema da interacionalidade do Youtube é o fato dela existir de forma potencial, mas ser pouco explorada. Comentários em vídeos tendem a ser apenas isso: comentários. Suscitando pouco debate ou troca de ideias, eles acabam sendo declarações isoladas. Um desafio para produção é, também, pensar em como desenvolver o conteúdo de forma a incentivar o debate e a participação de forma mais efetiva.

## **2.5 ANIMAVERBIVOCOVISUALIDADE (AV3)**

O interesse pelo conceito da animaverbivocovisualidade, ou AV3, deriva de uma busca por compreender melhor que tipo de linguagem os ambientes sociodigitais possibilitam e como explorá-las da melhor forma possível. Miranda e Simeão (2014, p. 50) a definem como um tipo de linguagem resultante da convergência tecnológica, criando um hibridismo de formato que possibilita formas de comunicação mais complexas; é uma linguagem combinatória que une texto, imagem e som e busca potencializar as possibilidades de cada uma dessas linguagens mais tradicionais para criar sínteses poderosas e novos sentidos, possibilitando uma complexificação em termos de abordagem de conteúdo.

A informática e a internet facilitaram processos de amalgamação de linguagens, ou seja, de mistura e de combinação. Miranda e Simeão (ibid, p. 50) apontam como elas possibilitam que sejam compostas combinações de elementos animaverbivocovisuais e seja estruturada uma arquitetura, que seria uma combinação estética de diversos elementos criativos, mas que constroem uma única mensagem. Essa mensagem teria o potencial de ser muito mais interessante aos indivíduos, na medida que estimula nossos sentidos de forma mais integral. Os ambientes digitais, portanto, possibilitam alternativas comunicacionais que podem ser

muito ricas e, se bem exploradas, podem ter mais potencial de mobilização, engajamento e aprendizado do que formas mais tradicionais de comunicação.

Assim como toda linguagem, existem as formas de comunicação mais eficazes e menos eficazes, as mais belas e rítmicas e as mais vulgares e cotidianas, tudo isso vai depender, segundo os autores (ibid, p. 51) de uma relação entre a alma (alma) do produtor de conteúdo com a poiesis, ou seja, os recursos que ele possui para explorar em seu processo criativo. Esse ponto é importante pois dá relevo ao aspecto criativo. Existe uma infinidade de material disponível, desde referências, recursos textuais, em áudio, em vídeo, material para ser reutilizado, remixado e muito espaço para aprendizagem de como fazer diversas coisas.

Para o desenvolvimento do produto aqui proposto, a compreensão do AV3 como uma linguagem singular está diretamente relacionado com conceitos de inter, multi e transdisciplinaridade. Podemos utilizar qualquer formato e meio para falar sobre qualquer coisa. As características que a constituem estão relacionadas tanto ao tecnológico e suas possibilidades quanto a característica do conteúdo propriamente dito. De acordo com Miranda e Simeão (2014, p. 53-59), podemos organizá-las da seguinte forma:

- **Hipertextualidade:** Trata da possibilidade de interconexão entre diversos conteúdos, um levando a outro. Podemos observar isso no Youtube quando pensamos na lógica de recomendação da plataforma, sempre recheada de hipertextos que levam a outros vídeos e vídeos com hipertextos que levam a outros conteúdos.
- **Hipermídiação:** Diz respeito à combinação de diferentes linguagens para construção de uma mensagem, como o texto, a imagem e o áudio.
- **Interatividade:** Possibilitada pelos ambientes sociodigitais no geral, a interatividade é a possibilidade de troca entre usuários;
- **Hiperatualização:** Diz respeito tanto a constante atualização das plataformas e dos ambientes sociodigitais, quanto a possibilidade de atualização de conteúdo por meio de reedições;
- **Mobilidade:** As plataformas e dinâmicas do meio digital permitem que sejam compartilhados e recebidos conteúdos, que são quase sempre móveis no ambiente *online*. Por exemplo, um vídeo publicado no Youtube é móvel na medida em que pode facilmente ter seu link copiado, enviado pelo Whatsapp e assistido diretamente pelo aplicativo de mensagens, sem necessidade de migrar para o Youtube.



- **Ubiquidade:** Na internet, o conteúdo é ubíquo e múltiplo, ou seja, ele não tem mais barreiras de acesso determinadas pelo local de armazenamento físico; o conteúdo *online*, de forma geral, pode ser acessado a partir de qualquer lugar;
- **Multivocalidade:** possibilita que o desenvolvimento de produções seja realizado a partir da contribuição de diversas pessoas; também diz respeito a ideia de que múltiplas vozes têm espaço e que no desenvolvimento de produções de qualquer tipo, se torna mais fácil (e até necessário, caso haja objetivos educacionais) reunir e explorar diversos pontos de vista, inclusive contraditórios, permitindo processos de construção de conhecimento de forma crítica, a partir de sínteses e conclusões próprias.

## 2.6 PRÁTICAS DE PROPAGAÇÃO

Dentro desse ambiente sociodigital, assim como diversos outros como o Facebook e o Twitter, o desafio é fazer com que seus conteúdos sejam acessados. Em meio a uma saturação de conteúdos - em 2017 o Youtube anunciou que a cada segundo são subidas uma hora de vídeo para o site, ou seja, em 10 minutos temos 600 horas de conteúdo, o que equivale a 25 dias de vídeos - é essencial elaborar estratégias e ações para propagação e circulação de conteúdos nesse meio. Por isso, é imprescindível pensar a linguagem audiovisual aplicada dentro dessa plataforma, além da construção narrativa e de abordagem que mais se adequa aos formatos de consumo dos usuários, mas ao mesmo tempo propondo algo inovador.

Uma dificuldade dentro desses ambiente sociodigitais é propagar o conteúdo para que ele entre em contato com o maior número possível de pessoas. No Youtube, a saturação já citada é um dos motivos. Henry Jenkins vai abordar essa questão em seu livro *Cultura da Conexão* (2009, n.p.), ao falar sobre práticas de propagação e “propagabilidade”, ou seja, as qualidades apresentadas por um conteúdo para que ele circule de forma mais eficaz, tendo em mente as estruturas econômicas que afetam positiva ou negativamente essa circulação.

O autor aborda como vivemos em uma cultura da conexão, na qual devemos pensar em termos de circulação de conteúdo, não em distribuição. O termo é importante porque pressupõe uma participação dos espectadores que não os limita a receptores de conteúdo, mas pessoas que estão participando na construção, no compartilhamento e reconfiguração dos conteúdos postados na *internet*.

Levando esses pontos em consideração, é interessante pensar sobre o motivo que leva as pessoas a compartilharem algo com seus amigos, conhecidos e familiares. Dentro dos ambientes sociodigitais, se trata basicamente de realizar interações sociais, é uma forma de pessoas estabelecerem conversas a partir de bens culturais ou informacionais (ibid, introdução). Nesses ambientes, as pessoas fazem parte de comunidades em que, de certa forma, o valor e mérito social delas é determinado pelas interações que elas estabelecem com a comunidade em que estão inseridas, assim, é essencial compartilhar, seja conteúdos produzidos por outros, seja conteúdos seus, mas sempre guiado por seus próprios interesses e avaliações pessoais. Dessa forma, um conteúdo pode se propagar mais quando ele tem o potencial de criar conversas e interações entre as pessoas (ibid). Esse é, em linhas gerais, o maior desafio: como criar um conteúdo que envolva as pessoas, as mobilize de alguma forma e gere alguma inquietação nelas que as faça compartilhar com outros indivíduos como forma de interação, propagando esse conteúdo?

Conteúdo é simplesmente um meio para interação entre as pessoas. As muitas formas de conteúdo, que reunimos e encontramos online, eu diria que são realmente apenas formas de munição, algo para ter quando estiver sem assunto para conversas no trabalho, no dia seguinte, uma desculpa para dar início a um diálogo com aquela pessoa atraente na baía ao lado. (RUSHKOFF, 2000, n.p. apud JENKINS, 2009, n.p., Cap. 5).

Um dos principais pontos é, portanto, a necessidade de se criar um produto que seja propagável e, nesse processo, é fundamental compreender que ele só o será se compreendermos que o público é participante ativo nesse processo, ele precisa se interessar pelo conteúdo e o julgar válido de ser compartilhado entre seus pares, seja por motivos culturais, pessoais, econômicos ou políticos. Conforme Jenkins (ibid, introdução) expõe, a ideia de propagabilidade ganha mais uma camada de profundidade ao compreendermos que o conteúdo propagável não é necessariamente aquele que vai alcançar máxima circulação online e ser conhecido por todos, mas aquele que será utilizado em conversas e gerar engajamento por diversas comunidades *online*, por isso é de vital importância ouvir o público e avaliar como ele está interagindo com o conteúdo.

Para o produto desenvolvido neste trabalho, não é interessante que as pessoas apenas assistam ao conteúdo mas não se engajem em discuti-lo e levá-lo a sua rede virtual. O objetivo é se afastar da lógica do Capitalismo Comunicativo (DEAN, 2005, p. 54-57), que fetichiza a capacidade de circulação de mensagens como um fim em si, tornando-nos excessivamente informados, excessivamente consumidores de conteúdos, excessivamente

debatedores, mas agentes falhos que acabam agindo pouco sobre o que essas mensagens nos trazem. É sempre importante lembrar que a comunicação, para o objetivo deste trabalho, não é o fim, mas o começo. A informação e consciência sobre algo só servem quando são transformadas em prática. Não cair nessa lógica e informar o espectador sobre essa dinâmica muito característica da internet são dois pontos essenciais. A informação é extremamente poderosa para transformar a sociedade, mas temos visto que isso não é suficiente, precisamos utilizar os modernos meios de comunicação de forma a incentivar a ação informada.

O que vai especificamente tornar um conteúdo propagável, segundo Jenkins (2009), é:

### **Aspectos técnicos**

- Disponível: o conteúdo deve estar disponível onde as pessoas o desejarem assistir, quando quiserem assistir;
- Portátil: o conteúdo não pode ficar limitado a apenas um lugar digital, deve ser citável e apropriável, deve ser fácil de ser levado de um lugar a outro;

### **Aspectos do conteúdo**

- Reutilizável: o conteúdo precisa ser aberto e passível de ser utilizado de diversas formas pelo público;
- Relevante para vários públicos: ele precisa ser atrativo para mais do que um público-alvo;
- Fluxo constante de material: é necessário um constante fluxo de conteúdo, visto que alguns podem funcionar melhor que outros com públicos diferentes, dessa forma há um alcance maior;
- Oferecer espaço para participação dos usuários, criando conteúdos abertos, que são interpretados e completados pelo público;
- Ser envolvente e considerado como interessante para ser compartilhado;

Conteúdos podem ser propagáveis ao serem controversos e suscitarem conflitos internos nos indivíduos, mas também podem ser propagáveis ao sintetizarem a opinião de uma comunidade sobre algo em determinado momento oportuno, o que é difícil, visto que momentos oportunos são efêmeros em um ambiente dinâmico como a internet.

Em um esforço de também sintetizar o conteúdo, Jenkins resume o que define um conteúdo que será propagado:

O material que se espalha é producente na medida em que deixa espaço aberto para a participação do público, fornece recursos para a expressão compartilhada e motiva intercâmbios através de conteúdo surpreendente ou intrigante. As pessoas querem compartilhar os textos de mídia que se tornam um recurso significativo em suas conversas contínuas ou que ofereçam a elas alguma nova fonte de prazer e interesse. Elas querem intercambiar conteúdo de mídia e discuti-lo quando o material contém ativadores culturais, quando oferece atividades das quais elas podem participar. (JENKINS, 2009, n.p., Cap. 5)

Entre alguns tipos de conteúdo que são propagados na internet, podemos falar sobre a mídia cívica, uma caracterização que pode funcionar para o meu produto. São conteúdos que tem como objetivo final disseminar uma mensagem, muito mais do que monetizar o conteúdo, conforme Jenkins (ibid) classifica. Partindo para o próximo capítulo do trabalho, iremos abordar principalmente as ideias de Stephen Duncombe para pensar em uma mídia cívica na internet.

### 3. POLÍTICA NA ERA DA FANTASIA

Neste capítulo iremos discorrer acerca de como o discurso político é apreendido e proferido na contemporaneidade. Guy Debord, teórico marxista francês, cunhou o termo sociedade do espetáculo para criticar as abordagens midiáticas acerca de temas relevantes, tais como a política. Segundo o autor: "À medida que a necessidade se encontra socialmente sonhada, o sonho torna-se necessário. O espetáculo é o mau sonho da sociedade moderna acorrentada, que ao cabo não exprime senão o seu desejo de dormir. O espetáculo é o guardião deste sono." (2003, p. 20).

O autor aponta o espetáculo como uma forma de engendrar desengajamento político, ao invés de incentivar a prática política, colaborando para um estado de sono da sociedade, que vive em sonhos e foi reduzida ao ter em detrimento do ser. Somado a isso, o autor compreende o espetáculo como o "contrário do diálogo" (ibid, p. 19), por conseguinte, o espetáculo deveria ser combatido na busca por uma sociedade mais democrática, mais igualitária e baseada no diálogo.

Stephen Duncombe, entretanto, em sua obra *Sonhos: Reimaginando a Política Progressista em uma Era da Fantasia*<sup>6</sup> (2007, tradução livre), desenvolve um argumento baseado na ideia de que não precisamos encarar o espetáculo dessa forma, podemos pensar em como subvertê-lo, idealizando uma nova configuração que se vale dos sonhos como motivação para engajamento e participação política. O raciocínio do autor parte da constatação de que conservadores e políticos de extrema direita têm utilizado princípios do espetáculo como forma de mobilização e engajamento e têm colhido frutos. O campo progressista, contudo, tem receios e ressalvas em utilizar táticas de comunicação que não sejam racionais, devido a valores provenientes do pensamento Iluminista.

A caracterização como progressista que pretendemos explorar neste trabalho exige uma definição mais detalhada. Duncombe (2007) atrela a ideia de progressismo aos princípios e objetivos do espectro político de esquerda, mas não estabelece uma definição consistente para o termo. Silva (2015, p. 6-8) classifica como um termo genérico, mas que pode ser compreendido como toda política direcionada para mudança e transformação, contrária à conservação do *status quo* já estabelecido. De acordo com o autor (ibid), o conceito, no

---

<sup>6</sup> Dream: Re-imagining Progressive Politics in an Age of Fantasy

contexto latino-americano, vem sendo utilizado para definir governos que compartilham características similares que os definiria como pertencentes ao espectro político de esquerda. Isto porque eles se opõem às políticas neoliberais colocadas em prática no continente na década de 90, objetivam romper com elas e prezam por políticas de desenvolvimento social. Contudo, o termo não se restringe à esquerda, e pode, de acordo com sua definição, comportar políticas de direita desde que estas objetivem a transformação em relação ao *status quo*. Por essa ambiguidade, o termo acaba se tornando genérico. Entretanto, a direita está muito mais atrelada ao conservadorismo, o extremo oposto do progressismo.

Para o desenvolvimentismo deste trabalho, optamos pela utilização do termo sempre atrelado aos princípios e objetivos da esquerda. Bobbio (1995, p. 110 apud SILVA, 2015, p. 1) argumenta que é possível caracterizar como esquerda as doutrinas, políticas e movimentos que prezam pelo igualitarismo e que objetivam tornar os seres humanos mais iguais social e economicamente, o que seria oposto às políticas produtoras de desigualdade que a direita comporta.

Em suma, a caracterização como progressista adotada neste trabalho é definida por duas noções: a busca pela transformação e o objetivo pela igualdade social.

Ao retornar às reflexões de Duncombe, noto que suas constatações se justapõem às minhas percepções enquanto consumidor diário de conteúdo político *online*. A defesa feita pelo autor (2007) é que a sociedade do espetáculo está posta, e que o espetáculo é uma das principais formas como entendemos e interpretamos o mundo. Interagimos, somos mobilizados e agimos por eles. Ter receio de se aproveitar de suas possibilidades apenas enfraquece o campo progressista no jogo político, uma vez que o espetáculo foi absorvido pela política e está em uso por setores que têm conseguido criar consentimento popular à decisões que não servem aos interesses da sociedade, mas sim de empresas e do próprio Estado.

Ao buscar definir o que seria um espetáculo, o autor oferece uma exposição que se contrapõe a Debord e que guia nossa perspectiva sobre o assunto:

"O espetáculo é [...] uma maneira de fazer um argumento. Não recorrendo à razão, racionalidade e a verdade auto-evidente, em vez disso, recorrendo à história e ao mito, medos e desejos, imaginação e fantasia. Concretiza o que a realidade não pode representar. É a animação de uma abstração, a transformação do ideal em expressão. O espetáculo é um sonho em exibição." (ibid, p. 30, tradução livre)<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> "Spectacle is [...] a way of making an argument. Not through appeals to reason, rationality, and self-evident truth, but instead through story and myth, fears and desires, imagination and fantasy. It realizes what reality

Duncombe dá relevo a importância do sonho na política para que possamos imaginar e construir realidades diferentes.

Durante sua obra (2007), o autor se refere a duas construções históricas para compreensão do receio em relação a utilização do espetáculo como recurso comunicacional. A primeira é quanto a quem utilizou esses recursos no decorrer da civilização: principalmente governos totalitários e fascistas buscando produzir consentimento e apoio popular e o capitalismo em sua concepção de entretenimento e na sua faceta mais espetacular, as propagandas. O segundo processo que formulou esse receio está relacionado às raízes do pensamento progressista no Iluminismo. O principal aspecto desse movimento cultural é a valorização da razão e do real em detrimento do sentimental e de tudo que vá além da materialidade física. Isso foi importante porque resultou em uma diminuição da importância da Igreja na sociedade, por exemplo, suscitado por uma mudança no pensamento, que agora formulava que a vida pública deveria ser guiada pelo racional e pelo real, não por divindades ou questões espirituais. A herança iluminista nos afasta da tentação do espetáculo porque cremos que a razão libertará o homem. Se há manipulação, mentira e convencimento na ação política da extrema direita, a razão seria a forma como as pessoas abririam seus olhos, pensariam criticamente e poderiam acessar a realidade e notar a manipulação. Entretanto, Duncombe argumenta que:

As pessoas, frequentemente, preferem uma simples história dramática à verdade complexa. Acostumados com propagandas sem fim, *sitcoms* e filmes de *Hollywood*, nós aprendemos a encontrar conforto em narrativas cativantes e mudar de canal quando confrontados com fatos confusos.<sup>8</sup> (ibid, p. 7, tradução livre)

Somado a isso, o autor expõe sua compreensão do porquê os recursos do espetáculo funcionam e fazem com que entretenimento, propagandas e também a religião sejam partes essenciais de nossas vidas e de nossa sociedade: são todos estímulos que são endereçados aos nossos desejos e articulam nossos sonhos, satisfazem um aspecto humano que vai além do racional. Isto posto, a instigação feita pelo autor é: "Por que a política é uma exceção?"<sup>9</sup> (ibid, p. 13).

---

cannot represent. It is the animation of an abstraction, a transformation from ideal to expression. Spectacle is a dream on display"

<sup>8</sup> "People often prefer a simple, dramatic story to the complicated truth. Weaned on endless advertisements, sitcoms and Hollywood movies, we've learned to find comfort in compelling narratives and change the channel when confronted with the messy facts."

<sup>9</sup> "So why is politics exempt?"

Teríamos chegado em um estágio de desenvolvimento da sociedade do espetáculo que o caráter de verdade não é mais suficiente para a argumentação. Duncombe aponta como a verdade só passaria a ser relevante socialmente quando é compreensível e possui significado. O problema está no fato de que quem está interpretando e dando significado à realidade são conglomerados midiáticos, grandes empresas e políticos associados aos interesses do Capital, enquanto o campo progressista insiste em valorizar a verdade como algo que seria suficiente apenas por seu caráter de verdade, não se importando em criar narrativas cativantes que lhe permitam ganhar significado social. Em suma, o argumento desenvolvido por Duncombe consistiria na ideia de que o importante, mais do que a verdade, é como ela é contada, se ela dialoga com os sonhos, experiências, desejos e temores das pessoas.

Acreditamos que cabe aos comunicadores preocupados com a manutenção dos valores em prol da justiça social, do combate aos preconceitos, enfim, em afinidade com os direitos humanos, utilizarem-se sempre de informações previamente pesquisadas e averiguadas na esperança de que os receptores construam seus próprios saberes munidos de informações confiáveis. Desenvolver formas de checar as origens de informações debatidas na esfera pública e analisar se têm alguma base verídica é uma estratégia válida e importante. Mas, adotar apenas essa tática pode ser negativo por dois motivos: o primeiro é que é desenvolvida uma lógica reativa. Conforme o discurso incorreto é produzido, respondemos a ele apontando aos fatos. Enquanto a “realidade” é criada pelos discursos de ódio e pelos discursos negacionistas, em outro campo estão os que tentam desmentí-lo. Duncombe traz, em seu livro (2007), uma citação de um jornalista relatando uma conversa com um dos conselheiros do presidente George W. Bush. Nela, podemos perceber como essa estratégia tem sido consistente desde o começo dos anos 2000:

O assistente disse que caras como eu estavam “no que chamamos de uma comunidade baseada na realidade,” o que ele definia como pessoas que “acreditavam que soluções emergiam do estudo judicioso da realidade discernível.” Eu concordei e murmurei algo sobre os princípios do Iluminismo e do empirismo. Ele me cortou. “Essa não é mais a forma como o mundo funciona,” ele prosseguiu. “Nós somos um império agora e, quando nós agimos, nós criamos a realidade. E enquanto você estuda essa realidade - judiciosamente, como quiser - nós agimos criando novamente outras novas realidade, que você também pode estudar, e é assim que as coisas estão sendo ordenadas. Nós somos atores da história... e a você, todos vocês, restará estudar o que fazemos.<sup>10</sup> (ibid, p. 1, tradução livre)

---

<sup>10</sup> The aide said that guys like me were “in what we call the reality based community,” which he defined as people who “believe that solutions emerge from your judicious study of discernable reality.” I nodded and murmured something about Enlightenment principles and empiricism. He cut me off. “That’s not the way the world really works anymore,” he continued. “We’re an empire now, and when we act, we create reality. And while you are studying that reality— judiciously, as you will—we’ll act again creating other new realities, which



O segundo motivo é que a correção de informações incorretas em notícias é ineficaz. Existem diversos experimentos que buscam analisar essa dinâmica. Trazemos, a título de exemplo, o experimento *The continued influence of implied and explicitly stated misinformation in News Report* (RICH e ZARAGOZA, 2015). O estudo se utiliza de uma teoria denominada *continued influence effect* e busca analisar sua validade pelo estabelecimento de hipóteses a serem testadas com voluntários. A teoria proposta tem sido testada e vem obtendo resultados consistentes em uma variedade de estudos que indicam que, quando uma informação incorreta é construída de forma a estabelecer relações causais, ou seja, criando uma narrativa com acontecimentos sequenciais e relações de causalidade entre eles, isso faz com que, mesmo que essa informação seja corrigida posteriormente, as pessoas lembram apenas a informação incorreta. A literatura sobre o assunto aponta que o *continued influence effect* faz com que a correção não substitua a informação incorreta da mente da pessoa, mas que elas passem a coabitar. Nos experimentos, quando as pessoas respondem perguntas inferenciais sobre as notícias, a informação recuperada na memória costuma ser a errada porque ela é ativada automaticamente. Os pesquisadores apontam, como provável motivo, que, ao exercer o esforço para recordar uma história, as pessoas tendem a recuperar a narrativa que foi apresentada de forma mais consistente. As correções são feitas fora de contexto, recobram apenas parte da narrativa e alteram um trecho dela, isso as impediria de serem tão profundamente assimiladas quanto a narrativa original. A conclusão foi que a correção não é tão eficaz quanto gostaríamos que fosse.

O argumento que buscamos explorar é que o exclusivo apelo ao racional não pode ser a única forma de combate a um jogo político desonesto e às campanhas de desinformação.

O desafio para a esquerda seria, dessa forma, construir discursos/saberes que dialoguem com os indivíduos em um nível mais profundo. Conforme Duncombe (2007) constata, o espetáculo dialoga com algo dentro de todos nós em um nível mais visceral, mobilizando sentimentos que nos engajam a fazer algo, o que dentro do sistema capitalista é, geralmente, comprar. A inquietação que o autor propõe é: como podemos apropriar-nos dessa dinâmica, cooptá-la e subvertê-la de forma a estimular os cidadãos a se engajarem em práticas de mudança social? E se, historicamente, o espetáculo na política tem sido usado para fabricar

---

you can study too, and that's how things will sort out. We're history's actors . . . and you, all of you, will be left to just study what we do."

consentimento social, tendo no nazismo sua expressão mais clara, como podemos usá-lo para gerar dissidência? Além disso, como podemos incorporar princípios que buscamos para uma sociedade, como maior participação popular, mais igualdade, transparência e liberdade ao elaborar um espetáculo? A proposta do autor é a concepção de um espetáculo ético.

Ao desenvolvimento do trabalho aqui proposto, essa série de compreensões políticas é importante porque, apesar do produto ser caracterizado como um canal informativo no Youtube, fica claro, pela definição de Foucault acerca de conhecimentos e saberes, que sobre todo conhecimento é produzido um discurso e esse discurso disputa poder na sociedade. O objetivo é que o discurso produzido neste trabalho contribua para o avanço de políticas que sinalizem em direção a processos mais democráticos, maior justiça, igualdade e seja guiado pelos interesses da população e não do Capital ou do Estado.

Um dos exemplos explorados por Duncombe, ao buscar tornar mais clara sua concepção acerca dos argumentos, é quanto a construção de discursos ao redor do tema de segurança nos Estados Unidos. Um primeiro ponto que o autor constata é quanto ao fato de progressistas tenderem a pensar política a partir de ideais que definem o que devemos buscar. Entretanto, esses ideais também estabelecem expectativas sobre como as pessoas deveriam ser e como a sociedade deveria funcionar. Presume-se que as pessoas são racionais, íntegras e sensatas e esquece-se que somos, também, emotivos, passionais e nos interessamos por histórias, fantasias, temos sonhos e medos. Isto posto, o autor aborda a questão estadunidense relativa à segurança, desenvolvendo uma linha de raciocínio que permite uma compreensão mais clara de como o espetáculo tem sido utilizado e como ele poderia ser explorado sob outros termos: primeiro, é necessário reconhecer que todos desejamos nos sentir seguros, é uma vontade universal entre a raça humana. Segundo, observando a sociedade, notamos que esse desejo ganha expressão em construção de condomínios fechados, posse de armas, no espetáculo que é a Guerra ao Terror, etc. Os condomínios nos são vendidos como opções seguras de morar em meio à guerra urbana criada dentro das cidades; as armas são apresentadas como a solução para o medo, são a possibilidade de se defender; a guerra ao terror promete acabar com o terrorismo e, portanto, o medo. O que o autor propõe é que deixemos de apelar apenas ao racional e que consideremos os sentimentos e desejos que motivam as pessoas. E se, por exemplo, as soluções "vendidas" fossem comunidades estáveis com acesso igualitário à educação, trabalho e moradia? É essencial, entretanto, refletir extensamente sobre como

enquadrar essa solução de forma a atingir as pessoas no mesmo nível emocional que a posse de armas e a Guerra ao Terror conseguem.

Outra faceta dessa dinâmica é a cultura de celebridades. Duncombe formula como somos fissurados em acompanhar a vida de pessoas que alcançaram o que o sonho capitalista nos promete: sucesso, reconhecimento, estabilidade, tempo livre, beleza, saúde. Essas são coisas que todos desejamos. O capitalismo articula esse desejo de forma a argumentar que, se comprarmos e consumirmos as mesmas coisas que as celebridades, estaremos mais próximos de experienciar as mesmas coisas. Novamente, a inquietação do autor é acerca da possibilidade de enquadrar esses desejos de outra forma e "vender" não bens materiais como formas de alcançar esses desejos, mas pagamentos melhores, menos tempo de trabalho, férias, sistema de saúde universal, etc.

Em linhas gerais, temos sido alvos de expressões do espetáculo que nos tratam como consumidores e espectadores e engendram inércia, desinteresse e fomentam dinâmicas de passividade que geram uma fuga do processo democrático. O espetáculo ético deve ser concebido de forma a nos tratar como cidadãos e deve incentivar a participação política guiada pelo que sonhamos enquanto sociedade.

Para corroborar sua argumentação, Duncombe (2007) traz noções de Maquiavel na obra *O Príncipe*, que discorre sobre como a fantasia e o desejo são partes integrais do poder. Maquiavel apontou que o espetáculo não funciona apenas como forma de distração, mas também de atração. Esse aspecto deveria ser usado para fins políticos. Duncombe argumenta que, a não ser que comecemos a aceitar uma política que incorpore imaginação, desejos e o espetáculo de forma ética, os conservadores permanecerão ditando a agenda e iremos continuar apenas reagindo a ela. Precisamos novamente nos aproximar dos nossos sonhos para que possamos propor novas alternativas que atraiam a população e a incentive a participar do processo político.

Trabalhar com conceitos como desejos e sonhos dentro de processos comunicacionais perpassa por realizar promessas de um futuro melhor. Uma análise que Duncombe (2007) explora diz respeito a que tipos de promessas os espetáculos realizam e que tipo os progressistas têm feito. A propaganda, por exemplo, é uma promessa de transformação, é a possibilidade de se tornar melhor através do consumo. Entretanto, é uma promessa vazia e falsa, consumir não faz parte da relação que causa transformação e melhora, não existe correlação direta entre essas duas coisas. A promessa de extrema direita, a fascista e totalitária

costuma, por exemplo, ter como componente o retorno a um suposto passado glorioso, um tempo em que a nação teria sido maior e mais forte, dialogando com traços nacionalistas nos indivíduos e prometendo um futuro tão glorioso quanto teria sido o passado. Por outro lado, a promessa progressista, quando existe, está permeada por concessões e pedidos de submissão que clamam pelo bem coletivo em detrimento dos interesses individuais. Isso não é um problema, mas a narrativa poderia ser mais eficaz se fosse formulada de forma a construir “uma história que termina com a vida deles sendo melhor do que está agora” (ibid, p. 82). Temos exemplos interessantes de programas governamentais que foram divulgados dessa forma em TV aberta e conseguiram formar uma base de apoio sólida na sociedade, como o Bolsa Família ou o ENEM que, apesar de serem atacados continuamente, ainda apresentam uma parcela significativa da sociedade como defensora. Entretanto, a promessa dos campos progressistas tende a focar em uma massa abstrata. As pessoas precisam se ver nas narrativas sendo contadas e entender como serão diretamente impactadas por elas. Nesse sentido, progressistas podem aprender com a personalização do discurso das propagandas, que são endereçadas cada vez mais aos indivíduos em um nível celular.

Para exemplificar o poder das propagandas e como podemos subverter os recursos por ela utilizados, Duncombe (2007) explora a eficácia da associação em um comercial do McDonald's e oferece um exercício mental que nos permite imaginar como seria vender a mesma promessa em um comercial progressista. O comercial, em suma, conta a história de um pai que busca a filha em uma tarde ensolarada, vão ao zoológico, se divertem e, por fim, comem em um dos restaurantes da franquia. Existem sonhos e desejos sendo trabalhados nessa representação. Ir a um dos restaurantes se torna um programa familiar, mesmo que seus alimentos tenham alto valor calórico, pouca importância nutricional e estejam associados ao desenvolvimento de problemas de saúde. Nesse contexto, entretanto, consumir esses alimentos é associado ao compartilhamento de bons momentos em família.

Duncombe nos incentiva a imaginar como seria esse mesmo comercial vendendo ideias progressistas. A ideia que ele propõe consiste na mesma sequência de eventos mas, ao fim, em vez de ir a um restaurante da franquia, lemos algo sobre redução da carga horária de trabalho diário ou sobre taxaço de grandes fortunas, investindo esse dinheiro em espaços de lazer para as famílias. Nesses supostos comerciais, associaríamos a ideia de família a coisas que de fato podem desenvolver laços familiares. Além disso, o objetivo seria causar transformação na vida das pessoas ao vender um desejo que elas possuem e formas reais de

alcançá-los e não apenas vender um produto e sugerir a realização de um desejo que não pode ser suprido pelo que o McDonald's pode oferecer.

Por conseguinte, o autor conclui que uma das lições mais valiosas que a propaganda pode nos oferecer é a importância da associação. Enquanto ela vende sonhos de uma vida melhor a partir de associações sem nexos (consumo resultando em felicidade) e sem resultados efetivos, os campos progressistas podem criar associações que gerem insatisfação com as condições atuais e, ao mesmo tempo, articulem aspirações para um mundo melhor.

E é importante notar que uma política dos sonhos não precisa sempre lidar com objetivos exequíveis no futuro próximo, podemos compreendê-la como uma forma de criar identidades, comunidades e solidariedade, além de dois pontos essenciais que o autor aponta como ausentes ao campo progressista: inspiração e direção. Ambos estes conceitos estão diretamente relacionados a motivações que tendem ao emocional mais do que ao racional e, portanto, precisam ser endereçados sob esse aspecto.

Dessa forma, o que Duncombe explora em sua obra é uma nova forma de ativismo que mobiliza as pessoas pelo poder emocional, chamando-nas para o engajamento e conversando com elas em um vocabulário que estão acostumadas, em vez de um vocabulário complexo que costumeiramente está presente nos debates políticos. Baseados nessa compreensão e nas reflexões propostas pelo autor sobre o quadro comunicacional progressista dentro de uma sociedade do espetáculo, construímos o produto proposto neste trabalho buscando que ele fizesse parte de uma política dos sonhos, ou *dreampolitik*, como abordada pelo autor.

#### 4. O ESPETÁCULO ÉTICO

Ao longo deste capítulo, iremos examinar o que compõe o conceito de espetáculo ético desenvolvido por Duncombe (2007), elencar e explorar alguns recursos introduzidos pelo autor e aprofundá-los a partir de outros estudos.

Um primeiro apontamento a ser retomado e aprofundado é quanto à função do espetáculo na sociedade moderna. Nesse sentido, a compreensão que Duncombe oferece acerca da dinâmica da manufatura do consentimento é bastante relevante para este trabalho. O autor analisa como os recursos do espetáculo foram assimilados ao jogo político e passaram a funcionar de forma a produzir consentimento na sociedade. Isso aconteceria para que políticos ganhassem eleições, mas também conseguissem aprovar decisões tendo apoio popular. Em suma, a opinião pública seria “guiada” pelas elites políticas através da utilização de símbolos, memórias, distorcendo histórias e utilizando diversos outros recursos do espetáculo. Dois exemplos que podemos analisar na história recente brasileira são a Reforma da Previdência e a Reforma Trabalhista. A estratégia de comunicação governamental foi baseada completamente na construção de consentimento popular para que as medidas fossem aprovadas mais facilmente,

A questão que surge a partir dessa função do espetáculo é: como podemos conciliar algo que busca persuadir as pessoas por meio da mobilização emocional com nossos ideais de sociedade mais igualitária, justa e crítica e que considera os indivíduos como cidadãos racionais? Uma das propostas do autor é pensar em termos de produção de dissidência, ou seja, utilizar o espetáculo como forma de produzir discordância social e política para que o consentimento não seja estabelecido de forma consistente entre as classes. Dessa forma, a manufatura de discordância pode ser uma estratégia política eficaz para que não seja criada a impressão de apoio popular à medidas governamentais contrárias aos interesses da população. Nos exemplos citados no parágrafo anterior, parte da estratégia progressista se baseou precisamente em produzir dissidência, em mobilizar protestos, em combater as informações dadas pelo governo e buscar espalhar revolta contra essas medidas.

Entretanto, quando paramos para pensar em termos de governabilidade, o autor aponta que é preciso assumir que produzir consentimento faz parte do exercício de poder. Precisamos persuadir as pessoas a apoiarem as políticas progressistas para que elas funcionem e tenham longevidade. Portanto, utilizar o espetáculo em seu modelo persuasivo também pode ser

benéfico aos propósitos progressistas, mas apenas se estes estiverem alinhados com os interesses da população. Isto posto, é essencial que esse espetáculo seja ético, honesto, transparente e busque a produção de consentimento para políticas que sejam benéficas à população de fato. Não devemos esconder nenhum aspecto, não devemos buscar enganar as pessoas em nenhum sentido e devemos expressar claramente o que estamos fazendo e a que interesses estamos servindo. Nossa persuasão deve prometer mudanças que pretendemos de fato realizar.

O espetáculo ético pode ser entendido, portanto, como uma modalidade do espetáculo que se estrutura a partir de princípios democráticos, que quebra hierarquias, valoriza as comunidades, a diversidade e busca engajar-se com a realidade ao mesmo tempo que investe em sonhar outras possíveis. Ele deve ser tratado como uma forma de imaginar novas configurações para nossas sociedades. Não é, em termos práticos, um meio de construção dessas novas realidades, é apenas uma forma de motivar e guiar os cidadãos para que caminhem nessa direção. Podemos encará-lo como uma espécie de bússola política. Em vez de mobilizar os sonhos e desejos das pessoas para o consumo, podemos engajá-las para o propósito da mudança social.

Antes de elencar e explorar algumas das características que Duncombe estabelece para esse tipo de espetáculo, é necessário apontar que, para terem impacto na realidade, os sonhos progressistas precisam ser popularizados. Para isso, o espetáculo ético precisa ser construído de forma a ressoar com os sonhos, desejos e emoções que as pessoas têm, não com os que desejamos que elas tivessem, caso todos os cidadãos fossem guiados por princípios iluministas.

Um primeiro ponto a ser explorado é quanto à relação com a realidade. Duncombe (2007, p. 152) aborda em diversos momentos como é essencial prezar por uma política dos sonhos, ou por um espetáculo que seja endereçado aos sonhos do indivíduo, mas isso não significa que a realidade não tenha importância. Ela é, inclusive, essencial. O autor aponta como o futuro só pode ser imaginado através de uma análise consistente do presente. Duncombe (ibid, p. 161-162) aponta como Marx, por exemplo, passou grande parte de sua vida analisando o Capitalismo e dedicou pouco tempo para imaginar o Comunismo. Isso porque é somente a partir da compreensão do atual que podemos começar a sonhar com sua superação e transformação para algo novo. Portanto, para construção desse tipo de espetáculo, é necessário que seja investido tempo e esforço para compreensão das fissuras, contradições e

potencialidades que o presente tem. Essa tática difere o espetáculo ético do espetáculo capitalista ou de extrema direita porque toda a construção é feita a partir da realidade material presente, não de distorções, mentiras e desinformações. Trabalhar com a realidade pode fazer com que um espetáculo tenha bases mais sólidas e fixas e possa ter maior longevidade.

Contudo, o real não deve ser entendido como algo que se dá de forma evidente, mas algo que precisa ser contado. E existem formas mais ou menos eficazes de se realizar isso. O propósito final do espetáculo ético é revelar e amplificar a realidade através de sua espetacularização e, assim, alterar a forma como as pessoas pensam e agem no presente, almejando a transformação dessa realidade.

Somado a isso, Duncombe (2007) traz, durante sua obra, duas reflexões importantes ao desenvolvimento deste trabalho. A primeira é como o espetáculo ético pode ser entendido também como um espetáculo do estranhamento, ou seja, uma irrealidade que consegue expor o absurdo do real, ideia que se tornou central para a concepção do produto. A segunda é o fato dele sublinhar a importância de, ao elaborar alguma produção que busque dialogar com as noções por ele propostas, sempre se perguntar: caso esse espetáculo consiga ser popularizado, o que pode mudar na realidade?

Uma segunda característica do espetáculo ético estudada por Duncombe (2007, p. 134) é a concepção de um espetáculo aberto (*open spectacle*). Para ser útil politicamente, ele precisa ter objetivos políticos, mas é importante que ele seja elaborado de forma aberta, sem chegar a respostas e conclusões definitivas, se estabelecendo como um campo de possibilidades. Essa característica permite que o espetáculo ético abarque a multiplicidade de origens, visões e interpretações dos cidadãos e pode ser alcançada por meio de uma proposição incompletude da obra, deixando espaço para que as pessoas interajam com ela e a completem a partir de suas subjetividades. O espetáculo deve ser elaborado e concebido de forma a incorporar a possibilidade de modificação e indeterminação tanto na forma quanto no conteúdo.

Em termos práticos, essa característica pode ser expressa de diversas formas, mas podemos compreendê-la como um princípio mais abstrato e que varia de acordo com as especificidades do espetáculo sendo engendrado. Entretanto, é possível encarar recursos como o humor ou a utilização de metáforas como táticas de formular discursos incompletos: em ambos recursos, o significado só se torna completo quando é estabelecida uma relação entre a



subjetividade do sujeito e o discurso. Quando isso ocorre, então, o humor funciona e gera riso ou divertimento e a metáfora passa a fazer sentido.

A terceira característica que compõe o espetáculo ético é a sua transparência. Ele deve se apresentar enquanto tal. Duncombe (2007, p. 142) expõe uma série de reflexões e críticas feitas por pensadores acerca do teatro para, em seguida, explorar a concepção de um espetáculo transparente. Uma das críticas mais pertinentes é feita pelo filósofo francês Rousseau ao longo da obra *Politics and the Arts: the Letter to M. d'Alembert on the Theatre* (1968 apud DUNCOMBE, 2007, p. 145), que argumenta que o espetáculo seria uma forma das pessoas vivenciarem a virtude pública vicariamente, produzindo uma dinâmica de apatia ou inação em relação aos problemas da sociedade no cotidiano, uma vez que essas questões já sofreriam catarse através do ficcional. Portanto, o drama, segundo Rousseau, seria uma forma de entretenimento e espetáculo que produziria desengajamento na sociedade.

Contribuindo a esse argumento, uma dinâmica estudada acerca dos ambientes sociodigitais é o já abordado conceito de Capitalismo Comunicativo (DEAN, 2005, p. 54-57), que, em linhas gerais, diz respeito a ideia que, sendo espaços com fins capitalistas, os ambientes sociodigitais produzem dinâmicas que prezam pela comunicação como algo que teria um fim em si mesma, desengajando as pessoas a agirem e incentivando-as a compartilhar informações e ideias de forma excessiva ao criar a ideia de que isso é ação e é suficiente.

Consideramos que ambos argumentos captam dinâmicas que existem de certa forma na sociedade. Poucas são as pessoas que choram com as injustiças na tela de cinema e transformam isso em ação, assim como parece haver uma supervalorização da comunicação *online* como forma de mudar o mundo. Embora o cinema possa funcionar como forma de conscientização, assim como a exposição de informações nos ambiente sociodigitais, é essencial extrapolar a fase de conscientizar e avançar para a de ação. Dentro de processos comunicativos, isso se traduz de forma a incentivar a ação ao mesmo tempo em que se informa o cidadão.

Duncombe (2007, p. 145) propõe a ideia que, para isso, é necessário que o espetáculo se apresente enquanto tal. O autor traz noções de Brecht e do *V-Effect* proposto pelo dramaturgo como formas de tornar o espetáculo mais transparente. Basicamente, a ideia é que, ao conceber uma obra, não devemos prezar por uma ilusão imperceptível, mas por alienar os espectadores. Alienar, aqui, não da realidade compartilhada e objetiva, mas da realidade ficcional sendo proposta, de forma que os indivíduos nunca esqueçam estar

assistindo a um espetáculo. O *V-Effect* tem como objetivo alienar o familiar, abordando o que é senso comum e o questionado, para que, dessa forma, possa “(...) liberar fenômenos socialmente condicionados do carimbo de familiaridade que os protege contra nossa compreensão atual”<sup>11</sup> (BRECHT, 1948, p. 8, tradução livre). Essas noções expostas são de grande valor ao desenvolvimento do produto proposto neste trabalho, visto que, ao ser transparente, a obra expõe suas intenções desde o princípio e é o indivíduo que vai decidir como interagir com ela. Essa autonomia crítica é incentivada e desejada.

Portanto, o espetáculo ético busca ser compreendido pelo público como apenas uma fantasia, uma performance. É o espetáculo fascista e o capitalista, na forma das propagandas, que clamam dizer a verdade. Por exemplo, partindo para uma compreensão de *fake news* enquanto recurso político que se utiliza de noções do espetáculo, se torna claro como elas vêm sendo utilizadas na política para alegar verdade através da produção de discursos espetaculares com pouca ou nenhuma base comprovável. Entretanto, devemos prezar por uma dinâmica em que o indivíduo tenha plena consciência da natureza daquilo que está absorvendo, ele deve perceber a falsidade do espetáculo e, mesmo assim, ser impactado emocionalmente. Nesse sentido, ao abordar a ideia de *camp* a partir dos estudos de Susan Sontag no artigo *Notes on Camp* (1964 apud DUNCOMBE, 2007), Duncombe nos oferece uma compreensão dessa dinâmica: “contra uma tradição cultural moderna que celebra a expressão autêntica do verdadeiro *self*, *camp* regozija-se no obviamente inautêntico.”<sup>12</sup> (2007, p. 43, tradução livre)

A quarta e última característica de um espetáculo ético proposto pelo autor (2007, p. 127) é estar aberto à participação. O público deve ser inserido no espetáculo desde a concepção até a propagação. Em comparação, podemos analisar o espetáculo comercial, por exemplo, como algo que viabiliza a participação apenas de fora, dentro de condições pré-estabelecidas a partir de um “palco” já imaginado por um grupo de publicitários. A produção final, uma propaganda, é oferecida pronta para os indivíduos que, nessa dinâmica, têm sua individualidade reduzida à dimensão de consumidor.

Um espetáculo participativo, por outro lado, é pensado, organizado e concebido de forma a possibilitar e exigir a participação como elemento essencial para sua criação. Isso não

---

<sup>11</sup> “[...] to free socially conditioned phenomena from that stamp of familiarity which protects them against our grasp today.”

<sup>12</sup> “Set against a modern cultural tradition which celebrates the authentic expression of the true self, *camp* revel in the obviously inauthentic.”

se dá de forma espontânea, é necessário que exista um organizador que crie esse espaço que, para existir, o espetáculo demande participação. No âmbito da propagação do conteúdo, os ambientes sociodigitais já oferecem espaço para comentários e compartilhamento que possibilitam a participação com o espetáculo já em exibição.

Duncombe (2007, p. 123) argumenta como, historicamente, o espetáculo tem sido utilizado de forma antidemocrática, produzido por poucos e destinado para muitos, reforçando hierarquias e buscando influenciar e controlar, mas que, intensificando a participação dos indivíduos no processo, podemos transformar essa dinâmica.

Em suma, o que todas essas características sintetizam e que consideramos essencial para comunicação política e informativa é a incorporação dos fins políticos nos meios comunicacionais. Nessa compreensão, a forma como buscamos alcançar algo é tão importante quanto o objetivo buscado. Se desejamos uma sociedade mais participativa, mais justa, mais transparente e mais igualitária, como podemos incorporar esses princípios nos processos que nos permitirão chegar a essa sociedade?

Ironicamente, quando privilegiamos fins eficientes em vez de meios participativos, os fins eventualmente se tornam inatingíveis. A grande força da democracia é que ela depende de seus jogadores. Eles podem ser tratados como espectadores externos apenas por um tempo. Cedo ou tarde eles irão querer jogar, e se progressistas não desenvolverem um jogo que os engaje e os anime, elas irão jogar em outro lugar.<sup>13</sup> (DUNCOMBE, 2007, p. 76, tradução livre)

O autor clama por uma mudança radical nas estratégias progressistas. Suas observações oferecem possíveis soluções ao quadro atual de desmobilização e esvaziamento do debate político. Ao compreender o meio como tão importante quanto os fins, se torna essencial um pensamento mais profundo e o desenvolvimento mais ativo de processos através dos quais as pessoas podem participar da política. Exemplificando através do movimento *Reclaim The Streets* (RTS), o autor nos permite compreender melhor como poderia funcionar essa dinâmica. O movimento buscava incentivar que as ruas da cidade fossem ocupadas e, para isso, organizavam festas e protestos diferentes. Buscando se mobilizar contra o fechamento de parques e jardins públicos, os membros do movimento resolveram se reunir e plantar jardins pela cidade, em vez de focarem seus esforços em estratégias políticas que são expressas

---

<sup>13</sup> “Ironically, when we privilege efficient ends over participatory means, the ends eventually become unattainable. The great strength of democracy is that it depends upon its players. They can be treated as outside spectators for only so long. Sooner or later they will want to play, and if progressives have not devised a game that engages and excites them, they’ll go play elsewhere.”

apenas através de projetos de lei, cartas de repúdios, reclamações, protestos e denúncias *online*.

William Etundi, um dos organizadores do RTS, discute, em entrevista por telefone com Duncombe, como devemos começar a criar o mundo que buscamos já no processo de construí-lo, o que parece óbvio, mas que não é tão praticado:

Se você vê pessoas sendo presas e recebendo gás lacrimogêneo, quem quer ser parte disso? Mas se você vê alguém dançando... [...] Mas é mais do que isso. Prisões e manifestações não são o mundo que queremos criar. É através de nossas festas e performances que nós imaginamos a liberação.<sup>14</sup> (DUNCOMBE, 2007, p. 69-70, tradução livre)

Por mais que protestos, manifestações, abaixo-assinados, cartas de repúdio, mobilizações para demonstração de insatisfação popular, campanhas de conscientização, etc. tenham sua importância, a estratégia política não pode se limitar a isso. O processo político não pode ser encarado pela população como algo que acontece apenas no Congresso Nacional, em forma de projetos de lei, fóruns, seminários e que chega a elas apenas como informação ou algo que assinaram na rua enquanto iam para o trabalho. Formular espetáculos éticos participativos e políticos pode ser uma alternativa para maior mobilização e aprofundamento do debate público. Isso porque se torna possível exibir o que se busca como fim e envolver os indivíduos nessa construção. O impacto social é muito maior do que investir apenas em demandar que políticos desenvolvam projetos de leis e debatam entre si o que fazer e, somado a isso, prezar por uma sociedade em que poucos decidem por muitos é completamente contrário ao que campos progressistas têm como princípio guiador. Além disso, os resultados podem ser muito mais duradouros e estruturados dentro da sociedade se antes das alterações políticas formais, houver uma mudança cultural. Podemos analisar a questão das pautas morais (gênero, aborto, sexualidade...) no Brasil como algo que têm gerado conflitos sociais grandes por existir grande esforço destinado a formalização de políticas que ainda não foram adequadamente endereçadas em nível cultural.

Ao refletirmos sobre a atuação política *online*, podemos observar uma dinâmica que preza pela discussão, pela acusação, dinâmicas de apagamento e *desplataformização* (*deplataform*, impedir que alguém utilize uma plataforma para expressar suas opiniões) de usuários com que se discorda, além de uma lógica reativa que resume as atuações a responder

---

<sup>14</sup> If you see people locking down and getting gassed, who wants to be part of that? But if you're shaking your body to a beat... But it's more than this. Lockdowns and marches aren't the world we want to create. It's throughour parties and our perfomances that we imagine liberation."

negativamente ao que está acontecendo e propõe muito pouco. Propomos, dessa forma, o espetáculo ético como algo a ser explorado e experimentado como possível contribuição positiva para esse quadro.

Isto posto, buscamos compreender como construir de forma mais eficaz um bom espetáculo ético, aprofundando recursos que poderiam ser utilizados e explorados em uma produção audiovisual.

#### 4.1 CONTAR HISTÓRIAS

Robert McKee, em sua obra *Story: substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiro* (2013) argumenta como temos um apetite por ouvir histórias porque elas nos permitiriam compreender os padrões do viver, seriam uma forma de assimilar nossa existência e nossas experiências: "A estória não é uma fuga da realidade, mas um veículo que nos carrega em nossa busca pela realidade, é a nossa melhor tentativa para descobrir algum sentido na anarquia da existência." (p. 25). Segundo o autor, as histórias estabeleceriam um vínculo com o espectador ao despertar nele emoções e sentimentos, o que teria maior capacidade de absorção do que qualquer formulação estritamente racional. Núñez (2009) corrobora esse raciocínio ao formular que histórias seriam uma forma eficaz de passarmos a compreender o desconhecido, explorando a ideia de que "uma verdadeira história estrutura e dá sentido ao discurso confuso de informações que enfrentamos a cada dia." (p. 24). Miller (2020, p. 270) complementa esses argumentos ao analisar o potencial de contar histórias em um ambiente digital, apontando que unir propósitos informacionais e educativos com recursos da contação de histórias é uma forma de tornar a comunicação mais prazerosa, visto que os usuários dos ambientes sociodigitais estão mais propensos a investir seu tempo em conteúdos que os entretêm, como podemos concluir a partir dos dados acerca do consumo de internet.

Portanto, saber desenvolver e contar histórias é uma capacidade que se torna central quando pensamos em desenvolver o que Duncombe definiu como espetáculo ético.

McKee (2013, p. 37) vai abordar a ideia de realidade e falar que de um lado está o fato puro e do outro está a imaginação pura. A boa história ficaria no meio disso, utilizando todos os recursos possíveis que o espectro oferece, o que Duncombe aborda muito bem quando explora a ideia de espetáculo ético e a necessidade de trabalhar com os sonhos das pessoas e seus sentimentos, mas sempre tendo como base a realidade, de forma a criar um espetáculo

que seja verdadeiro, em oposição a um espetáculo comercial ou fascista, que é criado a partir de mentiras ou distorções.

Contar histórias, portanto, poderia ser uma forma de explorar novas formas de viver, de questionar o senso comum e de informar, mas apresentando isso de uma maneira que potencialize e facilite processos de vinculação entre mensagem e indivíduo. Núñez (2009, p. 25) argumenta que as histórias podem encapsular questões complexas e, ao contá-las carregadas de sensações e emoções, elas têm maior potencial de convencimento do que dados, argumentos e comprovações. Podemos fazer com que informações sejam mais enraizadas nos indivíduos, uma vez que apelam aos nossos centros emocionais, estimulam nossos sentidos de forma mais integral e nos convidam a debater e a participar, a compartilhar nossas experiências e visões a partir de como a história nos impactou, favorecendo a participação dos indivíduos.

Além disso, o autor (ibid, p. 22) desenvolve a ideia de que contar histórias não impõe verdades, mas permite uma interação do indivíduo com a obra e favorece que conclusões sejam tiradas de forma autônoma, o que contribui para a construção de um espetáculo ético e processos de assimilação de conteúdo mais profundos, uma vez que o indivíduo não é apenas receptor, ele se envolve com o que está sendo dito. Somado a isso, contar histórias é uma forma de, em meio a uma saturação de conteúdos *online*, se destacar ao se diferenciar.

Núñez (2009) oferece uma definição de história que nos permite relacionar com algumas das noções propostas por Duncombe: "Uma história é uma ferramenta de comunicação estruturada em uma sequência de acontecimentos que apelam aos nossos sentidos e emoções. Ao expormos um conflito, revelamos uma verdade que dá sentido a nossas vidas." (p. 26) Somado a isso, o autor observa como histórias podem nos proporcionar um sentido de objetivo e direcionamento. O espetáculo ético, de acordo com Duncombe, seria uma forma de progressistas exibirem seus sonhos e precisamente oferecerem esse sentido de direcionamento para a sociedade, algo que o autor aponta como uma deficiência na esquerda.

Por conseguinte, contar histórias é um dos recursos principais a serem utilizados quando pensamos em conceber um espetáculo ético. É essencial se questionar que tipo de narrativa está sendo ofertada, qual o sentido que está sendo produzido e a quem ela está servindo. Para explorar as potencialidades de uma boa história, consideramos importante elencar seus principais elementos e como podem ser explorados para a construção do produto

desenvolvido neste trabalho. Dessa forma, consideramos vital a definição dos seguintes pontos propostos por Núñez (2009, p. 86-88):

- **Tema:** a respeito do que é a história;
- **Argumento:** a sequência de relações causais entre os acontecimentos da história;
- **Trama:** a estrutura sobre a qual a história irá se desenvolver, de que forma os acontecimentos serão conectados e como eles irão se relacionar e
- **Sentido:** a mensagem que se busca exprimir.

Em paralelo, o autor aponta como é necessário definir questões de conteúdo e forma que passarão a guiar o desenvolvimento da trama (2009, p. 86-96):

- **Conflito:** Núñez define como algo que surge a partir da oposição de forças (vida e morte, paz e guerra, etc.), Já Miller (2020, p. 98) encara como resultado do surgimento de um obstáculo diante de um objetivo, mas, em suma, o conflito é o que guia e motiva os personagens a agir em uma história. Além disso, é o responsável pelos indivíduos se interessarem por uma narrativa. Pode ser dividido entre: conflitos internos (do indivíduo com ele mesmo), conflitos externos (entre personagens) e os ambientais (entre o indivíduo e seu ambiente);
- **Forma:** não devemos negligenciar a identidade visual e a forma ao desenvolvermos uma história, é necessário pensar nessas questões durante a concepção para que contribuam para a contação da história proposta;
- **Gêneros:** gêneros são formas de agrupar histórias semelhantes. Cada gênero possui códigos e símbolos comuns que podem ser explorados de forma a ressoar com a carga simbólica já internalizada pelos indivíduos. Dessa forma, ao ouvir determinada música relacionada a determinado gênero, o indivíduo já compreende que tipo de narrativa está sendo contada. É interessante refletir sobre qual gênero pode oferecer mais potencialidades ao sentido que buscamos exprimir com a história.

Por último, Núñez (2009, p. 130-180) aborda quatro elementos que devem ser explorados para concepção de uma narrativa que seja interessante e persuasiva: os mitos, os ritos, os arquétipos e as metáforas:

- **Mitos:** utilizar mitos é um recurso poderoso porque eles podem sintetizar símbolos e significados em poucas expressões, é uma forma de referenciar coisas já estabelecidas na cultura e enriquecer o significado simbólico do que está sendo contado, no entanto, um dos pontos feitos pelo autor é a importância de dar um caráter mítico à história, ou seja, narrar fantasiosamente histórias que revelem verdades e nos guiem em questão de como viver. Os mitos estão sempre acoplados a modelos de conduta e nos motivam a agir de determinada forma. Existem mito de origem, de renovação, sobre o fim do mundo, sempre com cargas simbólicas, imagens e ícones míticos. Em suma, é uma forma de enriquecer as histórias com arcabouços simbólicos compartilhados por uma cultura
- **Ritos:** são a forma através da qual os mitos são encarnados, é através dos ritos que o homem absorve a energia dos mitos. Comprar, por exemplo, é um rito do mito capitalista de renovação, de mudança. Existem ritos políticos, como a eleição ou a manifestação. Há a possibilidade de, por meio da história, explorar e sugerir novos ritos.
- **Arquétipos:** Jung definiu como padrões simbólicos compartilhados por toda a sociedade, estando impressos no inconsciente coletivo, são padrões internalizados por todos, que se repetem e são universais mesmo entre diferentes culturas. Cada arquétipo é formado por uma série de representações simbólicas e sintetizam muitas informações. Por exemplo, temos o arquétipo do inocente, da pessoa comum, do rebelde, do mago, do explorador, do protetor, etc. Todos eles trazem consigo diversas facetas, potencialidades, conflitos e são um recurso interessante de se trabalhar por permitirem que uma conexão entre o personagem e o indivíduo seja estabelecidas imediatamente. O espectador capta o arquétipo e já conhece o personagem para além do que foi exibido ou contado.

Não importa onde um filme é feito [...] se tiver uma qualidade arquetípica, ele engatilha uma relação em cadeia de prazer perpétua e global, levada de cinema a cinema e de geração em geração. [...] A estória arquetípica desenterra a experiência humana universal, e então encapsula em um expressão sociocultural única. (McKee, 2013, pg 18)

- **Metáforas:** também são uma forma de referenciar um arcabouço simbólico já internalizado pelos indivíduos, mas de forma mais expressa. Aludimos a algo que o



indivíduo já conhece como forma de explicar uma nova ideia de forma relacional, tornando essa dinâmica de compreensão mais pessoal. Dessa forma, as metáforas também podem sintetizar significados e são uma forma de comunicar muito através de pouco. Similar ao que Duncombe (2007, p. 157) analisa como o poder da associação no discurso político, podemos compreender as metáforas como formas de relacionar uma coisa a outra, facilitando a compreensão, mas também estabelecendo conexões que precisam ser feitas de forma responsável e ética. Núñez (2009, p. 163) sublinha como as metáforas têm o potencial de tornar o novo mais palatável, se tornando um recurso valioso dentro da proposta que estabelecemos para o produto deste trabalho. O autor traz uma reflexão de Lakoff que é importante para se pensar o uso da metáfora pelos progressistas na política:

[...] os partidos progressistas cometem um grave erro quando orientam ideologicamente as metáforas de seu relato para a direita, tentando captar o centro político. Segundo Lakoff, esse erro de comunicação, habitual entre os progressistas de meio mundo só conduz à perda de votos progressistas, já que usando as metáforas conservadoras, os partidos progressistas estão apelando, confirmando e reforçando a maneira conservadora de entender a vida. Se um partido progressista utiliza a metáfora conservadora "pressão fiscal" em vez de "contribuição fiscal", estará confirmando que os impostos são uma cruz injusta para os indivíduos, em vez de uma justa contraprestação ao bem-estar que lhe brinda a sociedade em que vive. Utilizando essas metáforas conservadoras em seus relatos, os progressistas contribuem para conservar a realidade qual está, em vez de ajudar a superá-la e *progredir*. (Núñez, 2009, p. 177)

A compreensão exposta até aqui sobre o contar histórias buscou delinear as ferramentas exploradas para a concepção e o desenvolvimento do produto proposto, estabelecendo que recursos foram explorados e qual entendimento que temos sobre eles.

## 4.2 STORYTELLING DIGITAL

O termo *storytelling* pode ser traduzido para *contação de história* e, para além dos aspectos explorados na seção anterior, é um assunto também alvo de estudos em suas expressões destinadas aos ambientes digitais. Parte-se da compreensão que os ambientes sociodigitais oferecem ferramentas e possibilidades específicas que nos permitem pensar o tema sob outros aspectos. Miller (2020, p. xxxii), ao explorar a ideia de *Digital Storytelling*, define o termo, em linhas gerais, como narrativas que empregam mídias digitais e são produzidas para gerar engajamento. Robin (2006, p. 1) corrobora essa definição ao compreender o conceito como uma combinação da arte de contar histórias com uma variedade de multimídias digitais, explorando recursos imagéticos, musicais, em vídeo, áudio e texto.

Outra especificidade do contar histórias nos ambientes sociodigitais é que elas exigem, de forma geral, uma duração mais curta do que um filme, por exemplo.

Robin (2006) lista sete elementos do *Digital Storytelling* que consideramos importantes para serem pensados ao produzir conteúdo para plataformas sociodigitais, buscando conceber produções que gerem engajamento. Abaixo, segue tradução do quadro criado pelo autor:

<b>Os sete elementos do <i>Digital Storytelling</i> (ROBIN, 2006, p. 2)</b>
1. <b>Ponto de Vista</b> - qual é a perspectiva do autor?
2. <b>A Questão Dramática</b> - uma questão que será respondida ao fim da história.
3. <b>Conteúdo Emocional</b> - questões que dialogam conosco de forma pessoal e poderosa.
4. <b>A Dádiva da sua Voz</b> - uma forma de personalizar a história para ajudar a audiência entender o contexto.
5. <b>O Poder da Trilha Sonora</b> - música e outros sons que dão suporte à trama.
6. <b>Economia</b> - para colocar de forma simples, usar conteúdo apenas para contar a história sem sobrecarregar o espectador com informações demais.
7. <b>Ritmo</b> - relacionado com a economia, mas lida especificamente com o quão devagar ou rápido a história progride.

Miller (2020) especifica diversos elementos que uma produção de *digital storytelling* precisa definir para ter mais potencial de ser bem recebida pelo público. Além disso, oferece um fluxo de trabalho que nos permite estruturar melhor as etapas de produção para o produto. A autora foca principalmente em formato de interatividade máxima, como jogos, por isso buscamos elencar apenas os que dialogam com a produção audiovisual proposta neste trabalho.

O primeiro ponto que a autora (2020, p. 241-244) estabelece é a necessidade de se pensar um conceito-chave que vai definir a essência do projeto. Essa ideia deve ser maturada e explorada, de forma a termos conhecimento de suas potencialidades, limitações e para que

possamos explorar tudo que ela oferece. Em seguida, é necessário aprofundar a ideia e agregar seus diferentes aspectos para criar uma premissa que permita descrever e compartilhar a ideia de forma mais clara.

Uma definição essencial nesse estágio é quanto a em que espaço. essa produção será propagada e qual formato terá. A partir dessa compreensão, podemos analisar qual será a audiência e quem mais produz esse tipo de conteúdo. Tendo essas noções estabelecidas, um calendário deve ser desenvolvido com uma proposta de tempo para elaboração do projeto, determinando marcos e datas limite.

Desse ponto em diante, é iniciado o processo de pré-produção e de produção, que não têm um padrão delimitado, dependem de cada projeto. Em linhas gerais, a pré-produção deve objetivar resolver e pensar nos mais diversos aspectos do projeto antes que ele comece de fato a ser produzido. Um ponto importante que a autora (2020, p. 245) aborda é a necessidade de contatar especialistas nessa etapa de pré-produção. Enquanto estudante de Comunicação Social, com ênfase em audiovisual, não posso assumir saber um conteúdo apenas por pesquisas rápidas online, é necessário entrar em contato com especialistas, discutir a premissa, aprofundar no assunto, ler artigos complexificando o tema

Miller (2020, p. 246-249), ainda, propõe dez perguntas que devem ser respondidas durante esse estágio de desenvolvimento do projeto, buscando estruturá-lo de forma mais consistente. Sintetizamos e adaptamos para produções audiovisuais essas perguntas por considerarmos uma forma de testar, avaliar e aprofundar as ideias propostas para o produto.

1. Qual é a ideia central do projeto? Qual sua essência? Por que ela é engajadora? Qual seu propósito principal?
2. Qual é o público que se busca atingir? Que tipo de conteúdo esse grupo geralmente consome? De que forma o projeto pode interessá-los? Quais projetos semelhantes já existem?
3. Para qual plataforma esse conteúdo está sendo criado? Quais são as potencialidades que ela oferece e como podem ser exploradas?
4. O projeto possui elementos narrativos? Qual o *storyline*? Quais eventos e desafios serão explorados? Qual o humor da narrativa?
5. Qual vai ser a natureza da interação do indivíduo com o projeto?
6. Quem são os personagens desse projeto?

7. Como o projeto será estruturado em termos de frequência, de fluxo de produção, de propagação e que tipos de recursos serão utilizados?
8. Qual é o mundo ficcional em que o projeto se passa? Que potencialidades podem ser exploradas? Em que tempo a história se passa?
9. Quais elementos do projeto farão com que o indivíduo se mantenha engajado? O que espera-se que o indivíduo absorva da experiência?
10. Quais recursos visuais e sonoros serão utilizados? O objetivo é produzir algo realista ou fantasioso?

A partir da resposta desses pontos propostos pela autora, ela incentiva a formulação de um documento conceitual que inclua a premissa, o meio, a plataforma, gênero, público-alvo, propostas de interação, personagens, qual a história, etc., buscando ter por escrito uma rápida visão e resumo do projeto, facilitando que ele seja compartilhado com outras pessoas. Para o produto proposto, um documento conceitual pode ser uma forma interessante de incentivar a participação desde a concepção inicial de cada vídeo, facilitando a apresentação da ideia para outras pessoas e pedindo sugestões e impressões que elas tiveram.

Como forma de estabelecer critérios e parâmetros de qualidade ao conteúdo que compõe o produto, consideramos válido trazer o método INCRA, desenvolvido por Walter Alves no texto *A Cozinha Eletrônica* (1994 in MEDITSCH, 2005). A sigla INCRA corresponde às palavras: inteligibilidade, correção, relevância e atratividade. Cada um desses pontos deve ser central ao desenvolvimento de um conteúdo de qualidade e responsável, de um espetáculo ético.

A inteligibilidade postula que toda informação deve ser inteligível e compreensível, dessa forma deve ter: clareza técnica, voz compreensível, ideias claras, conceitos simplificados, exposição concisa, construção estética e uma linguagem falada. Tudo isso deve contribuir para que os indivíduos não tenham qualquer dificuldade de compreensão da mensagem transmitida.

A correção diz respeito ao fato que toda informação deve ser precisa e, para isso, é essencial a realização de uma investigação completa. O autor explora dois outros pontos que são importantes principalmente ao jornalismo, mas que ao trabalho proposto, por se tratar de uma produção informativa que tem sua posição política definida, não se aplicam de forma tão estrita: a imparcialidade, ou seja, ter como meta ser o mais imparcial possível na exploração

das informação e a pureza informativa, que pode ser entendida como ter como intenção unicamente informar os cidadãos. A imparcialidade, em noções jornalísticas, não é, de forma alguma, um dos objetivos do produto proposto, mas isso não significa que se preze pela verdade, apenas que a interpretação da realidade é feita a partir de um ponto de vista progressista. A pureza informativa não pode ser atribuída ao trabalho proposto visto que a intenção não é apenas informar, mas engajar e mobilizar para ação política.

A relevância é uma característica que define que toda informação explorada deve ser importante, ou seja, o indivíduo deve se sentir diretamente implicado no que está sendo dito. Nessa questão, além de ser essencial selecionar informações importantes, há um aspecto que diz respeito a forma como enquadraremos a exploração de um conteúdo, ela pode incluir o indivíduo como parte dos processos e dinâmicas ou pode não explorar essa possibilidade. Para produzir conteúdo relevante, é essencial conhecer o público, ter noções da psicologia humana (utilizar recursos narrativos pode ser entendido como uma forma de buscar satisfazer o gosto humano por histórias, por exemplo), tratar o público como indivíduos e colocar-se em seu lugar.

A atratividade pode ser desenvolvida através da utilização de diversos recursos, de uma apresentação ágil e da utilização de roupagens imaginárias, Alves aponta como é interessante misturar informação com entretenimento na busca por desenvolver conteúdos atrativos.

### **4.3 LINGUAGEM AUDIOVISUAL**

Almejando produzir conteúdo propagável, com valor social, atrativo e que se destaque em meio a saturação do Youtube, um dos recursos que consideramos elementar a ser explorado são as possibilidades oferecidas pela linguagem audiovisual. Nosso objetivo ao explorar esses elementos é listar os recursos disponíveis para serem trabalhados e explorados, tal como um poeta teria como recurso na linguagem verbal a rima, o ritmo e a musicalidade.

Gérard Betton (1987) argumenta que o cinema, e podemos extrapolar para o audiovisual em geral, possui uma linguagem estética, poética e musical, que comporta uma sintaxe, um estilo e compõe uma escrita figurativa que possibilita comunicação e expressão. O autor define três elementos conceituais que o audiovisual tem como ferramentas: o tempo, o espaço e o som.

O tempo, segundo o autor (1987, p. 17), seria um dos aspectos mais notáveis do audiovisual. Podemos controlá-lo da forma que melhor serve à narrativa que estamos desenvolvendo e costuma ser um recurso interessante de ser explorado na forma da história. O espaço no audiovisual (ibid, p. 28) pode ser distorcido, alterado, podemos ver alguém de perto e em seguida de longe, podemos explorar planos e cada composição irá sugerir dramaticidades, significados e impressões diferentes. No Youtube, por exemplo, costumamos ter uma composição de espaço clássica: um cômodo, indivíduo centralizado e em primeiro plano. Pode ser interessante explorar outras possibilidades. Somado a isso, o espaço pode ser visto sob diversos ângulos, que também sugerem diferentes significados. Por fim, o som (ibid, p. 37) disponibiliza diversos recursos a serem explorados: o silêncio, o ruído, a linguagem falada, a música, efeitos sonoros, etc. e ele fornece mais uma camada expressiva a uma obra audiovisual, visto que, assim como a imagem, pode ser construído de forma a carregar diversas informações e significados.

Alguns outros elementos que podemos explorar através do audiovisual são o cenário, a iluminação, o figurino, a cor, a profundidade de campo, a montagem e a interpretação (ibid, p. 51-66). Cada um desses elementos possibilita novas camadas de significado e interpretação para uma obra, enriquecendo a mensagem que buscamos expressar. O cenário pode sugerir diversas coisas apenas pela disposição de itens no espaço. Falar sobre algo no meio de uma sala branca é completamente diferente do que no meio de uma floresta. A iluminação ajuda a criar climas, estéticas, intensifica formas e contornos e sugere sentimentos. O figurino pode transmitir diversas informações acerca do personagem de forma não-verbal. As cores criam espaços confortáveis ou incômodos, composições harmônicas ou caóticas, elas não possuem significado absoluto, mas é possível estabelecer relações com a história que permitem enriquecer o nível de detalhes sendo pensados. A profundidade de campo nos permite definir o que será focado e o que ficará de fora, reproduz a visão humana e nos permite diferentes aplicações ao definirmos o que o espectador deve prestar atenção ou não dentro de um plano. A montagem revela uma visão, sugere um estilo, estabelece relações e realiza associações, permite que todo significado da obra seja unificado. Por fim, a interpretação possui potencialidades interessantes no audiovisual, é possível criar a ilusão de realidade a partir de uma boa atuação e o uso adequado dos elementos expostos até aqui. Através da interpretação, um ator pode interagir com o mundo e outros personagens a partir de outras subjetividades que contribuam para a narrativa.

João Batista de Brito (1995, p. 242), ao explorar elementos que tornam um filme apreciável, estabelece alguns pontos que podem ser utilizados como critérios para avaliar a qualidade de uma obra audiovisual.

Em primeiro lugar, ele define que o filme (nesse caso, o conteúdo audiovisual) deve ter apreciabilidade, ou seja, o maior número de pessoas possível deve ser agradada ao usufruir do conteúdo. Em seguida, ele define que a obra deve ser revisitável, ou seja, deve suscitar no espectador vontade de rever. Além disso, deve buscar a artisticidade, ou seja, almejar o que se entende como perfeição artística no âmbito técnico, estético e estilístico, além de no conteúdo e na relação entre esses dois âmbitos. Por último, deve ter relevância histórica, ou seja, deve contribuir, na época em que foi feito, para algum tipo de debate ou problematização, seja em nível artístico ou social/cultural.

### PARTE III - REFLEXÕES SOBRE O PERCURSO METODOLÓGICO

#### 5. CONCEPÇÃO INICIAL

Meu interesse por audiovisual foi construído através do consumo cotidiano de conteúdos na *internet*. As produções cinematográficas que me fascinaram foram sugeridas por grupos de cinéfilos no Facebook e canais de críticos no Youtube. Com o tempo, passei a consumir o conteúdo de estudantes curta-metragistas estrangeiros no Youtube e no Vimeo e, concomitantemente, a encarar esse tipo de produção enquanto possibilidade profissional e acadêmica.

Muitos desses produtores não produziam apenas curtas-metragem, mas também *vlogs* e outros vídeos que me mantiveram consumindo Youtube consistentemente nos últimos anos. Sendo algo tão próximo do meu cotidiano e pouco explorado enquanto possibilidade com especificidades linguísticas e de formato na faculdade de comunicação da UnB, considerei um desafio enriquecedor propor-me a pensar e desenvolver um projeto para esse ambiente sociodigital.

Somado a isso, desde a minha inserção no contexto universitário, temas políticos passaram a me interessar cada vez mais, contudo, nunca consegui me adaptar às formas de organização política mais clássicas em partidos, organizações, etc. e notei que grande parte do que me interessava no tema era a comunicação política. Uma grande parcela do que eu consumia no Youtube consistia de conteúdos que poderiam ser enquadrados dentro dessa compreensão, discutiam questões de gênero, sexualidade, geopolítica, bases teóricas da esquerda, e, há alguns anos, um dos meus canais favoritos na plataforma se tornou o *Contrapoints*, comandado pela Natalie Wynn, e que, mensalmente, debate temas diversos sob uma ótica progressista, sempre de forma crítica e incisiva e com a utilização de diversos recursos narrativos e estilísticos característicos do canal.

Entretanto, posso definir uma ida ao barbeiro como a experiência que definiu o meu trabalho em um primeiro momento e me fez optar por seguir na produção de um canal no Youtube com objetivos informacionais e sob uma ótica progressista. Barbearias não são ambientes que comumente me sinto confortável para estar, a sociabilidade masculina sempre me excluiu e, conseqüentemente, não me sinto seguro para interagir nesses espaços. Nessa ocasião específica, caminhei até a barbearia, escrevi meu nome na lista de espera e sentei para



esperar o meu atendimento. Enquanto isso, outros clientes chegaram e passaram a conversar com o barbeiro. Em determinado momento, surge o assunto Marielle Franco. Ela havia sido assassinada alguns meses antes. Todos os homens na barbearia passaram a exprimir comentários raivosos à deputada carioca, expondo todo tipo de preconceito racial e de orientação sexual, além de dialogarem com base em informações falsas que já haviam sido desmentidas. Naquele dia, mais cedo, eu havia lido sobre os projetos e políticas que Marielle estava envolvida na época em que foi assassinada e foi um choque ver todas essas pessoas que poderiam ter sido diretamente impactadas positivamente pelo que ela lutava, reduzindo o debate a ofensas raivosas e infundadas acerca de uma admirável figura política.

Dessa experiência saí com dois interesses: compreender os motivos que tornam as *fake news* e ações de desinformação eficazes e de que forma eu, enquanto estudante de comunicação social, poderia elaborar estratégias que contra-atacassem as campanhas de difamação e destruição de reputação da Marielle Franco, que vinham sendo engendradas por grandes políticos como forma de desmoralizar uma carreira política construída a partir dos interesses da população e não na manutenção de opressões do Estado nem dos interesses das elites.

Com o tempo, a partir das pesquisas iniciais e dos primeiros contatos com os conceitos expostos por Stephen Duncombe explorados anteriormente neste trabalho, o meu interesse mudou ao refletir sobre uma sugestão do autor sobre como os campos progressistas deveriam prezar por uma atitude mais propositiva e menos reativa. Dessa forma, a proposta deixa de ser combater *fake news* para, a partir da compreensão de que tipo de discursos enganosos ou distorcidos estão sendo propagados na contemporaneidade, direcionar as pessoas a apoiarem e reconhecerem a importância de políticas similares às que Marielle Franco buscava desenvolver. Essa proposta parece estar muito mais alinhada ao tipo de conteúdo que mais me chamava a atenção nos ambientes sociodigitais.

A formulação completa da concepção veio em seguida, ao conectar essa vontade de produção comunicacional política com esses interesses prévios relacionados ao audiovisual e ao Youtube. Portanto, a primeira concepção do projeto foi construir um canal informativo no Youtube que tivesse como objetivo abordar temas de interesse social e, portanto, políticos, sob uma ótica progressista, a fim de propagar essas ideias. A ideia era que os temas a serem abordados fossem definidos sempre a partir das questões em debate na sociedade no momento.

As principais questões que se colocaram nesse primeiro momento foram: como tornar essas discussões e debates interessantes, mais facilmente assimiláveis e mais universais? Grande parte do que eu assistia de comunicação política parecia reverberar mais entre pessoas que já pensavam da mesma forma e parecia gerar uma dinâmica de comunicação entre pares, de reafirmação de opiniões já estabelecidas ou aprofundamento de concepções que já possuíam predisposição para germinarem. Além disso, os discursos pareciam se apoiar excessivamente no racional, em formular explicações, réplicas e elucubrações acerca dos temas propostos. Nesse sentido, encontrar o canal *Contrapoints* foi um momento que se tornou possível visualizar, na prática, como seria falar sobre esses temas de forma diferente, empregando diversos recursos que havia aprendido durante a minha graduação, mas não para contar histórias ou desenvolver filmes, mas informar e engajar os indivíduos politicamente, além de desafiar o senso comum acerca de diversos assuntos.

Trago, a título de exemplo, o vídeo “Men”<sup>15</sup>, em que Natalie Wynn aborda questões acerca da construção da masculinidade e diversas complicações subsequentes. A autora faz uma análise histórica, social e acadêmica sobre o tema e explora tudo isso em um vídeo de trinta minutos que busca problematizar e complexificar algo que está relacionado a diversas questões atuais, como violência, crescimento de grupos de extrema direita, supremacistas brancos, etc., mas, ao produzir essa análise utilizando uma vestimenta *bondage*, deitada em um sofá e com um discurso que se apoia em diversas referências, metáforas e recursos humorísticos, transforma a discussão em uma reflexão mais compreensível, interessante e, mesmo que não proponha soluções, consegue formular uma sensação de direcionamento que Duncombe explora em sua obra ao propor o espetáculo ético. A ideia seria trabalhar com recursos do espetáculo não apenas para mudar as coisas de forma prática, mas trabalhar com os sentidos das pessoas e oferecer um guia de comportamento cidadão. A direção que Natalie aponta no vídeo consiste na ideia de que precisamos reconhecer de fato as questões da construção da masculinidade, os sofrimentos legítimos que ela causa e o colapso do conceito de masculinidade na contemporaneidade e o conseqüente impacto na identidade dos homens. Como resultado, esses homens frustrados e com uma identidade fragmentada estão sendo mobilizados por um discurso que os promete grandiosidade e certo retorno a um ideal masculino clássico, mas é vazio e produz mais violências. A partir disso, poderíamos lidar

---

<sup>15</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=S1xxcKCGljY>> Acesso em: 03 dez 2020. Legendas em português disponíveis.

com as questões relacionadas aos homens a partir de outro lugar, de uma compreensão que difere do que os campos progressistas têm geralmente feito, que, segundo Natalie, tem sido prometer uma revolução como solução ou apontar a masculinidade como tóxica sem oferecer outros modelos possíveis. A autora argumenta que não basta discutir e rebater discursos de ódio, não basta fechar fóruns e sites misóginos, é necessário também uma reforma da masculinidade que forneça novos modelos aos homens e, nesse sentido, incentivar grupos de discussão de masculinidade pode ser uma proposta possível.

Essa abordagem do canal *Contrapoints* chamou minha atenção e considero que os argumentos desenvolvidos por Duncombe em *Dream: Re-Imagining Progressive Politics in an Age of Fantasy* (2007) conseguem dar conta de muitas das noções desenvolvidas por Natalie nos vídeos. Entretanto, considero que algumas especificidades de suas produções tendem a favorecer que os conteúdos se configurem como comunicação entre pares. Um primeiro ponto é o fato de seus vídeos terem duração de, no mínimo, 30 minutos, o que favorece que o público seja composto por pessoas que já conhecem e consomem aquele conteúdo. Um segundo ponto se torna claro quando observa-se os comentários: as discussões são travadas entre indivíduos que se consideram dentro dos campos progressistas (entre feministas radicais e militantes *queer*, por exemplo) e pode favorecer dinâmicas que já são bem estabelecidas nos ambientes digitais que consistem em prezar por debates infundáveis acerca de divergências dentro da esquerda enquanto a extrema direita se comunica diretamente com a população.

Partindo dessas concepções preliminares, pude decidir o que pesquisar e para qual caminho seguir. A concepção inicial, contudo, sofreu alterações devido às dinâmicas resultantes da pandemia e da quarentena causadas pelo COVID-19 e serão abordadas nos trechos seguintes.

## 6. PESQUISA

O processo de pesquisa correu de forma bem fluida. Como não se tratava apenas de produzir conteúdo audiovisual narrativo ficcional, havia diversas questões com as quais eu precisava me familiarizar para ter base teórica suficiente para produção de conteúdo informativo e político.

Em um primeiro momento, a busca foi guiada por compreender o Youtube, suas dinâmicas e as especificidades dos ambientes sociodigitais. A partir desses estudos, concentrei-me no aprofundamento sobre os conceitos de Duncombe, como o de espetáculo ético, o que me levou a ler sua principal obra e me instigou a pesquisar noções sobre narrativas. Esses três pontos foram a base de pesquisa do presente trabalho.

O processo se deu de forma relacional. Conforme realizava a leitura de um texto, era apresentado a outros autores e, dessa forma, buscava me familiarizar com algumas de suas obras. Algumas leituras rapidamente se mostraram fora do escopo deste trabalho e outras contribuíram em nível basilar. A obra de Duncombe (2007), por exemplo, foi acessada a partir de citações na obra de Jenkins (2009). A ordem de acesso aos materiais se deu basicamente da mesma forma como estão expostos na seção de exposições teóricas.

Para cada um dos textos lidos, foi elaborado um fichamento que elencava e resumia diversos conceitos e pontos que eram de interesse para concepção do trabalho proposto. O formato dos fichamentos mudava de acordo com o tamanho e importância da obra para o trabalho. Artigos foram mais simples de sintetizar e organizar, livros exigiram uma capacidade maior de sintetização e de seleção do que era essencial ao trabalho. O processo mais confortável consistia em ler os textos, realizar marcações e anotações (tanto em conteúdos *online* quanto em conteúdos físicos) e, posteriormente, retornar ao material e reler essas anotações, sintetizando e organizando essas informações em notas no programa *Evernote*.

## **7. O CANAL NO YOUTUBE**

A concepção inicial do projeto definia a produção de um canal no Youtube e a realização de um vídeo para ser propagado a partir dessa plataforma. Contudo, as dinâmicas resultantes do processo de quarentena que todos sofremos em 2020 e complicações pessoais resultantes da pandemia impediram, em nível prático, a realização de diárias de filmagem com equipe e elenco, visto que seria perigoso à saúde de todos e de seus familiares. Houve uma tentativa de produção desse conteúdo integralmente por mim, filmando, produzindo e atuando, contudo não possuo domínio de todas as áreas e o material resultante dessa tentativa ficou muito aquém do que considero apresentável e, durante o tempo que tive os equipamentos disponíveis para utilização, pouco foi filmado, tornando inviável a produção

desse conteúdo completamente sozinho dentro do tempo disponível. Além disso, a pandemia me impôs desafios relacionados a questões financeiras, e, portanto, meu tempo para desenvolvimento do trabalho foi drasticamente reduzido pela necessidade de trabalhar mais.

Isto posto, a concepção inicial foi reavaliada e readaptada de forma a contemplar apenas o planejamento de como o canal funcionaria e o roteiro de um vídeo que estabeleça a natureza do conteúdo proposto. Dessa forma, nessa seção irei abordar a concepção do canal, sua identidade, princípios guiadores, proposta de fluxo de trabalho e dinâmica de funcionamento, justificando as decisões.

Retomando as exposições acerca do conteúdo do canal, ele seria constituído por produções que visam discutir temas atuais rompendo com o senso comum, aprofundando discussões e instigando novas interpretações. Toda essa produção seria guiada por princípios progressistas e de esquerda, visto que, tendo como base minhas compreensões acerca do mundo, creio ser um campo de pensamento que valoriza os indivíduos independentemente de suas origens e busca sempre prezar por produzir maior igualdade, justiça, oportunidade e democracia sem estar ligado a motivações econômicas e interesses de elites. A proposta é tornar temas áridos, complicados e que são alvos frequentes de campanhas de desinformação em conteúdo de entretenimento que seja de fácil e simples consumo, atrativos visualmente, com uma narrativa que trabalhe com a imaginação, os sonhos e os desejos do indivíduo.

As questões acerca de como produzir conteúdo que pode ser considerado interessante e atrativo foram o grande foco das exposições teóricas, com as contribuições de Duncombe (2007) compondo a coluna vertebral do trabalho nesse aspecto. A proposta é trabalhar com o conceito de espetáculo ético e seus recursos na construção do canal e dos vídeos para produzir conteúdo propagável (JENKINS, 2009). Nesse sentido, as contribuições até aqui expostas de Duncombe e Jenkins são grandes princípios guiadores para a elaboração do produto.

É essencial, contudo, aprofundar no que busco comunicar ao referenciar a ideia de romper com o senso comum e propor outro ponto de vista. O senso comum pode ser compreendido como aquilo que não desafia a base de sentido social, é "a média do projeto ideológico da classe dominante, essa classe consegue manter sua hegemonia na base do consentimento" (FERNANDES, 2019, p. 13). Conforme Fernandes (ibid) aponta, esse projeto ideológico dominante funcionaria de forma a impedir que as pessoas tivessem consciência sobre sua situação material. Dessa forma, o objetivo de romper com a base de sentido social e buscar ir além se dá "de modo que o senso comum produzido e reproduzido sob a hegemonia

possa ser confrontado com o propósito de também trazer outros para um questionamento sob posição crítica." (FERNANDES, 2016, p. 494).

Em suma, o objetivo do produto proposto é contribuir para desnaturalizar o que compõe a base de sentido social atual. Podemos elencar dois recursos discursivos que tensionam o senso comum: o óbvio e o absurdo. Aprofundar nesses recursos é importante pois, durante o processo de definição de ideias, se tornaram elementos centrais para elaboração do produto.

O óbvio, nesse caso, seria aquilo que é claro para todos, mas ainda não foi digerido e interpretado pelo senso comum e não faz sentido além da obviedade da afirmação. Dessa forma, afirmar coisas como "o trabalhador é explorado" é óbvio, mas o sentido por trás disso não está no senso comum (informação verbal)<sup>16</sup>. Por outro lado, o absurdo é uma forma de explicitar o óbvio através da exacerbação da realidade de uma forma mais interessante, dando margem para explorações criativas.

Na obra de Duncombe (2007, p. 166-167), o autor aborda como os zapatistas trabalhavam com o absurdo através dos sonhos e da imaginação para criar grande poder simbólico. Houve um episódio em que eles mostraram ao exército mexicano seu grande poder aéreo ao "atacar" um acampamento de soldados com aviõezinhos de papel. Nos papéis, ele exigiram a rendição do exército. Não tinham armas, nem como batalhar, mas trabalharam com o absurdo: atacaram com papéis um exército que tinha fuzis e metralhadoras e, nesse processo, permitiram que aqueles que soubessem dessa história tivessem acesso a uma miríade de interpretações e fosse formado um simbolismo poderoso ao redor da ação.

Outro ponto importante, que já foi mais profundamente explorado durante a conceitualização teórica do trabalho, é quanto ao objetivo de desenvolver um conteúdo que preze pela participação e pela ação, em contraste com uma passividade que as redes sociais cultivam. No artigo *Communicative Capitalism: Circulation and the Foreclosure of Politics* (2005, p. 54-57), Dean aborda como as redes sociais criaram um espaço em que acredita-se que discutir e falar sobre algo naquele ambiente é ação política. Nesse sentido, discute-se e polariza-se ao máximo sem que esses agentes que estão nas redes estejam de fato fazendo ação política que tenha impacto sobre a realidade material. Eu me incluo nisso. Há certa satisfação e um sentimento de realização diante do se sentir impotente diante das injustiças do mundo, mas poder compartilhar um vídeo que fala sobre isso para que mais pessoas

---

<sup>16</sup> Discussão exposta pela professora Sabrina Fernandes na disciplina de Introdução à Sociologia, UnB.

saibam das injustiças do mundo. Conscientização é fundamental, mas a dinâmica das redes sociais parece morrer aí. Estamos todos supostamente conscientes de tudo e paralisados por isso.

Busco, abaixo, listar algumas definições e planejamentos acerca do funcionamento do canal proposto.

- **Frequência de postagem de novos conteúdos:** um vídeo por mês, visto que seriam produções demoradas e trabalhosas. A plataforma exige uma periodicidade de produção para manter o conteúdo relevante e sugerir a outros usuários, um vídeo por mês é exequível ao tipo de conteúdo proposto;
- **Estrutura básica dos vídeos:** Duração variável conforme complexidade do assunto e enquadramento optado, mas limitando-se a no máximo quinze minutos, sendo de cinco a sete o ideal. Os vídeos empregariam recursos como animações, entrevistas presenciais ou virtuais, narração e dispositivos explicativos com alguém em posição de apresentador, sempre utilizando recursos estilísticos, narrativos e linguísticos bem definidos e característicos do canal. A partir de uma pesquisa, será elaborado um roteiro que busca envolver o espectador no assunto e torná-lo parte do tema que está sendo discutido;
- **Temas:** Questões que estejam relacionadas ao político e social no Brasil, de forma multidisciplinar, podendo extrapolar para outros assuntos que permitam abordar esses temas de forma transversal;
- **Proposta de fluxo de trabalho:** O organograma de produção consistiria basicamente de uma semana e meia de pré-produção, onde haveria pesquisas, entrevistas de familiarização com o tema, roteirização e resolução de questões para viabilizar a produção, como a compra de algo específico ou produção de algum cenário; uma semana e meia de produção, onde o roteiro sofreria ajustes finais, conteúdo seria gravado, animações produzidas, entrevistas gravadas e uma semana de pós-produção, onde haveria a edição, finalização das animações, edição de som e mixagem e publicização e propagação do conteúdo.

## 8. O ROTEIRO

Conforme explicitado nas seções anteriores, a concepção inicial precisou ser adaptada às possibilidades oferecidas pelo contexto contemporâneo ao desenvolvimento deste trabalho. Dessa forma, o produto não pôde ser desenvolvido até sua última etapa, o que me fez optar pela apresentação de um roteiro que exemplificasse o tipo de conteúdo que o canal produziria a partir das reflexões teóricas abordadas.

No apêndice A está disponibilizado o roteiro desenvolvido. Nas seções seguintes, trago o processo de concepção, justificativa e maiores detalhes acerca da produção.

## 8.1 SEGURANÇA PÚBLICA

O roteiro do que seria o primeiro vídeo do canal versa sobre o tema de segurança pública, uma das questões centrais em termos políticos e sociais na sociedade brasileira contemporânea. A escolha do tema ocorreu após a leitura de uma matéria do jornal Folha de S. Paulo, intitulada *Com popularidade em alta, Bolsonaro tenta emplacar pautas de costumes no Congresso*<sup>17</sup> (BRANT e CHAIB, 2020), em que é abordado como, em meio a uma crescente popularidade do presidente nas pesquisas de opinião devido ao Auxílio Emergencial colocado em prática durante a pandemia, houve uma série de articulações políticas para aprovação de pautas conservadoras, entre elas, a maior flexibilização do porte de armas.

O argumento progressista mais popularizado acerca da segurança é sobre a necessidade de solucionar os problemas sociais que causam a violência para que, conseqüentemente, seus níveis caiam. Uma preocupação que surge a partir dessa argumentação é que talvez ela seja abstrata e distante demais para conseguir mobilizar os sentimentos de medo da população, que são muito mais facilmente cooptados por discursos como do porte de armas.

Primeiramente, seria necessário questionar qual o senso comum sobre o tema e o que poderíamos trazer de novo para a discussão. Algumas inferências possíveis de serem formuladas acerca do senso comum é que ele costuma entender que, se eu tenho uma arma, eu posso me defender e a expectativa de que eu tenha como me defender vai fazer o número de crimes cair. O óbvio na questão é que o Brasil é um país com questões sociais profundas, questões de gênero extremamente problemáticas e que, claro, violência não acaba com violência, ter mais armas em circulação só contribuiria para uma ciclo de violência

---

<sup>17</sup> Disponível em:

<<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/09/com-popularidade-em-alta-bolsonaro-tenta-emplacar-pautas-de-costumes-no-congresso.shtml>> Acesso em: 03 dez 2020



interminável. Além, claro, que, se analisarmos para quem a posse e o porte serão flexibilizados, podemos ver, por exemplo, ex-policiais na lista, o que gera preocupações acerca da formação de grupos paramilitares e o fortalecimento deles.

Contudo, essa percepção inicial acerca do senso comum não se sustentou quando pesquisei a aprovação popular sobre o tema. Segundo pesquisa do Datafolha de Julho de 2019<sup>18</sup>, 66% dos brasileiros são contra a posse de armas e 70% rejeitam a flexibilização do porte. A pesquisa aponta que esses números são crescentes, o que indica que a população brasileira tem percebido que colocar mais armas em circulação não é a solução para a crise instaurada na segurança pública do país. Entretanto, desde que se tornou presidente, Bolsonaro têm feito diversas articulações que vão em sentido contrário aos desejos da população, revogando portarias rígidas acerca do controle e identificação de armas de fogo, flexibilizando o acesso a diferentes categorias, aumentando a quantidade de armas e projéteis que cada indivíduo pode comprar, etc.

Podemos analisar o resultado das ações e articulações presidenciais na realidade brasileira. Segundo dados da Polícia Federal fornecidos à Folha de S. Paulo, de janeiro a agosto de 2020, 105.603 novas armas de fogo foram vendidas para cidadãos comuns, empresas de segurança privada e outras categorias especificadas em lei, superando o número total do ano anterior. Apenas no primeiro semestre, houve um crescimento de 200% em relação ao primeiro semestre do ano anterior. Tudo isso em meio a um contexto de isolamento social, quarentena e pandemia. Somado a isso, também segundo dados coletados pela Folha, o número de munições vendidas cresceu 18,8% entre Janeiro e Maio de 2020, se comparado com o ano anterior.

Essas observações são importantes por dois motivos, o primeiro diz respeito ao fato de que as armas de fogo são, no Brasil, as maiores responsáveis pelos assassinatos. Segundo dados do 14º Anuário Brasileiro de Segurança Pública (Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2020)<sup>19</sup> 73% das mortes violentas que acontecem no país são causadas por armas de fogo. O segundo ponto é que foi observado o crescimento de 7% no número de assassinatos no primeiro semestre deste ano em comparação com 2019, resultando em 25.712 pessoas

---

<sup>18</sup> Disponível em:

<<http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2019/07/1988232-66-sao-contrario-posse-de-armas.shtml>>

Acesso em: 03 dez 2020.

<sup>19</sup> Disponível em:

<<https://forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2020/10/anuario-14-2020-v1-interativo.pdf>> Acesso em: 03 dez 2020.

mortas. Bem, se no Brasil se mata principalmente com armas de fogo, se elas estão se tornando mais facilmente disponíveis ao público e temos um quadro de crescimento no número de assassinatos, podemos inferir que a política armamentista tem alguma influência nesse aumento de mortes. Natália Pollachi, da organização Sou da Paz, argumenta que costumamos a achar “ [...] que as armas do crime vêm da fronteira, mas, quando as rastreamos por número de série, percebemos que muitas foram armas de pessoas comuns, atiradores, caçadores que foram parar no mercado ilegal.”<sup>20</sup> (LOPES, 2020).

A partir dessa breve análise, resolvo optar por refletir acerca da falta de segurança que as pessoas sentem e como direcionar esse sentimento de modo a engajá-las em direção a outras soluções. Esse é um assunto que envolve o medo de ser morto e o medo de perder bens que o capitalismo disse nos pertencer por direito após tanto trabalho duro. Como canalizar esse medo em uma direção que não cause mais violência, não aumente o número de armas disponíveis no país, não facilite a compra e a revenda ilegal?

O passo seguinte, portanto, foi buscar compreender melhor o tema da segurança pública no Brasil não apenas através de dados, mas por meio de artigos que trouxessem reflexões e contribuições de pensadores acerca do tema. Compreendendo melhor, poderia decidir que tipo de abordagem tomar para a elaboração do roteiro.

Os autores do artigo *Estado, polícias e segurança pública no Brasil* (LIMA; BUENO; MINGARD, 2016), argumentam que naturalizamos, há muito tempo, taxas de crime, estupros e homicídios absurdas e vivemos em um contexto de medo formado por ameaças do crime organizado, constantes roubos e furtos, sequestros, uma polícia violenta e um Estado que não consegue solucionar esses desafios (ibid, p. 65). Acrescentam que as instituições, cobradas pela população e pela mídia, que possuem a ideia que o país tem leis lenientes demais, são guiados a estratégias direcionadas ao endurecimento de leis e, “ao fazer isso, as instituições erram no diagnóstico e erram no remédio.” (ibid, p. 65).

Outra questão que os autores apontam é acerca da forma como a segurança pública tem sido deixada a cargo das forças policiais e da lógica penal, limitando as possibilidades de resolução da violência a atividades punitivas que, ano após ano, têm se mostrado insuficientes e ineficazes para lidar com o problema (ibid, p. 50). Os autores ainda notam que o ganho

---

<sup>20</sup> Trecho retirado da matéria *Venda de munições cresce 24% no governo Bolsonaro*, do jornal Folha de S. Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/07/venda-de-municoes-cresce-24-no-governo-bolsonaro.shtml>> Acesso em: 03 dez 2020.

poderia ser grande, caso a violência fosse uma questão que toda a esfera política estivesse comprometida a resolver, produzindo uma dinâmica estatal diferente em relação à população (ibid, p. 55). No contexto atual, a segurança pública estaria se assemelhando mais a uma defesa dos interesses do Estado e a dinâmica criada seria responsável por uma lógica de combater inimigos, vendo diversos setores da sociedade como potencialmente perigosos (devido a classificações de classe e raça, por exemplo) e produzindo política de segurança que se resumem a neutralizar, vigiar e punir esses setores (ibid, p. 57).

Todo esse quadro teria raízes históricas profundas no Brasil, mas, em termos mais recentes, poderíamos considerar o processo de redemocratização como um momento em que diversas questões poderiam ter sido radicalmente alteradas, mas foram apenas reconfiguradas (como no caso da Polícia Militar):

A emergência e a politização do tema do combate à violência durante os primeiros anos da democracia tiveram o efeito de frear as pretensões de reforma do sistema de justiça e, em vez da reforma, pautaram o reforço das estruturas já existentes: mais polícia, mais prisão, mais pena (para adultos e para adolescentes), mais armamento. (ibid. p. 58)

No artigo *Quando o Estado de exceção se torna permanente: Reflexões sobre a militarização da segurança pública no Brasil* (SOUZA e SERRA, 2020), os autores refletem precisamente sobre como esse aspecto militar perdura na segurança pública brasileira, criando uma lógica que reproduz dinâmicas de guerra dentro das nossas cidades. A polícia ter caráter militar seria um dos grandes impeditivos para a resolução da questão da violência.

Buscando explicar como esse quadro se formou historicamente desde a redemocratização, os autores apontam que, já na época da Constituição de 1988, havia grande clamor por mais segurança, só que os debates políticos foram principalmente destinados a “[...] prisões de segurança máxima, redução da maioria penal, liberalização da posse de armas, pena de morte, não punibilidade da violência policial, guerra às drogas, criminalização dos movimentos sociais [...]” (ibid., p. 207), enfim, endurecimento de políticas repressivas e punitivas. Os autores apontam como todo esse quadro teria formado um contexto em que a morte se torna parte da política de segurança e, um recurso que deveria ser restrito às lógicas de guerra, se torna parte do cotidiano do país, sempre em guerra com um inimigo imaginário que é fabricado pelas próprias injustiças do Estado para que seja financiado um conflito difícil de ser justificado.

Os autores argumentam que essa política repressiva tem sido colocada em prática no Brasil sob diversas formas e resultado em uma das polícias mais letais e uma das maiores populações carcerárias do mundo. Contudo, o número de crimes, violências e assassinatos parecem se manter relativamente estáveis ao longo dos anos (ibid, p. 215). A síntese seguinte elaborada pelos autores oferece uma compreensão geral acerca da questão e uma solução que reverbera com os objetivos e princípios do canal.

O militarismo pressupõe uma *sacralização da pena e da segurança*; ao mesmo tempo que há um clamor por penas ainda mais severas e rigorosas, verifica-se também uma *deslegitimação* dos Direitos Humanos (Freixo, Serra e Medeiros, 2012). A *sacralização da pena* se articula com a despolitização dos conflitos sociais. A desconstrução do dispositivo militarizado passa pela politização dos conflitos sociais e, portanto, pelo retorno à política enquanto atividade imprescindível à sociabilidade humana (Serra e Zaccone, 2012). (ibid, p. 218)

Essa argumentação é aprofundada no artigo *Legitimidade da polícia: Segurança pública para além da dissuasão* (ZANETIC et. al., 2016), no qual os autores defendem que o Brasil tem prezado por um modelo de segurança pública e prevenção de crimes que se assenta na dissuasão, ou seja, parte-se do princípio que crimes e assassinatos são cometidos a partir de uma reflexão do indivíduo criminoso que considera incentivos positivos que seu crime pode lhe oferecer e compara com possíveis repressões e punições (ibid, p. 151). A política de segurança resultante desse raciocínio busca tornar os riscos tão altos para os indivíduos que a escolha pessoal de cada um nunca seria prezar pelos incentivos positivos, visto que a punição seria certa e severa, não compensando suas ações nem o que poderia ganhar do crime. Esse modelo busca, portanto, dissuadir o indivíduo de cometer qualquer ato criminoso com base em uma força negativa, ou seja, nessa dinâmica ele teria mais a perder do que a ganhar. Para esse modelo se sustentar, é essencial que as penas sejam extremamente duras, o policiamento seja rígido e violento (visto que precisa mostrar o que o indivíduo vai sofrer caso cometa algum crime) e exista sempre uma dinâmica que busque endurecer cada vez mais qualquer medida de repressão (ibid, p. 152). E, mesmo que esse modelo já venha sendo aplicado há décadas, quiçá séculos, continuamos lidando com o mesmo problema de violência. A ineficácia dessa estratégia é comprovada:

Lourenço encontrou, no entanto, efeitos significativos e positivos - ou seja, conforme aumenta o número de presos de um ano, aumenta também o número de crimes no ano seguinte. Isso demonstra, para esse caso particular, a ineficácia da teoria da dissuasão na contenção da criminalidade (Lourenço, 2015) (ibid, p. 155)

O artigo argumenta (ibid, p. 159) que esse modelo é insustentável, custoso e ineficaz e que prezar por construir legitimidade social por meio de ações cotidianas que transmitem à população confiança nas organizações que garantem segurança e execução das leis pode ser uma solução com resultados melhores. O problema da estratégia atual é que o cidadão é um inimigo a ser combatido e não há espaço para resolução conjunta de problemas na sociedade com participação popular, isso se expressa, por exemplo, no treinamento policial que busca substituir a identidade civil do oficial por uma identidade militar, prezando por um funcionamento que separa a polícia da sociedade e trata os indivíduos como suspeitos por padrão.

Partindo da compreensão oferecida pelos autores que a legitimidade é construída a partir da percepção cotidiana de que a ação das instituições é justa, justificável e segue regras, podemos afirmar que o Estado brasileiro possui pouca legitimidade, visto que sua imagem está sempre atrelada a processos de corrupção na visão popular. Somente com um funcionamento que preze pelo bem da população, seja justo, presente e eficaz, pode haver confiança no Estado, quando os indivíduos veem na prática que ele serve aos interesses gerais. Quando o Estado alcança legitimidade quer dizer que os cidadãos estão sendo assistidos, têm o que comer, têm o que beber, onde morar e podem, portanto, escolher ou não cometer um crime, já que suas necessidades básicas estão atendidas. No contexto atual, o Estado não garante essas prerrogativas e a polícia é apenas uma ferramenta de repressão aos problemas sociais que não foram solucionados.

Segundo Beetham (1991), a legitimidade é constituída por três dimensões: consentimento (reconhecimento do direito da autoridade de exercer poder), legalidade (poderes prescritos de acordo com normas e valores sociais) e valores compartilhados (convergência entre objetivos e valores entre as autoridades e aqueles que a elas se submetem). Para se estabelecer, manter e se reproduzir, todas as instituições precisam se legitimar, de maneira que a legitimidade também é a base do poder da polícia. Uma força policial legítima seria aquela que é obedecida não por medo, mas porque exerce o poder de maneira adequada. De acordo com as dimensões propostas por Beetham, a legitimidade da polícia seria, portanto, a percepção de que a polícia age de acordo com certas regras, que são justas e justificáveis e que gera consentimento do público. (ibid, p. 159)

Por conseguinte, podemos afirmar que diversas instituições no Brasil não têm legitimidade e para que isso aconteça, é essencial que ocorram diversas reformas estruturais simultaneamente, que garantam maior justiça social e alterem na essência a relação estatal com a sociedade. Nesse quadro, a população reconheceria as forças de segurança pública como legítimas e buscariam cooperar e obedecer. Para isso acontecer, os autores apontam que

é necessário que essas instituições busquem por uma maior participação popular nas decisões (nesse sentido, uma polícia militar é inadmissível), sejam neutras em termos de impessoalidade, sejam transparentes e prezem por noções de accountability, tratem os cidadãos com dignidade para que haja confiança nas autoridades e os cidadãos saibam que as decisões tomadas visam o bem-estar social.

Zanetic et al (2016) exemplifica como essa segurança pública feita por instituições com legitimidade social ganharia forma ao explorar ideias como parcerias das forças de segurança com lideranças locais, construção de mecanismos para interação das comunidades com as autoridades, tomada de decisões de forma participativa e dialógica e processos de justiça restaurativa, em que o ofensor participa diretamente da reparação de danos.

Com base nas reflexões trazidas acima, foi definido que a construção do roteiro prezaria por argumentos que pudessem desnaturalizar a questão da violência no Brasil, explorar dados e abordar como os sentimentos da população têm sido mobilizados em uma estratégia que é pouco eficaz e, além disso, buscar oferecer um horizonte com opções mais objetivas e imediatas de pautas a serem debatidas.

Com esse enquadramento estabelecido, o passo seguinte foi pensar como explorar esses argumentos em termos de narrativa e estética tendo como base as reflexões feitas no referencial teórico. Para construção da narrativa, uma estratégia tomada foi a de utilizar cartões em branco para anotar todas as ideias e, em seguida, escolher as que mais pareciam interessantes à abordagem do tema. Passei alguns dias dedicado a pensar apenas em possibilidades e aprofundar cada uma delas, anotando todos os pensamentos e refletindo sobre suas potencialidades e pontos fracos. Miller (2020, p. 242) sugere essa etapa de *brainstorming* e maturação das ideias até que seja possível sintetizar em poucas linhas que facilitem o compartilhamento. Ao fim desse processo, formulei a seguinte ideia: Civilização alienígena envia cientistas sociais a diferentes planetas para conduzirem pesquisas acerca de questões detectadas como potenciais ameaças para a própria sociedade ou para o bem-estar intergaláctico e. O personagem da história é enviado ao planeta Terra para pesquisar acerca dos elevados níveis de auto-destruição da raça humana e compreender o que os levam a matarem uns aos outros, tendo o Brasil como recorte geográfico.

Optei por seguir nessa concepção por considerar que algumas potencialidades poderiam ser exploradas, como apresentar de forma absurda informações que temos naturalizadas socialmente, explorar o óbvio sob outros termos, oferecer uma perspectiva estrangeira acerca

de assuntos cotidianos e possibilitar a utilização do recurso estranhamento durante toda a história. Somado a isso, o lugar de pesquisador do personagem justificaria muitas de suas ações e todos esses aspectos poderiam contribuir para construção de uma narrativa atrativa.

Um desafio inicial foi definir a forma como essa narrativa seria abordada em termos audiovisuais e o que justificaria o personagem estar sendo filmado e falando sobre esses temas com uma câmera. Um recurso empregado como solução foram os registros. A ideia é que, para o desenvolvimento processual de sua pesquisa, o personagem realizaria gravações diárias, denominadas registros, que seriam gravadas pelo seu assistente robótico. No roteiro temos acesso a alguns desses registros em momentos importantes da pesquisa. Combinado à observações acerca de sua pesquisa, o personagem também expõe suas percepções sobre a raça humana e nossa cultura, permitindo que processos de identificação fossem gerados entre espectador e obra.

O segundo desafio diz respeito a como transmitir toda essa história acerca do personagem sem consumir tanto tempo desenvolvendo uma narrativa que não é o foco do projeto. A primeira cena foi desenvolvida de forma a sintetizar toda essa história pregressa e apresentar o tema do vídeo, os personagens e algumas de suas características.

O conflito inicial que busco estabelecer foi entre o personagem e sua missão: o personagem não gosta da raça humana, mas é um pesquisador que precisa se aprofundar nessa civilização e determinar se o planeta precisa sofrer algum tipo de intervenção alienígena, mas durante o desenvolvimento da história, o personagem passa a desenvolver um carinho pelos brasileiros e pedir uma intervenção nessa sociedade seria contra o que ele deseja. Contudo, o estabelecimento, desenvolvimento e resolução de um conflito foram questões difíceis de se elaborar ao mesmo tempo que havia uma série de informações e argumentos acerca da segurança pública a serem abordados. Dessa forma, considero que se tornou um recurso pouco explorado no roteiro, mas ainda presente. O gênero do vídeo possuiria traços de humor, mas poderia ser definido principalmente como conteúdo informativo.

Os arquétipos que busquei explorar foram os do viajante e do homem comum, visto que, ao mesmo tempo que estrangeiro, o personagem passa a se interessar pela cultura brasileira e se tornar um homem comum. O assistente robótico seria o sábio ou o profissional/trabalhador, focado em sua missão e portador de diversos conhecimentos. Foi outro desafio trabalhar e explorar esses arquétipos ao mesmo tempo que buscava expor e discutir as informações e reflexões acerca do tema. A proposta de Núñez (2009) acerca da

utilização de mitos e ritos foi incorporada ao buscar usar recursos fantasiosos que pudessem referenciar a realidade e oferecessem direcionamento em questão de como viver e agir. As metáforas também foram um desafio: como referenciar um arcabouço simbólico compartilhado culturalmente se o personagem principal não é sequer humano? Houve algumas tentativas e experimentações, mas no tratamento final do roteiro não há exploração desse recurso, visto que consumiria uma duração grande do vídeo para ser feita de forma satisfatória. Busquei, entretanto, referenciar a cultura de forma a causar proximidade entre público e obra e tomou-se cuidado com o tipo de vocabulário usado para não referenciar construções metafóricas contrárias aos objetivos progressistas do vídeo.

Ao buscar sintetizar todas essas ideias, é possível apresentá-las no formato que Núñez (2009) propôs:

- **Tema:** A história é sobre um pesquisador alienígena tentando compreender porque a raça humana ainda mata seres de sua própria espécie;
- **Argumento:** Um pesquisador de outra civilização intergaláctica é designado a pesquisar acerca da violência na raça humana, espécie que ele não gosta. O objetivo é definir se deve ser feita alguma intervenção no planeta Terra. Ao longo da pesquisa, ele compreende melhor as causas do problema e gradualmente se interessa mais pela cultura terrestre, expondo suas percepções e observações por meio de registros no qual ele interage com seu assistente robótico e registra o andamento da pesquisa e suas interações com a cultura.
- **Trama:** A história é estruturada por meio do acesso aos registros de pesquisa do personagem. Nos primeiros registros ele busca fazer uma análise da extensão do problema e um diagnóstico preliminar. Ao longo dos registros ele se aprofunda em análises culturais e reflexões de pesquisadores humanos para buscar compreender como funciona a sociedade brasileira e tentar entender as raízes estruturais do problema. Em seguida, ele busca definir se a raça humana precisa ou não de intervenção, analisando possíveis soluções e concluindo que já sabemos como resolver o problema, só precisamos construir a sociedade que queremos e isso não vai acontecer com nenhum tipo de repressão ou intervenção no amadurecimento da nossa sociedade.
- **Sentido:** Busca-se oferecer um direcionamento político para a questão da segurança pública no Brasil, abordando como o medo tem sido direcionado para resoluções que



não solucionam o problema e apontando que tipo de mudança estrutural é necessário e que tipo de demanda mais objetiva pode ser feita em um primeiro momento.

O quadro dos sete elementos do *Digital Storytelling* permitiu definir alguns outros pontos da história e clarear como ela se desenvolveria.

<b>Os sete elementos do <i>Digital Storytelling</i> (ROBIN, 2006, p. 2)</b>
<p><b>1. Ponto de Vista</b> - qual é a perspectiva do autor?</p>
<p>Minha perspectiva a respeito do assunto foi explorada previamente nesta seção mas, em suma, é que o problema da segurança pública não tem sido devidamente tratado por parte das autoridades governamentais e as soluções estruturais que precisamos fazer para uma sociedade mais segura não têm ganhado espaço na esfera de debate público.</p>
<p><b>2. A Questão Dramática</b> - uma questão que será respondida ao fim da história.</p>
<p>Em nível narrativo, a questão dramática é se a Terra deve sofrer algum tipo de intervenção para corrigir seu problema. Em nível de conteúdo, a questão dramática que busca ser respondida é o que fazer a respeito do problema da segurança pública no Brasil.</p>
<p><b>3. Conteúdo Emocional</b> - questões sérias que dialogam conosco de forma pessoal e poderosa.</p>
<p>Falar sobre segurança é algo que reverbera junto a sociedade brasileira porque o medo de ser assaltado ou assassinado faz parte do nosso cotidiano e falar sobre essa questão é imediatamente algo que acessa níveis mais pessoais do indivíduo.</p>
<p><b>4. A Dádiva da sua Voz</b> - uma forma de personalizar a história para ajudar a audiência a entender o contexto.</p>
<p>Toda a narrativa desenvolvida sobre o alienígena pesquisador busca personalizar a abordagem do assunto para que seja tanto entretenimento quanto acesso a informações e</p>

reflexões.
<p>5. <b>O Poder da Trilha Sonora</b> - música e outros sons que dão suporte à trama.</p> <p>Busquei explorar no roteiro a utilização de músicas brasileiras que fazem parte do imaginário popular, a fim de aproximar o personagem do público.</p>
<p>6. <b>Economia</b> - para colocar de forma simples, usar conteúdo apenas para contar a história sem sobrecarregar o espectador com informações demais.</p> <p>Diversos trechos da história foram cortados e grande parte do primeiro tratamento do roteiro foi descartada, buscando deixar apenas o que poderia contribuir para construir uma narrativa interessante e passar todas as informações que se buscava.</p>
<p>7. <b>Ritmo</b> - relacionado com a economia, mas lida especificamente com o quão devagar ou rápido a história progride.</p> <p>Por ser um assunto que exige abordagem de vários aspectos, optou-se, nesse roteiro, por uma duração maior e um ritmo mais lento para não realizar uma análise muito simplista ou de difícil assimilação.</p>

Abaixo, busco sintetizar e justificar cada uma das cenas, suas concepções e objetivos.

- **Cena 01:** Apresentação da história, dos personagens, contexto e estabelecimento do clima e objetivo do vídeo. Busquei desenvolver a ideia que o personagem já tenha tido contato com a Terra e esteja triste em retornar e seja uma surpresa essa nova pesquisa. Foram feitos alguns apontamentos referentes à direção de arte, visto que o personagem teria outra forma e outro corpo, mas para estudar nossa civilização, assumiu um corpo humano. Em seguida, ele toma conhecimento de sua missão e inicia a pesquisa. O recurso musical ao fim da cena foi pensado de forma a separar o que seria a introdução do vídeo do seu desenvolvimento, criando uma sequência que pudesse gerar algum nível de humor e de proximidade com o público.
- **Cena 02:** Temos contato com o registro 029, no qual o personagem aborda observações e dados preliminares. A ideia foi explorar essas informações com muito

estranhamento e buscando dimensionar o quão absurdas são e tentar traçar um diagnóstico básico a partir da experiência do personagem com pesquisas em civilizações menos avançadas. Ao fim da exposição das ideias, busquei construir uma interação entre o assistente robótico e o personagem que referenciasse elementos da cultura brasileira e a ideia que temos sobre alienígenas.

- **Cena 03:** Os registros do alienígena avançaram para o de número 194. O personagem ouve Arlindo Cruz e vemos sua casa mais decorada e com plantas. Ele aprofunda em sua análise e fala sobre questões como a guerra às drogas e toda política de tratamento de substâncias ilegais e começa a abordar noções acerca da solução e um diagnóstico mais embasado acerca do problema.
- **Cena 04:** A cena 04 seria uma entrevista com algum especialista e seria uma forma de retornar a um ponto anterior da pesquisa do personagem, no registro 079.
- **Cena 05:** A cena 05 seria o registro 264, quando o personagem já é basicamente um ser humano comum, fazendo um pão na quarentena e aprendendo receitas com vídeos da Rita Lobo no Youtube. Enquanto cozinha, ele aprofunda em suas observações mais recentes acerca do diagnóstico e solução do problema, abordando mais especificamente o papel do Estado e a questão das forças policiais
- **Cena 06:** A cena final seria uma continuação da cena e dos registros anteriores, quando o pão ficou pronto e o personagem aproveita a condição humana de poder cozinhar coisas, ouvir os pássaros, ver a mudança do dia para noite e finaliza suas observações concluindo com os próximos passos que os seres humanos devem seguir, indicado mudanças necessárias e apontando que nenhuma intervenção vai resolver o problema dessa civilização que só consegue avançar quando elabora suas soluções e trabalha para torná-las reais. No fim, ele conta que aprendeu a gostar da Terra e gostaria de conduzir mais pesquisas aqui.

A construção do roteiro foi sempre guiada pela noção de espetáculo ético (DUNCOMBE, 2007), as quais discutimos anteriormente, almejando construir uma abordagem que pudesse utilizar o sonho e a fantasia para construir um discurso endereçado aos sentimentos e emoções das pessoas, mas que tivesse raízes na realidade material. O objetivo era, por meio de diversos recursos do entretenimento e do espetáculo, falar sobre a realidade, problemas sociais e questões que afetam a todos de uma forma diferente, com

maior potencial de assimilação por um público vasto e diverso dos ambientes sociodigitais como o Youtube. A proposta era alterar o tipo de associações que as pessoas fazem ao pensar em segurança pública de um lugar de dissuasão que preza por aumento de repressão, endurecimento de leis e intensificação da violência policial para outras possibilidades que prezem por construir uma sociedade mais justa, transparente e segura. Enquanto tenho consciência de que esse tipo de comunicação política não tem efeitos práticos dimensionáveis, a esperança é que ofereça um senso de direcionamento e inspiração que Duncombe (2007) propõe como objetivo final do espetáculo ético.

A participação de diversas pessoas durante a elaboração do espetáculo é um ponto que Duncombe aponta como essencial para sua construção de forma ética. A impossibilidade de produzir o canal e os vídeos até suas últimas etapas e apresentá-los prontos como trabalho de conclusão de curso foi motivo de desapontamentos e frustrações no processo de desenvolvimento do trabalho, contudo, se tornou uma forma de poder explorar a participação sob formatos mais formais como a avaliação do trabalho pela banca e por meio da apresentação das ideias aos componentes da banca, permitindo que a apresentação seja mais uma etapa no desenvolvimento do projeto.

Uma reflexão posterior a elaboração do roteiro foi sobre a possibilidade de reutilizar essa abordagem para falar sobre outros conteúdos, explorando esse personagem e seu lugar de pesquisador sempre que for pertinente a algum tema ou assunto, transformando-o em uma espécie de quadro recorrente no canal.

## 9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de elaboração deste trabalho foi um desafio pessoal, assim como imagino ser qualquer empreendimento que se destina ao âmbito acadêmico. Os objetivos propostos na primeira versão do projeto não puderam ser desenvolvidos. A ideia inicial era produzir o canal, um vídeo-piloto e disponibilizá-los online, mas, devido ao contexto da pandemia isso não foi possível. Durante a progressão da pesquisa, foi se tornando cada vez mais claro que seria necessário adaptar os objetivos ao que era exequível.

Dessa forma, como já explorado no capítulo dos procedimentos metodológicos, optou-se por delinear como funcionaria o canal e desenvolver um roteiro que servisse de exemplo do tipo de conteúdo que vislumbramos produzir a partir das reflexões empreendidas no referencial teórico. Dessa forma, ainda haveria o movimento de transformar a pesquisa em algo prático, mesmo que o produto não pudesse, ainda, ser executado da forma como foi inicialmente objetivado. Foi um desafio aceitar essa mudança, mas era o possível dentro do tempo e das condições.

A alteração, entretanto, não foi de todo ruim. A pesquisa foi extensa e fornece diversos recursos a serem explorados para o desenvolvimento desse tipo de conteúdo. Um dos elementos constituintes do espetáculo ético, conforme Duncombe (2007) estabelece, é a participação ampla desde a concepção até a propagação. Essa participação não foi devidamente trabalhada durante os processos de concepção. Foi um desafio pensar em formas de compartilhar as ideias e receber contribuições. Dessa forma, a apresentação formal deste trabalho pode ser uma etapa do processo de produção e realização dos objetivos, sendo o recebimento de *feedbacks* e impressões através da formalidade acadêmica uma forma de compartilhar o andamento do projeto e realizar as alterações sugeridas antes de partir para a etapa de produção.

Isso posto, consideramos que demos passos significativos em direção a uma das possíveis respostas ao problema de pesquisa. Por se tratar de processos que são também artísticos e criativos, existem diversas formas de se abordar assuntos de forma atrativa, contudo, na pesquisa pudemos elencar diversos recursos que podem ser empregados para atrair um público vasto, abordamos como conteúdo político e progressista pode ser enquadrado de forma a ressoar com os sonhos e desejos dos indivíduos e, dessa forma, potencialmente ter tanta eficácia quanto as estratégias comunicacionais baseadas na

desinformação. Além disso, ao oferecer noções que ajudam a compreender o Youtube e os ambientes sociodigitais de forma geral, foi possível delimitar estratégias e princípios de produção que podem tornar um conteúdo mais ou menos propagável e que, portanto, atribui às produções valor e significado social *online*.

Os recursos, ferramentas e princípios que trouxemos dos autores referenciados não foram necessariamente explorados em toda sua potencialidade no roteiro, mas passaram a constituir uma caixa de ferramentas disponível para produção de conteúdo do canal. Elencamos diversas possibilidades e explorar cada uma delas em vídeos curtos não seria possível. Dessa forma, optou-se por equilibrar o tempo dedicado a conteúdo e forma e selecionar quais recursos deveriam ser mais explorados dependendo do propósito de cada roteiro.

Desde que este projeto começou a ser concebido, ainda não consegui encontrar conteúdo nacional que explore as noções aqui expostas ao abordar temas políticos por meio do audiovisual. As propostas de Duncombe (2007) acerca do espetáculo ético ainda não foram popularizadas e este projeto seria uma forma de experimentar a potencialidade de suas reflexões adaptadas para o audiovisual em ambientes sociodigitais.

Algumas questões ainda carecem de pesquisas mais profundas e trabalhos futuros podem contribuir para as reflexões trazidas neste trabalho. Alguns direcionamentos seriam buscar delimitar características estéticas que um canal progressista pode explorar para se tornar mais atrativo, abordar melhor os desafios para se produzir um canal, o que precisa ser definido antes de lançar o primeiro vídeo na plataforma e estabelecer mais detalhadamente um fluxo de trabalho que permita uma produção recorrente e sustentável. Seria interessante, também, que diferentes pessoas tivessem contato com as reflexões produzidas pelos diversos autores trazidos neste trabalho e, a partir de suas interpretações e referenciais culturais, produzissem suas próprias versões de espetáculos éticos, explorando diferentes narrativas e recursos de linguagem audiovisual para construir sonhos progressistas.

As questões que motivaram este trabalho a existir em 2019 ainda estão sendo utilizadas com objetivos políticos. Na pandemia, pudemos acompanhar uma série de discursos mentirosos e distorcidos acerca da quarenta instaurada devido ao COVID-19, que objetivaram manipular os sentimentos da população a fim de gerar consentimento social para desrespeito das medidas de isolamento social. Entretanto, o livro de Duncombe é de 2007, o problema da estratégia comunicacional progressista não é algo recente ou relacionado apenas a *fake news*,

é uma questão que precisa ser desenvolvida e trabalhada pela esquerda para aumentar sua relevância social, poder de persuasão e produção de consentimento social para políticas que sejam benéficas à sociedade.

O objetivo deste trabalho não foi apontar uma solução milagrosa ou pretender que essas estratégias comunicacionais irão resolver questões estruturais complexas, mas pensar como, a partir da Comunicação Social, podemos engajar politicamente uma população que foi orientada a se tornar cada vez mais desmobilizada. A solução para os problemas sociais não virá das estratégias propostas aqui, mas de diversas ações conjuntas que espera-se que o conteúdo produzido possa inspirar e motivar.

O que este trabalho almejou foi propor uma contribuição para construção do mundo em que queremos viver: justo, transparente, participativo, democrático e igualitário, agregando essas características ao fazer comunicacional e político. A sociedade que buscamos precisa ser construída por meio de nossas ações e decisões cotidianas e urge um debate mais amplo sobre como desejamos que ela seja e como podemos chegar lá. As estratégias aqui expostas podem articular os sonhos e desejos por um mundo mais igualitário e apontar o horizonte a ser seguido, mas é somente através da prática política que ele se tornará real.

## 10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Walter. A Cozinha eletrônica. 1994. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). Teorias do Rádio – textos e contextos. Florianópolis: Insular, 2005.

BAPTISTA, Renata; AGUIAR, Julio Cesar. Fake News, eleições e comportamento. Revista Direito, Estado e Sociedade. Rio de Janeiro, 2020. ISSN 1516-6104. Disponível em: <<https://revistades.jur.puc-rio.br/index.php/revistades/article/view/1320/606>>. Acesso em 04 dez 2020. (Ahead of print)

BARROS, Jéssica Christina *et al.* Peirce, Semiótica e O Homem Duplicado: Uma análise fílmica. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., 2017, Curitiba. **Anais eletrônicos...** Curitiba: 2017. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/expocom/EX56-0141-1.html>> Acesso em: 03 dez 2020.

BETTON, Gérard. Estética do Cinema. São Paulo: Martins Fontes, 1987.

BOYD, Danah. Social Network Sites: Public, Private, or What? Knowledge Tree, v. 13, 2007. Disponível em: <<https://www.danah.org/papers/KnowledgeTree.pdf>> . Acesso em 31 jun. 2019.

BRANT, Danielle; Chaib, Julia. Com popularidade em alta, Bolsonaro tenta emplacar pautas de costumes no Congresso. Folha de S. Paulo, São Paulo, 12 set 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/09/com-popularidade-em-alta-bolsonaro-tenta-emplacar-pautas-de-costumes-no-congresso.shtml?origin=folha#>> Acesso em: 25 nov 2020.

BRITO, João Batista de. Imagens Amadas: Ensaios de Críticas e Teoria do Cinema. São Paulo: Ateliê Editorial, 1995.

COMSCORE MULTI-PLATAFORM. YouTube Insights 2017. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/youtubeinsights/2017>>. Acesso em 31 jun. 2019.

DATAFOLHA. Posse e Porte de Armas. Instituto de Pesquisa Datafolha, Opinião Pública, São Paulo, jul 2019. Disponível em: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2019/07/1988232-66-sao-contra-posse-de-armas.shtml>> Acesso em: 25 nov 2020.

DEAN, Jodi. Communicative Capitalism: Circulation and the Foreclosure of Politics. Cultural Politics: An International Journal. Reino Unido, v. 1, n.1, p. 51-74, 2005. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/240798916\\_Communicative\\_Capitalism\\_Circulation\\_and\\_the\\_Foreclosure\\_of\\_Politics](https://www.researchgate.net/publication/240798916_Communicative_Capitalism_Circulation_and_the_Foreclosure_of_Politics)> Acesso em: 3 dez 2020.



DEBORD, Guy. A Sociedade do Espetáculo. Projeto Periferia, 2003. *E-book*. Disponível em: <<https://www.marxists.org/portugues/debord/1967/11/sociedade.pdf>> Acesso em: 4 dez 2020.

DUNCOMBE, Stephen. Dream: re-imagining progressive politics in an age of fantasy. Nova York, EUA: The New Press, 2007. *E-book*.

FERNANDES, Sabrina. Pedagogia crítica como práxis marxista humanista: perspectivas sobre solidariedade, opressão e revolução. Educação e Sociedade, Campinas, v. 37, n. 135, p. 481-496, abr-jun, 2016. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/es/v37n135/1678-4626-es-37-135-00481.pdf>> Acesso em: 28 nov 2020.

FERNANDES, Sabrina. Sintomas mórbidos: a encruzilhada da esquerda brasileira. São Paulo: Autonomia Literária, 2019. *E-book*.

FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. Anuário brasileiro de segurança pública. Edição VIII. São Paulo, 2014. Disponível em: <<https://forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2020/10/anuario-14-2020-v1-interativo.pdf>> Acesso em 28 nov 2020.

IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) 2017. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101631>>. Acesso em: 31 jun. 2019.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. São Paulo: Aleph, 2009. *E-book* n.p.

LIMA, Renato; BUENO, Samira; MINGARDI, Guaracy. Estado, polícias e segurança pública no Brasil. Revista Direito GV, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 49-85, jan-abr, 2016. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/rdgv/v12n1/1808-2432-rdgv-12-1-0049.pdf>> Acesso em: 27 nov 2020.

LOPES, Raquel. Venda de munições cresce 24% no governo Bolsonaro. Folha de S. Paulo, São Paulo, 5 jul 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/07/venda-de-municoes-cresce-24-no-governo-bolsonaro.shtml?origin=folha>> Acesso em: 25 nov 2020.

MCKEE, Robert. Story: Substância, Estrutura, Estilo e os Princípios da Escrita de Roteiro. Curitiba: Arte & Letra Editora, 2013.

MEILI, Angela Maria. O Audiovisual na Era YouTube: Pro-Amadores e o mercado. Sessões do Imaginário–Cinema| Cibercultura| Tecnologias da Imagem, v. 16, n. 25, 2011. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/9258/7133>>. Acesso em: 31 jun. 2019.

MILLER, Carolyn Handler. Digital Storytelling: A creator's guide to interactive entertainment. Boca Raton, Flórida, EUA: CRC Press, 2020. *E-book*.

MIRANDA, A. SIMEÃO, E. Da Comunicação Extensiva ao hibridismo da Animaverbivocovisualidade (AV3). *Inf. & Soc.: Est., João Pessoa*, v. 24, no 3, p. 49-62, set./dez. 2014. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/19075/12401>>. Acesso em: 31. jun. 2019.

NÚÑEZ, Antonio. *É melhor contar tudo*. São Paulo: Nobel, 2009.

OTONDO, Teresa Montero. *Televisão pública: para quem e para quê?* São Paulo: Annablume, 2012.

PINHEIRO, Elton Bruno. *Radiodifusão sonora pública do Brasil: o processo de conformação do Serviço e os desafios de sua integração no ambiente digital*. Universidade de Brasília - UnB. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Tese de Doutorado. 2019.

RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009

RICH, Patrick; ZARAGOZA, Maria. The Continued Influence of Implied and Explicitly Stated Misinformation in News Reports. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory and Cognition*, Kent, EUA, v. 42, n. 1, p. 62-74, 2016.

ROBIN, Bernard. The Educational Uses of Digital Storytelling. In: CRAWFORD, C. *et al.* *Proceeding of SITE 2006*. Waynesville, EUA: Association for the Advancement of Computing in Education, p. 709-716, 2006. Disponível em: <<https://www.learntechlib.org/p/22129/>> Acesso em: 04 dez 2020.

SBARDELOTTO, Moisés. *E o verbo se fez rede – uma análise da circulação do católico em redes comunicacionais online*. Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINO. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Tese de Doutorado. 2016.

SERRANO, Paulo Henrique Souto Maior. *Cognição e interacionalidade através do YouTube*. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/serrano-paulo-cognicao-interacionalidade-youtube.pdf>> . Acesso em 31 jun. 2019.

SILVA, Fabrício. Da onda rosa à era progressista: a hora do balanço. *Revista SURES*, Foz do Iguaçu, n. 5, p. 67-94, fev, 2015. Disponível em: <<https://revistas.unila.edu.br/sures/article/view/295>> Acesso em: 04 dez 2020.

SOUZA, Luís Antônio; SERRA; Carlos Henrique. Quando o Estado de exceção se torna permanente: Reflexões sobre a militarização da segurança pública no Brasil. *Tempo Social*, São Paulo, v. 32, n.2, p. 205-227, maio-ago, 2020. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/ts/v32n2/1809-4554-ts-32-02-0205.pdf>> Acesso em: 27 nov 2020.

UNESCO. Public Broadcasting. Why? How? Montreal: UNESCO - World Radio and Television Council, 2001. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124058>>. Acesso em: 31 jun. 2019.

ZANETIC, André *et al.* Legitimidade da Polícia: Segurança pública para além da dissuasão. Civitas, Porto Alegre, v. 16, n. 4, p. 148-173, out-dez, 2016. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/civitas/v16n4/1984-7289-civitas-16-04-e148.pdf>> Acesso em 04 dez 2020.

## APÊNDICE

### APÊNDICE A - ROTEIRO

#### 1. INT. SALA - DIA

Vemos uma sala branca e o personagem surge do nada. Ele é humano, mas tem uma aparência andrógina futurista. Em um primeiro momento ele fica parado, mas em seguida parece curioso. Olha para a câmera

PERSONAGEM

Que planeta é esse? Que língua é  
essa que eu tô falando?

Ele olha para o próprio corpo e tenta entender. Atrás dele, na parede, tem um espelho e ele se olha.

PERSONAGEM

Isso parece...

VOZ ROBÓTICA

(Com pesar) Terra...

PERSONAGEM

(Suspiro) O que eles fizeram dessa  
vez? E por que eu tenho essa  
aparência? O que você fez comigo os  
humanos não são assim...

VOZ ROBÓTICA

Não sei, eu tava assistindo muito  
filme futurista dos anos 80 para...  
Estudar melhor a sociedade... E  
achei que você ficaria bem assim...  
Ahh, e eles estão correndo risco de  
auto-extinção...

Personagem para de se olhar no espelho e volta a olhar para a câmera.

PERSONAGEM

Ah, novidade... E o que eu vim fazer aqui? Contribuir?

Ouvimos o som de algo sendo impresso. Personagem pega papel embaixo da câmera e começa a ler.

PERSONAGEM

Hmmm.... Ok.... Pesquisa de campo para analisar potencial da civilização, avaliar se há potencial de melhora... Pesquisa preliminar aponta que raça humana tem tendências autodestrutivas... É... A primeira tarefa é compreender a questão de um território denominado Brasil e seu número elevado de mortes e porque essa região do mundo tem se autodestruído tanto... Ok... Hmm.... Definir se deve ser feita alguma intervenção da nossa sociedade para que o problema seja solucionado... Ok... Vamos lá, então... Bem, pelo menos eu lembro que eles tem boas músicas... Toca alguma coisa aí e me dá um computador...

**MONTAGEM: começa a tocar ALCIONE - VOCÊ ME VIRA A CABEÇA REMIX, o personagem se senta numa mesa com cadeira e começa a LER A WIKIPÉDIA SOBRE O BRASIL.**

**CORTE BRUSCO PARA PRETO, A MÚSICA CONTINUA TOCANDO.**

## **2. INT. SALA - NOITE**

Personagem está estudando em um ambiente escuro, iluminado pela luz de um abajur apenas. Ele lê textos enquanto fala com a câmera. Podemos notar no ambiente alguns itens característicos brasileiros. Ele tem uma mesa e uma cadeira.

## PERSONAGEM

Registro.... (olha para a câmera)  
029. Tô tentando me atualizar na  
situação atual... Bem, ALÉM deles  
terem um vírus mortal em circulação  
no planeta inteiro que já matou  
mais de 150 mil pessoas só no  
Brasil, eles tiveram mais 25 mil...

## VOZ ROBÓTICA

712

## PERSONAGEM

Isso... 25.712 mortes só na  
primeira metade do ano... Isso dá  
mais ou menos uma morte a cada 10  
minutos, que é uma medida de tempo  
deles aqui, que é bem parecida  
com...

## VOZ ROBÓTICA

Não precisa explicar essas coisas,  
vou anexar todas explicações junto  
do relatório final...

## PERSONAGEM

Ok... E não é qualquer morte, são  
morte violentas causadas por outro  
indivíduo da espécie deles... Cerca  
de 72 a cada 100 mortes são  
causadas por armas de fogo, uma  
tecnologia de autoextermínio que  
eles inventaram, basicamente é  
um... (Robô ameaça interromper para  
falar que ele não precisa explicar  
nada) Ok, ok... O problema é que já  
estão bem acostumados com essa  
realidade...

Personagem estala os dedos e vemos dois ou três trechos de jornais sensacionalistas espetacularizando a morte, a troca entre os vídeos é feita pelos estalos no dedo. Depois do

último vídeo, ele estala os dedos novamente e a câmera volta a filmá-lo de outro ângulo.

#### PERSONAGEM

Tenho pesquisado porque esse número de assassinatos tão elevado e cada vez parece mais complexo e, ao mesmo tempo, está cada vez mais claro, porque há uma política bem clara de assassinato...

Personagem estala os dedos e vemos vídeo do Witzel falando para atirar bem na cabecinha e do Bolsonaro falando sobre bandido bom ser bandido morto. Ele estala novamente os dedos e voltamos a vê-lo.

#### PERSONAGEM

O que eles têm feito aqui é a mesma história que a gente vê sendo repetida por toda a galáxia em civilizações mais jovens... Eles têm um problema, só que eles nunca buscam solucionar esse problema. A cada dez minutos o morto de forma violenta pode ser você, pode ser seu vizinho, pode ser algum familiar, amigo... Eu estaria em pânico se fosse eles... De 50 a 60 mil homicídios por ano em média, crime organizado, roubos, sequestros... Só que a energia deles tem sido colocada em soluções que só irão piorar tudo, mas que satisfazem momentaneamente o medo gerado por esse quadro. Tava lendo esse trecho aqui agora: "Durante os trinta anos do Estado de Direito no país..." Ahhh, é importante notar que eles viveram por muitos anos dentro de uma ditadura militar... "o clamor por segurança, mais rigor da punição e penas mais longas se

fez ouvir nos corredores dos palácios de governo. Lei de crimes hediondos, prisões de segurança máxima, redução da maioria penal, liberalização da posse de armas, pena de morte, não punibilidade da violência policial, guerra às drogas, criminalização de movimentos sociais, toque de recolher, sistemas ampliados de vigilância e controle, condomínios fechados, privatização da segurança, poder de polícia para guardas municipais e para militares, maior presença militar na segurança, enfim, compuseram o quadro complexo de propostas e ações que desviou a democracia brasileira de agendas inclusivas típicas da luta histórica dos movimentos sociais por cidadania." Grande parte do esforço é basicamente tornar tudo mais repressivo, mais rígido e mais violento.

VOZ ROBÓTICA

Toda vez isso nessas civilizações jovens...

PERSONAGEM

De onde vem esse seu sotaque?

VOZ ROBÓTICA

Grande parte do meu material para aprendizagem da língua eu retirei das novelas...



## PERSONAGEM

Trocando um pouco de assunto, uma coisa que eles têm aqui e a gente definitivamente precisa estabelecer algum tipo de relação comercial para importar para o nosso planeta são essas coisinhas aqui...

Personagem levanta da cadeira e ouvimos ele indo e voltando com um pacote de biscoito da vaquinha

## PERSONAGEM

Isso é perfeição, isso é o motivo dessa espécie existir. (Ele aproxima a embalagem da câmera) Tem as vaquinhas que nós abduzimos desenhadas aqui olha só...

**3. INT. SALA - NOITE**

Personagem está fora de plano cantando Madureira - Arlindo Cruz, vemos a sala, que antes tinha poucas coisas, muito mais decorada. Há café sobre a mesa. Ele entra em quadro trazendo uma planta que coloca em cima da mesa, se senta e desliga a música.

## PERSONAGEM

Eles usam o reino vegetal como decoração pra dentro da casa deles... É uma gracinha...

Personagem começa a acariciar folhas da planta e continua a falar.

## PERSONAGEM

O problema aqui parece ser principalmente que algumas pessoas têm muito, outras têm muito pouco. Essa desigualdade é uma das principais causas para todos os problemas. Diversas pessoas não tem acesso a educação de qualidade,

oportunidade, trabalhos dignos e que lhes ofereçam condições de sobreviver no sistema econômico deles. Mas as pessoas buscam outras formas de sobreviver e conquistarem o que elas precisam. Isso gera os assaltos, por exemplo, que são os responsáveis por uma atmosfera de pouca segurança e por várias das mortes, mas as mortes estão conectadas a diversos outros problemas também...

Tem a questão das substâncias que eles arbitrariamente definiram como ilegais e isso gera todo um mercado clandestino que eles buscam constantemente destruir, surgem organizações dedicadas a comercializar essas substâncias, o governo busca reprimir e exterminá-las, é criado um conflito, essas organizações se armam e é gerado um ciclo de violência entre as forças policiais e as forças criminosas... As cidades se tornam campos de guerra, cada cidadão é um inimigo em potencial para o Estado e entre eles há sempre um medo. Tudo isso por causa de algumas substâncias que foram definidas como ilegais... A solução é complexa, mas é só uma... Eles precisam lidar com os problemas e não somente com suas consequências. Se todos podem ter acesso a algum trabalho digno, comprar comida, ter uma casa, então não tem porque fazer qualquer coisa de outra forma. É preciso, também, haver uma forma diferente de mediar conflitos, atualmente eles respondem violência com violência.

Tudo isso só fomenta o medo que eles sentem e, como resultado, estão avançando nessa direção:

Personagem estala os dedos e corta para uma matéria falando sobre os decretos do Bolsonaro flexibilizando o porte de armas, mesmo que a maioria da população seja contra. Estala os dedos novamente e outra notícia sobre o aumento na compra de armas e cartuchos em 2020, mesmo no meio de uma pandemia e o consequente aumento no número de mortes. Personagem estala os dedos e voltamos a vê-lo.

#### PERSONAGEM

Existe essa ideia de que há muita impunidade e a solução é intensificar os processos que já estão em desenvolvimento. É um erro tanto de diagnóstico quanto de resolução. Tenho pensado que o que é preciso é que essas pessoas se mobilizem por algo que elas desejam, que buscam alcançar e não algo que têm medo e buscam se afastar e se defender. Atualmente, eles se submetem a qualquer tipo de aumento de repressão como forma de buscarem se sentir mais seguros. O problema é que a repressão é fácil de se pensar, mas o que mais poderia ser feito?

#### **4. INT. SALA - ENTREVISTA**

Começamos a ouvir o som de uma ligação do Skype sendo feita já no final da cena anterior e durante o letreiro. Entrevistado a ser definido, mas perguntar para algum especialista: se você tivesse que sistematizar os motivos pelos quais o Brasil mata tanto brasileiros quais seriam? E por quê esse problema não é solucionado?

Durante a entrevista, o personagem coloca uma máscara de papel com o rosto do Pedro Bial ou do Jô Soares.

## 5. INT. COZINHA - DIA

Personagem liga a câmera e o vemos na cozinha. Está tocando, ao fundo, um vídeo da Rita Lobo sobre como fazer pão, acompanhamos ele seguindo alguns direcionamentos enquanto conversa com a câmera. Ele já está no estágio de sovar o pão, então ele faz isso enquanto conversa com a câmera.

### PERSONAGEM

Tô fazendo pão... Adiciona aí para a lista de coisas que a gente precisa importar para o nosso planeta quando estabelecermos relações comerciais... Mas, finalmente chegou a hora de falar sobre a polícia, a forma como ela é e para o quê funciona. Ela é, basicamente, a única forma de garantia de segurança pública no país. Eles não conseguem organizar uma lógica de segurança que vá além da atividade policial... E o grande problema nesse caso é que a polícia não serve às pessoas, mas sim ao Estado. Nesse modelo, é como se a polícia fosse a forma como o Estado está sempre em guerra com a população. O Estado lida com os cidadãos como se parte deles fossem inimigos e todo mundo fosse um perigo em potencial. Separado da sociedade - as medidas tomadas por ele são sempre penalizantes e de combate, não há interação com a própria sociedade para se buscar criar um ambiente mais seguro, não há contribuições de outras áreas e setores, a polícia domina a situação. E, apesar de provas seguidas de que endurecer as práticas policiais não funciona,

eles continuam seguindo nesse caminho e adicionando mais coisas, como a ideia de transformar todo cidadão em um policial de sua própria vida, facilitando que cada um tenha a sua própria arma, que é a maior responsável pelas mortes entre eles aqui. Mas acho que preciso definir o que é a polícia...

#### VOZ ROBÓTICA

Não precisa, eu vou...

#### PERSONAGEM

(Suspiro raivoso) Ela é uma instituição responsável por solucionar conflitos, o que significa basicamente que é responsável por prender, torturar e matar quem rouba, quem mata e quem vende ou consome drogas. Além disso, é uma instituição que tem status militar, ela busca, por meio de táticas de guerra, de violência e de repressão, solucionar a violência e os conflitos da sociedade. É, é isso mesmo, a ideia é absurda assim mesmo.

Aqui eles compreendem a ocorrência de crime dentro de uma lógica de motivação pessoal em que o criminoso faria um balanceamento entre o que ele vai ganhar ao cometer um crime e os riscos que ele corre. O objetivo, portanto, é intensificar os riscos que o criminoso corre para que ele ache que não vale a pena os ganhos e se arriscar seria ruim. O problema é que o Brasil tem feito isso, mas ainda há uma sensação de

impunidade. Mesmo com uma das maiores taxas de encarceramento do mundo inteiro, isso não tem diminuído o número de crimes ou assassinatos.

Alguns estudos trazem algumas abordagens interessantes sobre a necessidade de mudar a forma como o Estado lida com a segurança pública. Exemplo: em vez de um modelo de dissuasão, que busca convencer as pessoas a não cometerem crimes por causa da punição que sofrerão, seria mais interessante um modelo de legitimidade, reformando a polícia, e eu incluiria o Estado inteiro, para que as pessoas possam se relacionar com eles de outra forma, com confiança.

Isso é necessário porque, atualmente, a polícia é uma forma do Estado reprimir tudo aquilo que ele não se interessou em resolver. Em vez de trabalhar junto com a sociedade para resolver os conflitos, eles atiram e prendem os problemas...

Acho que a polícia deveria ser extinta, mas pode ser só o meu lado fã do tratado de paz intergaláctico gritando, mas tudo precisa ser um processo e uma ideia que li e me parece interessante como primeiro passo é a desmilitarização da polícia. Desmilitarizar seria tirar essa atuação de guerra da polícia, retirar a lógica de luta contra um inimigo que as forças militares têm como base. A polícia deve agir de forma a apaziguar os conflitos que surgirem e a prevenção de crimes

não deve ser feita pela repressão, mas através de ações coordenadas que busquem produzir bem-estar social e gerem segurança.

Diversas instituições do Estado precisam ganhar legitimidade com a população. Isso é importante porque é somente tendo legitimidade que as pessoas confiam naqueles que estão no poder, sabem que eles querem o melhor para a sociedade e é necessária cooperação geral. Mas essa legitimidade só é alcançada quando de fato as instituições buscam o bem geral, elas precisam ser justas, precisam ser transparentes, precisam ter participação popular, as pessoas precisam vê-las agir no cotidiano e ver que elas agem de forma adequada, não tendo medo nem as vendo como desorganizadas, mas sabendo que podem recorrer a elas quando preciso e serão bem atendidas, terão seus problemas solucionados e tudo de forma confiável e justa. O Estado não pode agir como o inimigo na guerra que se tornaram as cidades por aqui... E a polícia precisa mudar completamente para conseguir alcançar algum tipo de legitimidade com a população. O primeiro passo é deixar de ser caracterizada como "militar". Como alguém teria confiança em um Estado e polícia que fazem isso?

O personagem estala os dedos e corta para o vídeo do helicóptero atirando a esmo no Rio de Janeiro. Outro estalo e outro vídeo sobre a polícia atirando em alguma criança no Rio de Janeiro. Outro estalo e voltamos a ele.

## PERSONAGEM

Não tem como confiar em quem faz isso, quem faz isso não está buscando o bem geral. Eles criaram uma situação de guerra para sustentar uma suposta paz que não existe.

A força policial não pode ser a única a estar buscando a segurança pública, precisa haver um esforço geral e coordenado com outros setores da sociedade. No momento em que estou gravando esse registro, por exemplo, 14% da população brasileira está desempregada, isso são mais de 13 milhões de pessoas. Como essas 13 milhões de pessoas conseguem se alimentar, morar? Algumas com ajuda do governo ou de familiares, outras precisam dar um jeito... As únicas pessoas do Estado que vão com certeza até todas elas são da polícia, sempre de forma truculenta e violenta...

## VOZ ROBÓTICA

Você já sovou a massa por 10 minutos...

## PERSONAGEM

Ahh, você também tá animado pra ver como isso vai virar um pão, né?

## VOZ ROBÓTICA

Não... É só que se você continuar vai desandar...



## PERSONAGEM

Tá.. Deixa eu ver como tenho que assar agora, continua tocando o vídeo aí...

Personagem para de mexer na massa e voltamos a ouvir a receita sendo explicada pela Rita Lobo.

**6. INT. SALA - NOITE**

Personagem está sentado na cadeira, corta um pedaço de pão na sua frente, passa um pouco de manteiga e beberica do café. Ele parece sentir muito prazer nessa atividade. Ao fundo ouvimos sons de cigarras e pássaros e ele parece satisfeito.

## PERSONAGEM

Voltando ao assunto... As motivações que guiam as soluções para os problemas que eles passam precisa mudar do medo e respostas populistas para soluções significativas e estruturais baseadas no que desejam. Se querem uma sociedade mais pacífica, não faz sentido produzir e vender mais armas. Existem diversas propostas que me parecem interessantes, mas a desmilitarização da polícia e reforma da ideia de que o que compõe a segurança pública é apenas a ação policial me parecem os passos seguintes para eles e, para isso começar, não tem outra forma, é preciso ampla participação e debate popular, a solução não é uma simples ação, mas uma série de ações coordenadas. Com esperança, a polícia será outra, a segurança pública não será só feita por ela. Ao ser desmilitarizada, será possível a construção de modelos mais participativos e que abarquem

outros saberes, maior participação popular porque, afinal, a população não será mais inimiga e sim colaboradora da construção de segurança... Mas para isso a polícia precisa começar a servir à sociedade e não aos interesses do Estado ou dos que têm dinheiro...

Acho que vou finalizar por aqui meu último registro do relatório sobre esse tema apontando que a questão tem solução e eles já sabem qual é, vai levar tempo, mas eles precisam trocar de direção e começar a ir na certa. Não recomendo o avanço de nenhuma intervenção feita pela nossa sociedade, nenhum tipo de repressão vai funcionar pra solucionar o problema dessa espécie, o que eles precisam é debater, reconhecer qual o verdadeiro problema e quais são as possíveis soluções. Eles precisam falar sobre esse tema e partir para formas coletivas de exigir mudanças, expressar o que querem e participar do processo político como algo essencial para que avanços sejam feitos. Essa mobilização popular tem até acontecido, mas buscando conservar dinâmicas que só são danosas aos próprios cidadãos, como os pedidos de afrouxamento do porte de armas. O que é necessário é maior organização para progredir em direção à solução dos conflitos e problemas dessa sociedade, elaborando propostas, em vez de prezarem por um conflito de debate eterno.

Apesar de tudo isso, acho que eu comecei a gostar daqui, sabe? Tem algo muito rico sobre os brasileiros que me fascina, sobre a espécie deles no geral. Antes de finalizar e enviar o último registro, gostaria de pedir para continuar tendo casos designados aqui. Fim de registro.

Personagem volta a comer o pão e a tomar café e a olhar para o lado de fora, prestando atenção nos pássaros e cigarras.

**LETREIRO: FIM DE REGISTRO**