

Tecnologias e Estéticas da Comunicação no Brasil 2



Edwaldo Costa
(Organizador)

Editora Chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Assistentes Editoriais

Natalia Oliveira

Bruno Oliveira

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto Gráfico e Diagramação

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremona

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

Imagens da Capa

Shutterstock

Edição de Arte

Luiza Alves Batista

Revisão

Os Autores

2020 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2020 Os autores

Copyright da Edição © 2020 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena

Editora pelos autores.



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

A Atena Editora não se responsabiliza por eventuais mudanças ocorridas nos endereços convencionais ou eletrônicos citados nesta obra.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Profª Drª Carla Cristina Bauermann Brasil – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – Universidade Federal da Grande Dourados
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jael Soares Batista – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Débora Luana Ribeiro Pessoa – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Douglas Siqueira de Almeida Chaves -Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Profª Drª Eysler Gonçalves Maia Brasil – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Helio Franklin Rodrigues de Almeida – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Jefferson Thiago Souza – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Jesus Rodrigues Lemos – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Jônatas de França Barros – Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Luís Paulo Souza e Souza – Universidade Federal do Amazonas
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcus Fernando da Silva Praxedes – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Maria Tatiane Gonçalves Sá – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Prof. Dr. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
Profª Drª Regiane Luz Carvalho – Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino
Profª Drª Renata Mendes de Freitas – Universidade Federal de Juiz de Fora
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Douglas Gonçalves da Silva – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Profª Drª Érica de Melo Azevedo – Instituto Federal do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Dra. Jéssica Verger Nardeli – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Luciana do Nascimento Mendes – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Priscila Tessmer Scaglioni – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Linguística, Letras e Artes

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Angeli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro
Profª Drª Carolina Fernandes da Silva Mandaji – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

Conselho Técnico Científico

Prof. Me. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Me. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Me. Adalto Moreira Braz – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí
Prof. Me. Alexsandro Teixeira Ribeiro – Centro Universitário Internacional
Prof. Me. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Ma. Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Profª Drª Andrezza Miguel da Silva – Faculdade da Amazônia
Profª Ma. Anelisa Mota Gregoleti – Universidade Estadual de Maringá
Profª Ma. Anne Karynne da Silva Barbosa – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Antonio Hot Pereira de Faria – Polícia Militar de Minas Gerais
Prof. Me. Armando Dias Duarte – Universidade Federal de Pernambuco
Profª Ma. Bianca Camargo Martins – UniCesumar
Profª Ma. Carolina Shimomura Nanya – Universidade Federal de São Carlos
Prof. Me. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Ma. Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Profª Drª Cláudia Taís Siqueira Cagliari – Centro Universitário Dinâmica das Cataratas
Prof. Me. Clécio Danilo Dias da Silva – Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Me. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Profª Ma. Daniela da Silva Rodrigues – Universidade de Brasília
Profª Ma. Daniela Remião de Macedo – Universidade de Lisboa
Profª Ma. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Me. Douglas Santos Mezacas – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Me. Edevaldo de Castro Monteiro – Embrapa Agrobiologia
Prof. Me. Eduardo Gomes de Oliveira – Faculdades Unificadas Doctum de Cataguases
Prof. Me. Eduardo Henrique Ferreira – Faculdade Pitágoras de Londrina
Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
Prof. Me. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
Prof. Me. Ernane Rosa Martins – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás
Prof. Me. Euvaldo de Sousa Costa Junior – Prefeitura Municipal de São João do Piauí
Profª Ma. Fabiana Coelho Couto Rocha Corrêa – Centro Universitário Estácio Juiz de Fora
Prof. Dr. Fabiano Lemos Pereira – Prefeitura Municipal de Macaé
Prof. Me. Felipe da Costa Negrão – Universidade Federal do Amazonas
Profª Drª Germana Ponce de Leon Ramírez – Centro Universitário Adventista de São Paulo
Prof. Me. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
Prof. Me. Givanildo de Oliveira Santos – Secretaria da Educação de Goiás
Prof. Dr. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
Prof. Me. Gustavo Krahl – Universidade do Oeste de Santa Catarina
Prof. Me. Helton Rangel Coutinho Junior – Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro
Profª Ma. Isabelle Cerqueira Sousa – Universidade de Fortaleza
Profª Ma. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Me. Javier Antonio Alborno – University of Miami and Miami Dade College
Prof. Me. Jhonatan da Silva Lima – Universidade Federal do Pará
Prof. Dr. José Carlos da Silva Mendes – Instituto de Psicologia Cognitiva, Desenvolvimento Humano e Social
Prof. Me. Jose Elyton Batista dos Santos – Universidade Federal de Sergipe
Prof. Me. José Luiz Leonardo de Araujo Pimenta – Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria Uruguay
Prof. Me. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco
Profª Drª Juliana Santana de Curcio – Universidade Federal de Goiás
Profª Ma. Juliana Thaisa Rodrigues Pacheco – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Kamilly Souza do Vale – Núcleo de Pesquisas Fenomenológicas/UFPA
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Profª Drª Karina de Araújo Dias – Prefeitura Municipal de Florianópolis
Prof. Dr. Lázaro Castro Silva Nascimento – Laboratório de Fenomenologia & Subjetividade/UFPR
Prof. Me. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Ma. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
Profª Ma. Liliãni Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
Profª Drª Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Secretaria de Estado da Educação, do Esporte e da Cultura de Sergipe
Prof. Me. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
Prof. Dr. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual do Paraná
Prof. Dr. Michel da Costa – Universidade Metropolitana de Santos
Prof. Dr. Marcelo Máximo Purificação – Fundação Integrada Municipal de Ensino Superior

Prof. Me. Marcos Aurelio Alves e Silva – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo

Profª Ma. Maria Elanny Damasceno Silva – Universidade Federal do Ceará

Profª Ma. Marileila Marques Toledo – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri

Prof. Me. Ricardo Sérgio da Silva – Universidade Federal de Pernambuco

Profª Ma. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal

Prof. Me. Robson Lucas Soares da Silva – Universidade Federal da Paraíba

Prof. Me. Sebastião André Barbosa Junior – Universidade Federal Rural de Pernambuco

Profª Ma. Silene Ribeiro Miranda Barbosa – Consultoria Brasileira de Ensino, Pesquisa e Extensão

Profª Ma. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo

Prof. Me. Tallys Newton Fernandes de Matos – Faculdade Regional Jaguaribana

Profª Ma. Thatianny Jasmine Castro Martins de Carvalho – Universidade Federal do Piauí

Prof. Me. Tiago Silvio Dedoné – Colégio ECEL Positivo

Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira
Bibliotecária: Janaina Ramos
Diagramação: Camila Alves de Cremo
Correção: Vanessa Mottin de Oliveira Batista
Edição de Arte: Luiza Alves Batista
Revisão: Os Autores
Organizador: Edwaldo Costa

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

T255 Tecnologias e estéticas da comunicação no Brasil 2 /
Organizador Edwaldo Costa. – Ponta Grossa - PR:
Atena, 2020.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5706-493-1

DOI 10.22533/at.ed.931202610

1. Tecnologia. 2. Estética. 3. Comunicação. I. Costa,
Edwaldo (Organizador). II. Título.

CDD 302.23

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A constante inovação tecnológica tem produzido o ininterrupto avanço da estética comunicacional. Tal fato induz a reflexão sobre como uma age sobre a outra, como se interligam e como evoluem em conjunto.

Novos pensadores se debruçam sobre os inúmeros aspectos de técnicas que conectam à informação e à comunicação, refletindo sobre o aprimoramento, as vantagens e desvantagens decorrentes desta implexa e vasta gama de dados.

Essas reflexões podem ser encontradas na coleção Tecnologias e Estéticas da Comunicação no Brasil, que chega ao seu segundo volume.

Desta feita, são dezenove artigos, que abordam temas como a descaracterização da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) durante a gestão do presidente Michel Temer, a (Des)Informação na imprensa brasileira, até os memes, como ressignificação de discursos até então dominantes.

O marketing eleitoral, a partir da revolucionária campanha de Barak Obama à Presidência dos Estados Unidos, e o ensino da construção de documentários, são outros aspectos da comunicação social que são ofertados neste volume juntamente como temas que envolvem a engenharia didática da comunicação, narrativas jornalísticas, estéticas, linguagem simbólica, mídias, práticas socioculturais, migrantes venezuelanos, signos, estereótipos, cibercultura, tecnologias da informação, discursos ideológicos, transmídia, empoderamento, gênero entre outros.

Ampliar a noção de tecnologias e estéticas da comunicação no Brasil nos permite, também, conhecer e questionar novas fronteiras entre determinados conceitos tais, já que, nas práticas e teorias emergem o tempo todo. É a partir destas inquietações que buscamos compartilhar novas descobertas teóricas e práticas.

Edwaldo Costa

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A DESCARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO – EBC COM O FIM DO CONSELHO CURADOR	
Luciene Pazinato da Silva Vera Michalany Chaia	
DOI 10.22533/at.ed.9312026101	
CAPÍTULO 2	18
A DONZELA ESTEREOTIPADA: UM ESTUDO DE RECEPÇÃO DO GRUPO <i>IRON MAIDEN</i> NOS PORTAIS G1 E R7	
Fábio Cruz Estevan Garcia	
DOI 10.22533/at.ed.9312026102	
CAPÍTULO 3	32
A ENGENHARIA DIDÁTICA NA COMUNICAÇÃO SOCIAL: APRESENTAÇÃO DE UM DISPOSITIVO PARA O ENSINO DO DOCUMENTÁRIO AUDIOVISUAL	
Gisele Maria Souza Barachati Thiago Vasquez Molina	
DOI 10.22533/at.ed.9312026103	
CAPÍTULO 4	47
XENOFOBIA CONTRA MIGRANTES E REFUGIADOS VENEZUELANOS ESTIMULADA PELA DESINFORMAÇÃO DA IMPRENSA NO BRASIL	
Edwaldo Costa Nilson Lage Suélen Keiko Hara Takahama	
DOI 10.22533/at.ed.9312026104	
CAPÍTULO 5	59
A NARRATIVA DO EU NO JORNALISMO DE CELEBRIDADES	
Rogério Pereira Borges Maria Ritha Ferreira da Paixão	
DOI 10.22533/at.ed.9312026105	
CAPÍTULO 6	75
ANGELUS NOVUS: CÉU SOBRE BERLIN - ERFARHRUNG X ERLEBNIS	
Ricardo Tsutomu Matsuzawa	
DOI 10.22533/at.ed.9312026106	
CAPÍTULO 7	87
AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO NO CONTEXTO DAS CULTURAS POULARES: UM PROCESSO DE DEMOCRATIZAÇÃO OU DE ALIENAÇÃO?	
Fabiana Nogueira Chaves Maurício Pimentel Homem de Bittencourt	
DOI 10.22533/at.ed.9312026107	

CAPÍTULO 8	96
BEM-VINDO AO CLUBE: ANÁLISE DO POTENCIAL IDEOLÓGICO NO DISCURSO HARDCORE	
Samanta Cardoso Martins	
DOI 10.22533/at.ed.9312026108	
CAPÍTULO 9	116
CIBERCULTURA, AUTOMAÇÃO E BIG DATA: A EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA E SUAS CONSEQUÊNCIAS PARA A COMUNICAÇÃO E A SOCIEDADE	
Wallace Chermont Baldo	
DOI 10.22533/at.ed.9312026109	
CAPÍTULO 10	129
EMPODERAMENTO FEMININO: A MULHER NOS HQ'S CONTEMPORÂNEOS E OS MOVIMENTOS DE FÃS CONTRA A SEXUALIZAÇÃO DAS HEROÍNAS	
Fernanda Rodrigues de Menezes	
Ana Paula Bragaglia	
DOI 10.22533/at.ed.93120261010	
CAPÍTULO 11	142
DO RÁDIO À TRANSMÍDIA: A RELAÇÃO ENTRE A EVOLUÇÃO HISTÓRICA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO PARA VALORIZAÇÃO DO GÊNERO SERTANEJO	
Rone Fabio Carvalho Junior	
Maria Sueli Ribeiro da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.93120261011	
CAPÍTULO 12	157
JOGO DIGITAL E CIBERCULTURA. A COMUNICAÇÃO UBÍQUA DOS JOGADORES DE <i>INGRESS</i>	
Guaracy Carlos da Silveira	
Marcus Nudelman Trugilho	
DOI 10.22533/at.ed.93120261012	
CAPÍTULO 13	175
MEMES E CONTRACULTURA: A RECONFIGURAÇÃO DE NARRATIVAS HEGEMÔNICAS NA SEMIOSFERA	
Tássia Aguiar de Souza	
DOI 10.22533/at.ed.93120261013	
CAPÍTULO 14	186
O BARÁ BARÁ DA ALTA CULTURA, O BERÊ BERÊ DA BAIXA CULTURA COBERTURA DO GRUPO GLOBO SOBRE A MORTE DE CRISTIANO ARAÚJO	
Taissa Maia	
Yke Leon	
DOI 10.22533/at.ed.93120261014	

CAPÍTULO 15.....	200
OS MEMES DE INTERNET E O DEBATE SOBRE O ENSINO SUPERIOR NO BRASIL: UMA ANÁLISE A PARTIR DO DIAGRAMA DE LAWRENCE GROSSBERG	
Thiago de Assumpção Fernandes Barbosa	
DOI 10.22533/at.ed.93120261015	
CAPÍTULO 16.....	214
REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO NA PUBLICIDADE DE BRINQUEDO PARA O DIA DAS CRIANÇAS	
Patrícia Oliveira de Freitas	
DOI 10.22533/at.ed.93120261016	
CAPÍTULO 17.....	227
YES WE CAN: COMO BARACK OBAMA REVOLUCIONOU SUA CAMPANHA ATRAVÉS DO MARKETING ELEITORAL ONLINE	
Yara Therezinha de Almeida Lozano	
Eliane Ribeiro Costa	
DOI 10.22533/at.ed.93120261017	
CAPÍTULO 18.....	235
DRIBLANDO O PADRÃO FIFA: O PROTESTO DO GRUPO PUSSY RIOT NA FINAL DA COPA DO MUNDO 2018 NO INSTAGRAM STORIES	
Lucas Rocha	
DOI 10.22533/at.ed.93120261018	
CAPÍTULO 19.....	247
ALGUNS USOS DAS TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO POR MIGRANTES E REFUGIADOS EM CURITIBA, BRASIL	
Álvaro Maximiliano Pino Coviello	
Elisabetta Gola	
DOI 10.22533/at.ed.93120261019	
SOBRE O ORGANIZADOR.....	259
ÍNDICE REMISSIVO.....	260

CAPÍTULO 14

O BARÁ BARÁ DA ALTA CULTURA, O BERÊ BERÊ DA BAIXA CULTURA COBERTURA DO GRUPO GLOBO SOBRE A MORTE DE CRISTIANO ARAÚJO

Data de aceite: 01/10/2020

Data de submissão: 05/08/2020

Taissa Maia

PPGCOM da UFRJ

RJ – Rio de Janeiro

<http://lattes.cnpq.br/0288264927172257>

Yke Leon

PPGTLCOM da UFRJ

RJ – Rio de Janeiro

<http://lattes.cnpq.br/6221001490266016>

RESUMO: O presente artigo tece uma análise sobre o modo como quatro empresas do Grupo Globo veicularam suas coberturas acerca da morte do cantor sertanejo Cristiano Araújo. Por meio da abordagem empregada pela TV Globo, GloboNews – aqui representada por uma crônica escrita e lida pelo jornalista Zeca Camargo -, bem como pelas capas do Jornal O Globo e do EXTRA, busca-se investigar uma possível cisão que havia no Brasil entre os que conheciam a obra do artista e os que desconheciam sua existência. Para entender melhor a relação entre o público-alvo de cada veículo e sua predisposição a julgar positivamente ou não a música de Cristiano, recuperam-se conceitos do francês Pierre Bourdieu. Autores como Nestor Garcia Canclini e Antoine Hennion também são articulados para aprofundar o debate sobre o cenário cultural na contemporaneidade.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; critérios de noticiabilidade; música sertaneja; grupo Globo,

indústria da música.

THE BARÁ BARÁ OF HIGH CULTURE,
THE BERÊ BERÊ OF LOW CULTURE

GLOBO GROUP'S COVERAGE OF
CRISTIANO ARAÚJO'S DEATH

ABSTRACT: This article analyzes the way in which four companies of Grupo Globo aired their coverage of the death of sertanejo's singer Cristiano Araújo. Through the approach employed by TV Globo, GloboNews - here represented by a chronicle written and read by journalist Zeca Camargo -, as well as by the covers of Jornal O Globo and EXTRA, we seek to investigate a possible split in Brazil between who knew the artist's work and those who were unaware of his existence. In order to better understand the relationship between the target audience of each vehicle and their willingness to judge Cristiano's music positively or not, concepts from Pierre Bourdieu are recovered. Authors such as Nestor Garcia Canclini and Antoine Hennion are also articulated to deepen the debate on the contemporary cultural scene.

KEYWORDS: Journalism; news criteria; sertanejo music; Globo group; music industry.

1 | INTRODUÇÃO

No dia 24 de junho de 2015 uma terrível notícia ecoou por todo o país. Bastaram algumas horas para que um acidente de carro, envolvendo um cantor sertanejo, impactasse os lares brasileiros. Ele havia falecido, deixando

um legado de fãs e riqueza. Logo, surgiria uma polêmica em torno de seu nome: a imensa repercussão da tragédia revelou que o artista era cultuado por milhões. Apesar disso, outras tantas pessoas o consideravam completamente anônimo. Parecia que o Brasil podia ser dividido entre os que conheciam e os que não conheciam Cristiano Araújo.

Para dar conta de uma análise referente à cobertura dessa fatalidade, este artigo elegeu quatro objetos empíricos. São eles: a TV Globo, a GloboNews, o jornal O Globo e o jornal EXTRA, todos vinculados ao grupo Globo. Mais especificamente, no caso dos canais de televisão, buscou-se o programa em que o assunto foi mais comentado. Sendo assim, delimitou-se o “Vídeo Show” (TV Globo) e o “Jornal das Dez (GloboNews). No que tange a mídia impressa, realizou-se uma observação acerca do discurso presente nas capas de ambos os jornais publicados na data do ocorrido.

Desse modo, este trabalho investigou as possíveis divergências no tratamento do fato por parte de cada uma das quatro empresas do grupo. Não só isso, como consequência, articularam-se conceitos de Pierre Bourdieu, a fim de compreender o comportamento dos diferentes consumidores e das linhas editoriais. O objetivo final foi o de responder às seguintes indagações: por meio dos discursos aqui recortados, seria possível constatar que havia uma cisão no Brasil, separando aqueles que escutavam Cristiano e aqueles que nunca ouviram falar no artista? Caso confirmada, qual a natureza da cisão?

No entanto, antes de atingir o objetivo final, foi traçado um debate sobre o consumo de música hoje. A necessidade de incluir essa questão se dá pela interação das mídias no contemporâneo, promovendo um cruzamento dos estudos contidos dentro da grande área da comunicação. Nesse sentido, outros autores foram referenciados no intuito de construir pontes com o pensamento de Bourdieu. Pode-se dizer que tais autores contribuem de modo a atualizar as concepções elaboradas pelo sociólogo francês. Entretanto, a partir daí nasceu um objetivo secundário: a visão de Pierre Bourdieu a respeito do processo de distinção e de *habitus* deve ser superada no século XXI?

Em vista disso, o item 2 introduz os objetos, narrando como foi trabalhada a notícia da morte de Cristiano Araújo nos quatro veículos; o item 3 aplica alguns conceitos de Bourdieu à temática em questão; o item 4 faz um contraponto a esse autor, destacando teorias que refletem sobre o século XXI. Por último, algumas considerações finais e a indicação de algumas questões que podem ser exploradas no futuro.

2 | A COBERTURA DA MORTE DE CRISTIANO ARAÚJO

De fato, não se falava em outra coisa no dia 24 de junho de 2015. A TV Globo passou três horas de sua programação transmitindo ao vivo, sem interrupções, todos os detalhes do acidente. Cancelou a “Sessão da Tarde” e estendeu o “Vídeo Show”, explorando o assunto ao máximo. Otaviano Costa e Monica Iozzi, então apresentadores do programa vespertino, conversaram com amigos do cantor, cujo último disco foi lançado pela Som Livre – braço fonográfico do grupo Globo. Costa justificou a decisão de mudar a grade da emissora alegando que “a comoção é muito grande”, embora tenha ressaltado que, tanto ele, quanto parte do público, não sabiam quem era o artista¹.

O telespectador acompanhou cada passo do espetáculo em que se transformou a morte de Cristiano Araújo. A TV Globo exibiu tudo, desde a chegada do corpo ao Instituto Médico Legal, até a lamentável imagem da terra sendo jogada para dentro da cova na hora do enterro. Possivelmente, escolhas desse tipo tenham sido feitas para que o canal pudesse criar um discurso comovente em torno da figura de Cristiano, a fim de atingir diretamente as massas. Seria uma boa estratégia, já que a TV aberta estava presente em 72% das residências no ano de 2015 (BRASIL, 2014, p.15).

Por sua vez, no mesmo ano, a TV por assinatura alcançava, em maior parte, os grandes centros urbanos, sendo acessível “aos estratos mais ricos e escolarizados da população” (ibid.). Por isso, a GloboNews considerou oportuna a divulgação de uma crônica escrita e lida pelo jornalista Zeca Camargo no “Jornal das Dez”². Cheia de metáforas e extremamente crítica, a crônica foi destinada ao público alvo da emissora. Na direção contrária da linguagem proposta pela TV Globo, a GloboNews optou por um tom intelectualizado diante da ocasião.

No texto, Zeca questionou a mobilização causada pela notícia, afirmando que o caráter sensacionalista era fruto da “pobreza da atual alma cultural brasileira”. O jornalista argumentou que esse abalo nacional estava ligado ao desejo “por uma catarse, um evento maior, que nos une pela comoção”. Refletiu sobre “como fomos capazes de nos seduzir emocionalmente por uma figura relativamente desconhecida”. Para ele, a resposta residia na seguinte constatação: “A morte de Cristiano Araújo e a quase insana cobertura de sua despedida vestiu a carapuça de um contorno de linhas pretas no papel branco, só esperando a tinta da emoção das pessoas para ganhar tons e, quem sabe, significado”. Terminou dizendo que o “nosso pop não precisa ser assim” porque “temos tudo para adorarmos ídolos

1 STYCER, M. **Globo cancela Sessão da Tarde por cobertura da morte de Cristiano Araújo**. Disponível em: <<https://mauriciostycer.blogosfera.uol.com.br/2015/06/24/globo-cancela-sessao-da-tarde-por-cobertura-da-morte-de-cristiano-araujo/>>. Acesso em: 04 de Agosto de 2020.

2 Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=FecjecMhGbA>> Acesso em: 04 de Agosto de 2020.

de verdade e para chorar de verdade, seja pela presença deles no palco ou pela saudade da perda”.

Certamente, a opinião de Zeca não agradou o meio sertanejo. Diversos artistas se manifestaram publicamente, acusando-o de ser preconceituoso e elitista. Inclusive, a dupla Henrique & Juliano, uma das mais célebres do segmento, utilizou o Instagram para protestar: postou a imagem de um vaso sanitário com o nome dele escrito no assento. Na legenda, podia-se ler: “Zeca Camargo, tive o desprazer de ouvir suas palavras na televisão e é claro que fiquei espantado com o tamanho do teu despreparo e incompetência”. A postagem recebeu mais de 60 mil curtidas e foi assinada por “uma classe ofendida com a safadeza das suas palavras”.



Figura 1 – Protesto da dupla Henrique & Juliano
Fonte: @henriqueejuliano. Acessado em 01/09/2019.



Figura 2 – Diversos artistas sertanejos protestam contra Zeca Camargo
Fonte: “Artistas e fãs de Cristiano Araújo se revoltam com Zeca Camargo”, Portal Sertanejo.
Acessado em 01/09/2019.

Até este momento, é notória a diferença nas abordagens da morte de Cristiano Araújo praticadas por ambas as emissoras de televisão. Também é possível observar essa tendência quando se analisam os dois jornais impressos de maior circulação do grupo: enquanto o jornal O Globo não faz sequer uma menção ao caso em sua primeira página, o jornal EXTRA reforça o discurso, engendrado pela TV aberta, de que os brasileiros haviam perdido um herói nacional.



Figura 3 – Capa Jornal O Globo

Fonte: "Capa do jornal O Globo de 25/06/15", Acervo O Globo. Acessado em 01/09/2019.



Figura 4 – Capa Jornal EXTRA

Fonte: “Capa do jornal EXTRA do dia 25/06/15”, Acervo Digital EXTRA. Acessado em 01/09/2019.

Novamente, nota-se uma relação direta entre o que seria a expectativa do público leitor e a relevância do artista. O jornal O Globo, segundo definição própria³, é “líder absoluto nas classes A e B”. Já o EXTRA conta com a “participação popular”, possuindo “linguagem simples” e “preço acessível”.

3 Infoglobo. **Sobre a Infoglobo**. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <<https://www.infoglobo.com.br/anuncio/institucional.aspx>>. Acesso em: 04 de agosto de 2020.

3 I PIERRE BOURDIEU: *HABITUS* E DISTINÇÃO

A teoria elaborada por Pierre Bourdieu é o ponto de partida no sentido de aprofundar o que foi exposto acima. O autor distingue três universos de gostos musicais (e artísticos, no geral) correspondentes a classes sociais: primeiramente, tem-se o gosto legítimo. Por meio de um processo de socialização, pessoas que estão posicionadas nas camadas dominantes tendem a preferir objetos culturais ligados a esse universo. Em segundo lugar, tem-se o gosto médio, no qual se classificam as obras menos prestigiadas das artes maiores. Por fim, tem-se o universo do gosto popular, cujas opções musicais variam em razão inversa à escolaridade – ou seja, quanto mais baixa a formação, maior a predileção por esse tipo de canção (BOURDIEU, 2006, p.21).

Para além da questão econômica, as relações sociais são mediadas por outras formas de capital, o que reafirma as posições de poder. Um exemplo disso é o capital cultural: a cultura incorporada ao indivíduo durante a sua trajetória de vida. Bourdieu estabelece que a classe social e o ambiente de ensino são os principais espaços de obtenção desse capital. (BOURDIEU, 1985). Assim, compreende-se como a visão bourdieusiana enxerga a diferença entre o Brasil que consumia e aquele que desconhecia Cristiano Araújo. Tido como um artista imediatamente relacionado ao universo do gosto popular, o cantor estaria restrito ao público com menos capital cultural e menos escolarizado.

Retomando a análise das capas do jornal O Globo e do jornal EXTRA, Bourdieu (1983, p.127) determina que um discurso é resultado da soma do *habitus* com o mercado linguístico. A noção de *habitus* diz respeito a um esquema de classificação próprio dos sujeitos. Por um lado, esse esquema é estruturado pelas vivências em determinada classe, por outro, as classificações que exprime produzem o mundo. Entretanto, tendem a confirmar as condições sociais.

Aplicado à questão linguística, o *habitus* se refere, mais especificamente, às escolhas das palavras, das gírias, expressões etc. Num mercado linguístico, as falas são avaliadas e apreciadas, gerando ganhos ou perdas (1983, p.140). Portanto, o discurso de ambos os jornais buscou o diálogo com o leitor através do reforço de um olhar em relação a Cristiano Araújo. Seguindo a teoria de Bourdieu, cada discurso - do Globo e do EXTRA – é formado por um tipo de comunicação específica para cada classe e é passível de julgamento por essa mesma classe. Por isso, o silêncio na capa do jornal O Globo estava destinado às camadas dominantes, para as quais o cantor sertanejo não teria valor. Por sua vez, o EXTRA exaltava a comoção por sua partida, atingindo o gosto popular.

Logo se constata que um fenômeno similar ocorre na comparação entre a cobertura da TV Globo e a crônica de Zeca Camargo, veiculada na Globonews. Para

além desse fato, Bourdieu fornece novos subsídios para análise. Ele denuncia que a luta por audiência e o peso do polo comercial são marcantes na lógica da produção televisiva, que explora o sensacionalismo com o intuito de seduzir as massas (BOURDIEU, 1997), conforme exposto no exagero presente na linha editorial da TV Globo. Nesse caso, a espetacularização foi utilizada como um recurso para mobilizar o telespectador em torno do acidente. É evidente que obter êxito comercial através dos índices de audiência estava no universo de expectativas da emissora. Contudo, acredita-se que este trabalho pode ir mais adiante nessa reflexão.

De acordo com Cláudia Lago (2015), Bourdieu afirma que a TV impõe temáticas e o espaço de tempo em que elas serão tratadas. É um tempo em que se exerce um imenso poder de estabelecer o efeito de verdade e em que não há o cuidado com a reflexão, priorizando a urgência. O tempo televisivo é raro, portanto, nas palavras do próprio autor: "(...) se minutos tão preciosos são empregados para dizer coisas tão fúteis, é que essas coisas tão fúteis são de fato muito importantes na medida em que ocultam coisas preciosas" (BOURDIEU, 1997, p. 23). Desse modo, a insistência da TV Globo num retrato quase mórbido do acidente envolvendo Cristiano Araújo se mostra como uma estratégia repleta de nuances. Em primeiro lugar, a tentativa de elevá-lo ao status de herói brasileiro, comunicando esse discurso para um público abrangente, poderia estar ligada ao fomento das vendas de seus discos. Afinal, Cristiano era um artista da Som Livre.

Em segundo lugar, levanta-se a possibilidade desse discurso compor um projeto maior: o de formar uma identidade nacional, utilizando a música como ferramenta para acessar o imaginário popular. Benedict Anderson (2008) acredita que a nação é uma comunidade imaginada, cujos membros não têm contato com a maior parte de seus pares, mas sentem a comunhão e o pertencimento. Nesse sentido, a TV Globo e o Jornal Extra podem ter aproveitado o componente discursivo no processo de produção do sujeito brasileiro para construir ou legitimar determinada noção de país que é atravessada pelo gênero sertanejo. Essa noção retrata o Brasil das classes menos abastadas, que não se limita ao eixo Rio-São Paulo e que é fã de músicos como Cristiano Araújo⁴. Já a GloboNews e o jornal O Globo teriam adotado cobertura diferente, pois dialogam com uma camada da população que está em distinção dessa outra parcela.

No entanto, por mais que a escolha editorial dos quatro veículos analisados pareça seguir o conceito bourdieusiano de *habitus*, a repercussão da crônica de Zeca Camargo aponta para um novo caminho. Retomando o conceito: *habitus* seria uma forma de perceber e classificar o mundo, interiorizada pelo sujeito enquanto ele é socializado. As experiências dentro de uma classe contribuem para as escolhas,

⁴ Sobre o universo da música sertaneja, ver: ALONSO, G. **A música sertaneja e a antropofagia das massas**. Disponível em: <<https://medium.com/zumbido/text%C3%A3o-2-4cc3dce1ff51>>. Acesso em: 04 de agosto de 2020.

os julgamentos, os gostos artísticos etc. (BOURDIEU, 1983). Ainda segundo Bourdieu (2006), o capital cultural alto promoveria a distinção. Quer dizer, as classes dominantes usariam o seu gosto por determinada obra como um fator para se separar das classes mais baixas. Essa obra denotaria refinamento e superioridade.

Quando o meio sertanejo ouve a crônica de Zeca e fica indignado está, na verdade, rompendo com algumas estruturas solidificadas ao longo do século XX. A inércia do *habitus*, por exemplo, foi superada porque a crônica, divulgada num veículo midiático destinado à elite, serviu de pano de fundo para uma polêmica que circulou no ambiente popular. Cabe dizer que Bourdieu (1983) não afirmava que o *habitus* é estanque. Para o autor, sistemas de classificação podem mudar e são dotados de capacidade produtiva. O indivíduo é modificado pela sociedade, mas também a modifica. A questão é que isso acontece bem lentamente, dificultando mudanças radicais. Este artigo propõe que a resposta negativa por parte de uma audiência inesperada foi radical no que tange o conceito de *habitus* e, conseqüentemente, denota um desgaste na postura de distinção assumida pelas classes mais altas.

Uma das razões para a abordagem proposta acima pode ser o advento das mídias digitais. Alguns autores contemporâneos apresentam um novo entendimento a respeito da cultura e do consumo musical no século XXI, conforme exposto no item 4.

4 | O SÉCULO XXI E SUAS TRANSFORMAÇÕES

Na teoria de Bourdieu a dicotomia clássica entre alta e baixa cultura é introduzida. O processo de distinção acontece em uma sociedade em que os universos das artes - o musical, das artes plásticas, da literatura etc. – estão submetidos a esse modo de classificação. Entretanto, no final do século XX, a crítica no campo da estética precisou de mais categorias para dar conta do avanço da cultura pop. Antes, tinha-se a arte erudita (*highbrow*) e os produtos comerciais populares (*lowbrow*). Depois, as classificações de *high* ou *lowbrow* foram introduzidas também no juízo da arte massificada (ANTUNES, 2012). Zeca Camargo assumiu para si essa missão, opinando sobre quais ídolos do “povo” construíram uma carreira digna de tanta ostentação: Michael Jackson e Mamonas Assassinas são alguns dos citados pelo jornalista.

Contudo, o século XXI dispensa intermediários responsáveis por rotular a arte como boa ou ruim. Inaugura-se o conceito de *nobrow*: a ausência de barreiras e de padrões acadêmicos; a mistura entre alta e baixa cultura; o fim das generalizações e o início do consumo personalizado. A estética contemporânea se vale dos meios digitais para derrubar as fronteiras intelectuais, regionais e de classe (ANTUNES, 2012). Não é à toa que a repercussão negativa da crônica se deu pelo Instagram,

espaço em que o artista pode se conectar diretamente com o fã.

Essa perspectiva encontra muitos adeptos na contemporaneidade. O sociólogo Antoine Hennion (2010) busca superar o determinismo no que diz respeito ao gosto musical. Para ele, a atenção deve se voltar às ligações entre a música e o ouvinte, durante a experiência sonora. No lugar do proletariado, por exemplo, a pesquisa observa o comportamento do sujeito que ama o que escuta ou que é livre praticante⁵. Sendo assim, o gosto se manifesta através do fazer. Nas palavras do autor:

Explicar o gosto exige que o sociólogo se concentre nos gestos, objetos, corpos, mídias, dispositivos e relações envolvidas. O gosto é um comportamento. Tocar, ouvir, gravar, fazer que outros escutem música... todas essas atividades vieram a ser algo mais do que a realização de um gosto que já existia. Tudo isso é redefinido durante a ação e o resultado é, em parte, incerto. (...) o gosto do amador não é mais considerado uma escolha arbitrária que é explicada por razões sociais ocultas. Mas, é uma técnica coletiva, cuja análise ajuda a compreender a maneira em que nos tornamos sensíveis às coisas, a nós mesmos, as situações e os momentos, enquanto em paralelo controla reflexivamente a maneira em que esses sentimentos podem ser compartilhados e discutidos com os outros (HENNION, 2010, p. 25).

Nesse sentido, a concepção defendida por Antoine se direciona ao momento em que a canção está sendo executada. O gosto não é imutável e não está retido no indivíduo antes da experiência. Pelo contrário, só pode ser analisado como uma inclinação que se redefine no processo (HENNION, 2010). Algumas características do século XXI contribuem para essa visão: o avanço tecnológico fez com que a produção musical sofresse mudanças radicais. Hoje, há uma infinidade de conteúdos sendo produzidos e distribuídos nas redes. O acesso fácil proporciona um intercâmbio cultural, permitindo que um membro da classe popular entre em contato com o estilo de vida da elite. Da mesma forma, o inverso também acontece, o que explica o sucesso cada vez maior da música sertaneja por todo o país.

Aliás, os impactos culturais da passagem do século XX para o XXI não foram sentidos só no Brasil, mas na América Latina como um todo. Acerca da região, Nestor García Canclini afirma que:

As culturas já não se agrupam em grupos fixos e estáveis e, portanto, desaparece a possibilidade de ser culto conhecendo o repertório das “grandes obras”, ou ser popular porque se domina o sentido dos objetos e mensagens produzidos por uma comunidade mais ou menos fechada (uma etnia, um bairro, uma classe). (...) As tecnologias de

5 Antoine utiliza o conceito de “amador”, que define da seguinte forma: “O amador, o praticante, o fã – aquele que faz algo com música (uso a palavra ‘amador’ num sentido amplo – como também em relação a ‘gosto’ –, referindo-me a qualquer forma de amor ou prática, e não somente ao sentido cultivado de uma especialidade de conhecedor centrada no conhecimento do objeto em si)” (2011, p. 260).

reprodução permitem a cada um montar em sua casa um repertório de discos e fitas que combinam o culto com o popular (...) Proliferam, além disso, os dispositivos de reprodução que não podemos definir como cultos ou populares. Neles se perdem as coleções, desestruturam-se as imagens e os contextos, as referências semânticas e históricas que amarravam seus sentidos (CANCLINI, 2011, p. 304).

O cenário descrito por Canclini possui uma série de desdobramentos. Inclusive, a instabilidade dos grupos culturais e a democratização dos meios de reprodução compõem um contexto de transformações ainda mais profundas na sociedade. De repente, os espaços do saber e de circulação simbólica foram ocupados por pessoas antes consideradas menos importantes. Essa nova configuração desestruturou o cânone no campo das artes. Isso porque outras narrativas puderam questionar o lugar do clássico e os mecanismos judicativos.

Em oposição, a lógica que vigorava até meados do século XX depositava a capacidade crítica em agentes dotados de características específicas. Sobre essa dinâmica, Bourdieu fala: “A existência de obras consagradas e de todo um sistema de regras que define a abordagem sacramental supõe uma instituição cuja função não seja apenas de transmissão e de difusão, mas também de legitimação” (1968, p.130).

Professores e críticos, entre outros agentes, formavam a hegemonia do conhecimento em torno da arte, elegendo as obras que deveriam ser vistas como eruditas. Mas o que se observa aqui são indícios do surgimento de um novo paradigma, que se intensificou na passagem para o século XXI, permitindo uma pluralidade maior de vozes. O consumidor passou a adotar critérios subjetivos, além daqueles estabelecidos pela mídia e pela sociedade, para nortear a sua experiência com os produtos culturais e artísticos, conforme explica Antoine Hennion:

O que é novo não é a execução pública de atividades artísticas pelos profissionais, é a ascensão do amador, do espectador, e a formação de um público “focado”, vindo precisamente para tal ou tal performance. Não somente enquanto público de massa e enquanto mercado, como os analistas têm forte tendência a compreendê-lo, seguindo os rastros de Walter Benjamin (1994), mas como nova competência, lentamente e minuciosamente elaborada através dos dispositivos, das práticas, dos objetos, dos repertórios e de novos formatos sociais, produzindo assim novas sensibilidades individuais e coletivas e, antes mesmo disso, produzindo simplesmente novas capacidades auditivas e uma nova atenção – precisamente o que poderíamos chamar de um corpo musical (HENNION, 2011, p. 271).

Dessa forma, os objetos empíricos escolhidos para este artigo, sobretudo a crônica de Zeca Camargo e sua repercussão, parecem revelar alguns aspectos – ou tendências – do cenário cultural brasileiro. Após este percurso, algumas considerações finais puderam ser feitas sobre o que foi dito.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos quatro veículos – TV Globo, GloboNews, jornal O Globo e jornal EXTRA – na ocasião da morte do cantor sertanejo Cristiano Araújo, explicitou os critérios de noticiabilidade que nortearam as respectivas coberturas do ocorrido. Enquanto a TV Globo e o jornal EXTRA priorizaram dialogar com os fãs do cantor, a GloboNews e o jornal O Globo se direcionaram ao público que sequer o conhecia ou que não o considerava arte legítima. Portanto, foi estabelecida uma relação entre o público alvo de cada emissora e de cada jornal, e sua predisposição a julgar positivamente ou negativamente o trabalho de Cristiano. Mais do que isso, esse consumidor possui uma classe social definida no posicionamento do veículo e, por consequência, no discurso formado ao redor do artista. Então, considera-se que a GloboNews e o jornal O Globo procuraram falar com as classes mais altas da sociedade, que possuiriam uma opinião nula ou negativa sobre ele. Já a TV Globo e o jornal EXTRA voltaram sua comunicação para as classes que possuiriam uma opinião positiva sobre o cantor, ou seja, as mais baixas.

Por isso, o direcionamento escolhido pelos veículos serve de indício de que havia uma cisão no Brasil, separando os fãs de Cristiano daqueles que não o conheciam. E esse distanciamento se daria, inicialmente, por uma natureza econômica e social. Contudo, o que este artigo pôde constatar foram apenas indícios. A partir da análise dos objetos empíricos não é possível determinar precisamente se havia uma cisão, sendo necessário um estudo mais aprofundado. O que ficou mais claro foram apenas os critérios de noticiabilidade baseados em categorias socioeconômicas *versus* o tipo de predisposição no julgamento do cantor sertanejo.

Dessa maneira, encaminha-se para o objetivo secundário: a visão de Pierre Bourdieu a respeito do processo de distinção e de *habitus* deve ser superada no século XXI? Para este trabalho, a resposta é: definitivamente não. Mesmo a discussão tendo levantado autores que atualizam as teorias de Bourdieu, elas foram bastante necessárias como ferramenta de análise. Não se pode esquecer que, por trás dos veículos midiáticos, existem pessoas tomando decisões. Para que a crônica de Zeca Camargo fosse divulgada, preceitos judicativos foram empregados de modo a relacionar a audiência da GloboNews com uma classe social mais alta, dotada de capital cultural e que desconhecia ou que não gostava de Cristiano Araújo. Nessas presunções, podem-se identificar os conceitos de *habitus* e distinção.

É claro que o debate se mostra mais complexo nos estudos do cenário cultural no século XXI. Como já foi dito, o advento das mídias digitais e os impactos tecnológicos na indústria fonográfica permitem uma mobilidade maior dos consumidores, que podem transitar pelas músicas que outrora seriam classificadas como sofisticadas, pelos *hits* populares, pelos canais de TV mais intelectualizados etc. Sendo assim,

nota-se que tanto essa tendência mais livre, quanto um determinismo de classes, nos moldes de Bourdieu, são comportamentos identificáveis no contemporâneo. As muitas ferramentas teóricas e analíticas estão disponíveis para que se possa apreender a densidade social, em sua totalidade.

Ademais, este artigo conclui que a cobertura da morte de Cristiano revela uma abrangência significativa do grupo Globo na sociedade brasileira. O mesmo caso foi explorado pelas empresas de maneira antagônica, dialogando com diferentes “Brasis”. Além disso, observou-se uma possível estratégia de reivindicar o lugar de formadora da identidade nacional com o objetivo financeiro. Sabe-se que o grupo Globo trabalha intensamente o gênero sertanejo em seus muitos braços comunicacionais, inclusive na gravadora Som Livre. Tal hipótese pode estar correlacionada ao crescimento exponencial do segmento, ultrapassando barreiras regionais e de classe. Mas essa verificação também exigiria uma pesquisa aprofundada.

Por fim, todas as camadas da atualidade que se apresentam neste artigo fazem com que o estudo da comunicação seja repleto de signos e que permeie diversos aspectos do cotidiano. Um episódio distante, ocorrido há quatro anos, foi a centelha de luz que despertou uma pesquisa inicial, abrindo múltiplas margens de investigação. Cristiano Araújo, sua vida e sua obra são uma narrativa em disputa na sociedade. Não existe uma palavra final sobre a qualidade da música, mas observações possíveis dos comportamentos das pessoas em contato com esse objeto. Muitos atravessamentos podem nascer a partir daí e não se pretendeu esgotá-los no presente trabalho. Pelo contrário, buscou-se sugerir que todas as evidências aqui representadas – assim como as evidências futuras - são o que tornam, justamente, o Brasil plural.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Benedict. **Comunidades Imaginadas**: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

ANTUNES, J. Q. Cultura Nobrow: Os Novos Caminhos Da Estética Do Século XXI. **Anais do VI Simpósio Nacional de História Cultural**. Teresina: Universidade Federal do Piauí, 2012.

BOURDIEU, P. Campo Intelectual e Projeto Criador. In: POUILLON, J. (Org.). **Problemas do Estruturalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 1968.

_____. **A Distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: edUSP, 2006.

_____. The forms of capital. In: RICHARDSON, J. G. (Ed.). **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education**. New York: Greenwood Press, 1985. p. 241-258.

_____. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

_____. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2014.

CANCLINI, N. G. Culturas híbridas, poderes oblíquos. In:_____. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 2011.

HENNION, A. Gustos musicales: de uma sociologia de La mediación a uma pragmática del gusto. **Comunicar – Revista Científica de Educomunicación**, v. XVII, nº 34, p. 25-33, 2010.

_____. Pragmática do Gosto. Tradução de Frederico Barros. **Desigualdades & Diversidade** – Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio, v. 8, p. 253-277, 2011.

LAGO, Cláudia. Pierre Bourdieu e algumas lições para o Campo da Comunicação. **Intertexto** (UFRGS), v. 34, p.728-744, 2015.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Agência Brasil 3, 4

B

Big data 116, 117, 122, 124, 125, 127, 128

C

Ciberativismo 129

Cibercultura 116, 117, 119, 121, 126, 127, 128, 155, 157, 158, 159, 160, 171, 172, 173

Comunicação 2, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 21, 22, 23, 28, 30, 31, 32, 33, 34, 36, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 47, 59, 60, 61, 63, 66, 67, 72, 74, 75, 80, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 119, 131, 133, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 151, 152, 153, 154, 155, 157, 158, 160, 161, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 176, 178, 179, 180, 185, 187, 192, 197, 198, 199, 200, 202, 203, 213, 214, 215, 224, 225, 226, 228, 229, 230, 231, 233, 236, 237, 238, 239, 240, 245, 246, 247, 248, 249, 256, 257, 259

Comunicação organizacional 116, 117

Comunicação política 1, 98

Comunicação pública 1, 2, 3, 4, 5, 7, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17

Comunicação social 3, 9, 11, 13, 14, 31, 32, 33, 36, 39, 40, 42, 44, 140, 161, 171, 185, 199, 225, 259

Comunicação ubíqua 157, 173

Cristiano Araújo 186, 187, 188, 189, 190, 192, 193, 197, 198

Culturas populares 87, 88, 89, 90, 92, 93, 94

D

Documentário audiovisual 32, 33, 35, 37, 38, 40, 42, 43, 46

E

Educação superior 200, 209, 210

Empresa Brasil de comunicação 1, 2, 3, 4, 5, 15, 16

Engajamento 200, 202, 203, 208, 209, 210, 212, 233

Erfahrung 75, 76, 81, 82, 85

Erlebnis 75, 76, 81, 82, 85

Estéticas da comunicação 2

Estéticas da comunicação no Brasil 2

Estratégia 16, 104, 109, 110, 111, 166, 188, 193, 198, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 236

Estratégias de comunicação 23, 117, 158, 167, 171

Estudo de recepção 18, 24

Extra 9, 148, 186, 187, 190, 191, 192, 193, 197

F

Fake News 227, 228

Feminismo 129, 131, 134, 241

H

HQ's 129, 133, 135

I

Interacionismo 32, 33, 39, 44, 63

J

Jornalismo 4, 9, 19, 20, 30, 31, 37, 49, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 144, 186, 213, 252, 259

L

Linguística aplicada 32, 33, 39, 42, 46

M

marketing digital 227, 228, 229, 231

Marketing eleitoral 227, 228, 229, 230, 234

Memes de internet 200, 202, 203, 207, 208, 210, 212

Memória 16, 78, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 93, 148, 154, 175, 176, 177, 182, 184

Mídia e política 147

Migrantes e refugiados venezuelanos 47, 48, 52, 54, 56

Música sertaneja 144, 145, 146, 147, 148, 149, 151, 153, 154, 186, 193, 195

N

Narrativa noticiosa 59

Noticiabilidade 59, 60, 63, 64, 69, 72, 186, 197

O

O Globo 141, 179, 186, 187, 190, 191, 192, 193, 197

P

Pierre Bourdieu 186, 187, 192, 197, 199

Política 1, 8, 9, 66, 74, 79, 85, 95, 98, 105, 106, 107, 108, 140, 145, 147, 175, 176, 177, 179, 181, 185, 200, 201, 202, 203, 206, 207, 208, 210, 211, 212, 213, 227, 228, 229, 231, 233, 244, 245, 251

Produção audiovisual 32, 33, 36

Publicidade 6, 65, 140, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 232

R

Rádio MEC FM 4

Representação de gênero 226

S

Semiosfera 175, 176, 177, 181, 185

Sexismo 129

Sociodiscursivo 32, 33, 39, 44

T

Tecnologias 2, 60, 71, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 97, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 125, 126, 127, 145, 146, 150, 155, 161, 162, 163, 173, 185, 195, 201, 206, 207, 208, 214, 238, 247, 248, 249, 256, 257

Televisão 4, 10, 19, 20, 28, 62, 76, 92, 142, 143, 144, 146, 147, 148, 149, 151, 152, 153, 155, 179, 187, 189, 190, 199, 214, 215, 216, 217, 221, 222, 224, 225, 226, 229, 238

Transmídia 142, 143, 151, 152, 153

TV Brasil 3, 5, 7, 8, 9, 13, 17

TV NBR 4

W

Walter Benjamin 75, 79, 80, 176, 177, 196

Wim Wenders 75, 76, 77, 78, 86

Tecnologias e Estéticas da Comunicação no Brasil 2

www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 

Tecnologias e Estéticas da Comunicação no Brasil 2

www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 