

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

**Victor L. Faria dos Santos**

**OLHARES PARA O ARTIVISMO E A DIVERSIDADE DENTRO DA TELA:**  
a inovação de linguagem audiovisual e o conteúdo colaborativo na TV Pública

Juiz de Fora  
Novembro 2018



**Victor L. Faria dos Santos**

**OLHARES PARA O ARTIVISMO E A DIVERSIDADE DENTRO DA TELA:**

a inovação de linguagem e o conteúdo colaborativo na TV Pública.

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo,  
da Faculdade de Comunicação da Universidade  
Federal de Juiz de Fora como requisito parcial  
para obtenção do grau de Bacharel.

Orientadora: Prof. Dra Iluska Coutinho

Juiz de Fora  
Novembro de 2018

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Faria dos Santos, Victor Luis.

Olhares para o Artivismo e a diversidade dentro da tela : a inovação de linguagem audiovisual e o conteúdo colaborativo na TV Pública / Victor Luis Faria dos Santos. – 2018.

113 f. : il.

Orientadora: Iluska Coutinho

Coorientador: Jhonatan Mata

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social, 2018.

1. Liguagem Audiovisual. 2. Jomalismo Cultural. 3. Televisão Pública. 4. Diversidade. 5. Jomalismo Colaborativo. I. Coutinho, Iluska, orient. II. Mata, Jhonatan, coorient. III. Título.

Victor L. Faria dos Santos

Olhares para o Artivismo e a Diversidade dentro da tela:  
a inovação de linguagem audiovisual e o conteúdo colaborativo na TV Pública

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo,  
da Faculdade de Comunicação da Universidade  
Federal de Juiz de Fora como requisito parcial  
para obtenção do grau de Bacharel.  
Orientadora: Prof. Dra. Iluska Maria da Silva  
Coutinho (FACOM /UFJF)

Aprovado pela banca composta pelos seguintes membros:

---

Prof. Dra. Iluska Maria da Silva Coutinho (FACOM /UFJF) - orientadora

---

Prof. Dr. Jhonatan Mata (FACOM/UFJF) – co-orientador

---

Prof. Dra. Gabriela Borges (FACOM/UFJF) – convidada

---

Prof. Dr. Cristiano Rodrigues - convidado

Conceito Obtido: APROVADO

Juiz de Fora, 30 de Novembro de 2018



Dedico este trabalho aos meus pais, Glaukimaria e André, por investirem em meus sonhos e desejos. Também pelo suporte durante toda minha vida, em especial na fase universitária.

À Iluska Coutinho por ter me orientado neste trabalho de conclusão e em tantos outros projetos durante a faculdade. Pessoa com quem aprendi muito sobre o jornalismo e sobre a pesquisa acadêmica



## AGRADECIMENTOS

Desde do dia que escolhi fazer Jornalismo até a apresentação deste trabalho, contei com o apoio de diversas pessoas que me permitiram viver dessa etapa da minha vida uma realização.

Agradeço primeiramente a Deus, por ter me dado força e fé para correr atrás dos meus objetivos.

Além dos meus pais, também agradeço aos meus avós, em especial à Ilda Martins por ter se feito presente e ajudado em tudo que foi preciso. Às minha tias e tios, aos meus primos e primas, destaco aqui a minha prima Camila que sempre contribuiu com os seus ensinamentos.

Agradeço também ao Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (CNPq/UFJF), espaço em que descobri o universo da pesquisa.

Aos artistas ativistas da cidade que se dispuseram a participar do Grupo Focal, principalmente os 8 que contribuíram efetivamente e presencialmente com este trabalho.

Aos meus colegas de turma pela troca, em especial àqueles que viveram todas as etapas junto comigo, acreditando sempre no meu potencial.

Também agradeço às minhas amigas da vida, que estiveram comigo desde do vestibular até o TCC. Obrigado!



“Eu acredito que olhar pra trás também é seguir em frente  
É quando a gente relembra tudo que já passou pra chegar até aqui,  
e tem certeza que nunca é hora de parar a caminhada”

Bráulio Bessa



**Resumo:**

Este trabalho tem como objeto de pesquisa o “Artivismo”, programa televisivo veiculado na TVT (TV dos trabalhadores) e na emissora pública Rede Minas. A proposta da pesquisa se divide em duas etapas, propondo duas maneiras de olhar para o programa. Em um primeiro momento, por meio da Análise da Materialidade Audiovisual, proposta desenvolvida no âmbito do Núcleo de Jornalismo Audiovisual, pretende-se investigar se o conteúdo segue os princípios da comunicação pública, e principalmente se obedece aos quesitos apontados pelo Movimento Cria (MovCria), rede de comunicação comunitária e independente responsável pelo desenvolvimento do Artivismo. A proposta de inovação de linguagem e a produção colaborativa, são as características singulares do programa. Na segunda parte do trabalho, apresenta-se os resultados de um Grupo Focal realizado com 8 artistas que desenvolvem trabalhos com cunho social ou político, para analisar como o público alvo desse produto midiático com viés jornalístico cultural compreende a linguagem audiovisual, e a essência colaborativa e independente do programa "Artivismo".

**Palavras-chave:**

Linguagem Audiovisual; Jornalismo Cultural; Televisão Pública; Diversidade; Jornalismo Colaborativo.



## LISTA DE ILUSTRAÇÃO

Figura 1 e 2 - Reprodução – Artivismo (05/02/18). Entrevista com o coletivo Maças Podres.....	53
Figura 3 e 4 - Reprodução - Artivismo (05/02/18). Situação próxima ao local da entrevista se torna o foco da gravação .....	54
Figura 5 - Reprodução - Artivismo (09/02/18).....	55
Figura 6 e 7 - Reprodução - Artivismo (06/03/18).....	56
Figura 8 e 9 - Reprodução - Artivismo (03/09/18). Projeto “Pimp My Carroça”.....	59
Figura 10 - Reprodução - Artivismo (11/024/18).....	61
Figura 11- Reprodução - Artivismo (08/05/18). Enquadramento corta parte da cabeça do entrevistado.....	63
Figura 12- Reprodução - Artivismo (08/05/18).....	63
Figura 13- Reprodução - Artivismo (08/05/18).....	64
Figura 14 e 15 - Reprodução - Artivismo (15/08/18).....	70
Figura 16 e 17 - Reprodução - Artivismo (15/08/18).....	70
Figura 18 e 19 - Reprodução - Artivismo (22/08/18).....	72
Figura 20 - Reprodução - Artivismo (22/08/18).....	72
Figura 21 e 22 - Reprodução - Artivismo (10/09/18).....	73
Gráfico 1 - Resultado quantitativo das temáticas tratadas no Artivismo.....	75



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>17</b>
<b>2 JORNALISMO, TELEVISÃO E CULTURA .....</b>	<b>21</b>
2.1 CRÍTICA CULTURAL NA MÍDIA.....	23
2.2 TEMÁTICA X DIVULGAÇÃO.....	25
2.3 A PRESENÇA DO JORNALISMO CULTURAL NA TELEVISÃO.....	27
<b>3 A TELEVISÃO PÚBLICA.....</b>	<b>31</b>
3.1 COMUNICAÇÃO PÚBLICA COMO DIREITO.....	31
3.2 DIVERSIDADE (CULTURAL), HEGEMONIA E CONTRA HEGEMONIA.....	33
3.3 OS CONCEITOS DE UMA COMUNICAÇÃO PÚBLICA DE QUALIDADE.....	35
3.4 O CENÁRIO DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO BRASIL.....	39
3.5 O CONTEÚDO COLABORATIVO E A INOVAÇÃO DE NARRATIVAS E LINGUAGENS AUDIOVISUAIS NAS EMISSORAS PÚBLICAS.....	40
<b>4 A ANÁLISE DA MATERIALIDADE AUDIOVISUAL: UM PRIMEIRO OLHAR PARA O OBJETO.....</b>	<b>49</b>
4.1 DIVERSIDADE: A MARCA DO ARTIVISMO .....	75
<b>5 UM GRUPO FOCAL A(R)TIVISTA: UM OUTRO OLHAR .....</b>	<b>77</b>
5.1 UMA METODOLOGIA EM GRUPO.....	77
5.2 UM OLHAR ARTIVISTA SOB O OBJETO.....	78
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>87</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>93</b>
<b>APÊNDICE .....</b>	<b>97</b>
APÊNDICE A - MAPEAMENTO PROGRAMAÇÃO DA TV BRASIL .....	97
APÊNDICE B - MAPEAMENTO PROGRAMAÇÃO DA REDE MINAS.....	99

APÊNDICE C - CONTEÚDOS QUANTITATIVOS DA ANÁLISE DA MATERIALIDADE AUDIOVISUAL DAS 16 EDIÇÕES DO ARTIVISMO INVESTIGADAS.....	101
APÊNDICE D – TRANSCRIÇÃO GRUPO FOCAL.....	103

## 1. INTRODUÇÃO

O cenário da comunicação encontra-se em constante mutação. Os veículos se popularizam, perdem audiência, ganham notoriedade, se adaptam à época. Mas independente do meio ou da temporalidade, a busca por forma de adquirir, processos e transmitir informação sempre se constituiu em mola propulsora capaz de criar pensamentos, por isso muitos tratam a Comunicação com um poder da sociedade. Assim é necessário estar atento a produtos midiáticos que tragam novas ideias, e estabeleçam discursos plurais e diversos, para que os pensamentos fortificados sejam vários e representem muitos.

Mesmo com a queda significativa de audiência nos últimos anos, a televisão é o principal veículo de comunicação de milhares de pessoas no país. No Brasil, as emissoras comerciais e hegemônicas são as que alcançam maior audiência, guiadas majoritariamente por intenções econômicas. Em contrapartida, para representar os interesses da sociedade tem-se as emissoras públicas, canais de comunicação financiados com o dinheiro público. Esses canais de comunicação têm intrínsecos ao seu caráter diversos conceitos como, independência, autonomia, pluralismo, diversidade, além de características como a colaboração e a inovação. Inserido em uma interseção de promessas que abrange todos esses aspectos, encontra-se o programa Artivismo. Conteúdo audiovisual produzido pelo coletivo independente Movimento Cria<sup>1</sup>, o programa é veiculado na TVT<sup>2</sup> (TV dos trabalhadores de São Bernardo do Campo, SP) e na Rede Minas<sup>3</sup>, emissora pública regional do Estado. Além disso, também é disponibilizado no canal da Rede TVT<sup>4</sup> no *youtube*, meio utilizado para conseguir acesso ao conteúdo durante a pesquisa.

O “Artivismo” é um programa que carrega no nome um conceito. Mas além do próprio conceito, as suas intenções o vinculam a outros tantos aspectos. O programa se estabelece em um tripé baseado em arte, política e ativismo social. A sua complexidade não se insere apenas no nome e nas propostas das temáticas a serem debatidas, indo além disso e incluem a proposta de construir um produto inovador a partir de conteúdos enviados de forma colaborativa pela audiência. Considerando tal complexidade, este trabalho é construído com intuito de esclarecer dois questionamentos. Em um primeiro momento é necessário investigar se o programa cumpre todas as promessas e intenções pretendidas e anunciadas. Já a segunda

---

<sup>1</sup> <http://revistacontemporartes.com.br/2018/05/12/movimento-cria/>. Acesso em: 22. Nov. 2018

<sup>2</sup> <http://www.tvt.org.br/>. Acesso em: 22. Nov. 2018

<sup>3</sup> <http://redeminas.tv/>. Acesso em: 22. Nov. 2018

<sup>4</sup> <https://www.youtube.com/user/redetvt>. Acesso em: 22. Nov. 2018

motivação da pesquisa se instaura na recepção do “Artivismo” pelo espectador. Será que é possível tratar de diversas temáticas, sendo colaborativo, inovador e ainda sim ser compreendido?

Para lançar luz sob essas questões foi necessário construir embasamentos teóricos, a partir de uma pesquisa documental sobre os tipos de comunicação que envolvem o programa. Assim no primeiro capítulo discorreremos sobre “Jornalismo, Televisão e Cultura”.

Um dos objetivos dessa pesquisa é esclarecer os termos e conceitos que circundam uma comunicação pública de qualidade. Por isso, o segundo capítulo reforça a importância do direito à comunicação, tratando também de pluralismo, diversidade e contra-hegemonia. Além disso, é necessário nortear como encontra-se o cenário da comunicação pública no Brasil, para que se compreenda também, a importância dessa pesquisa no momento atual.

Considerando a convergência midiática e a questão da colaboração de conteúdo, também foi inserido neste trabalho, um debate sobre a inovação de linguagem audiovisual, já que essa é uma das características prometidas pelos produtores do programa, e que podem aproximar ou afastar o telespectador. Independente da audiência obtida é importante considerar o trecho escrito por Arlindo Machado (1997) ao alertar que um produto audiovisual não deve ter sua linguagem definida como certa ou errada.

Como forma de investigar se o “Artivismo” cumpre com a proposta de inovação de linguagem, e também as outras promessas anunciadas, foram analisadas 16 edições do programa, exibidas entre os meses de fevereiro e setembro de 2018. O critério de seleção das edições que seriam analisadas foi o seguinte: tomar como recorte empírico no período em análise os dois programas de cada mês que tivessem alcançado maiores visualizações no canal da TVT no *youtube*. A plataforma de vídeo da web foi a melhor opção de acesso ao programa, já que a TVT não é exibida em MG, e a Rede Minas não tem sinal em Juiz de Fora, cidade mineira em que foi realizada a pesquisa.

Para fazer a análise quali-quantitativa do programa foi utilizada, a Análise da Materialidade Audiovisual, metodologia desenvolvida pela professora Iluska Coutinho, no Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (CNPq-UFJF). O método sugere uma investigação a partir da unidade formada por texto+som+imagem+tempo+edição. Após os resultados dessa primeira etapa do trabalho, certas respostas apareceram e alguns questionamentos surgiram, o que motivou a produção de uma segunda fase de análise, que foi realizada a partir da metodologia do Grupo Focal. A proposta foi apresentar um outro olhar sob o programa, após alinhar essas duas perspectivas pretende-se alcançar um resultado final mais consistente e com a percepção também, de uma possível audiência.

Nessa etapa foram discutidas edições do programa junto à um grupo específico de pessoas. Como recorte para o Grupo Focal foram selecionados oito (8) artistas que possuem trabalhos artísticos que se instaure no tripé inerente ao Artivismo, que envolve arte, política e ativismo social. Por se constituir em um grupo homogêneo, foi possível que os participantes se posicionassem com menor receio, já que todos possuem característica e propostas de trabalho e atuação similares. A escolha desse recorte de participantes permite um olhar menos desconfiado a totalidade do programa e mais próximo das temáticas debatidas, permitindo assim, que as críticas e comentários se direcionem também para as questões de inovação de linguagem audiovisual e colaboração. Essas características, essenciais ao programa, podem causar interferências e ruídos na comunicação, ao mesmo tempo em que pode desenvolver um pensamento mais crítico e menos genérico sobre as temáticas debatidas. O Grupo Focal ajudou na compreensão de como um grupo de “ativistas” direcionam o olhar para o Artivismo.



## 2. JORNALISMO, TELEVISÃO E CULTURA

São várias as questões em torno do jornalismo Cultural. No primeiro momento, além da investigação de como está sendo propagado esse tipo de jornalismo especializado na mídia atualmente, a discussão ganha forma para desvendar, o que poderia ser considerado Cultura, conceito que pode sofrer variações de acordo com os anos e com os costumes de determinada sociedade. Muniz Sodré (2003) acredita que a noção de cultura se mostra até os tempos atuais ainda problemática, sendo inclusive dependente das áreas econômicas do lugar em que se situa essa “cultura”. Indo além, Sodré (2003) afirma que a cultura não é incompatível com o ordenamento vigente, ao contrário disso, a cultura “proclama com ferramenta estratégica para o desenvolvimento socioeconômico e já dá margem a categoria como economia criativa e indústria criativa, na qual se lança mão da cognição e da capacidade criativa de grupos e indivíduos para gerar valor” (SODRÉ, 2003, p. 28).

Edgar Morin considera que a palavra cultura é um “mito que tem a pretensão de conter em si completa salvação: verdade, sabedoria, bem-viver, liberdade, criatividade[...]”. (MORIN, 1999, p.75). Para Rivera (2003, p.09) o entendimento do que se caracteriza como Jornalismo Cultural está entre a cultura antropológica e a cultura da humanidade clássica. A partir de uma outra concepção, Maria Vila (1998) destina ao conceito de cultura a perspectiva do conhecimento. Como se o ser considerado culto fosse o detentor do “bom gosto”.

É também partir dessas perspectivas que se baseia a construção histórica do jornalismo cultural. Para Eliane Basso o desenvolvimento do Jornalismo Cultural se deu “a partir da ideia da produção voltada para a cultura erudita tendendo a mostrar a cultura como algo 'superior', sofisticado e formal” (BASSO, 2006, p. 7). Assim a produção dos conteúdos era voltada para uma minoria considerada então dona do conhecimento. Em 2018, a produção cultural não é vista necessariamente dessa forma, já que abrange uma maior parcela da sociedade, podendo dizer respeito tanto aos gostos da elite, quanto da massa, erudita ou popular. Daniel Piza (2004) afirma que essas dualidades que se formam são ancoradas em uma perspectiva que coloca o leitor (ou telespectador, no caso desse estudo) como alguém que necessita de orientações e auxílios para que assim possa definir o que consumir culturalmente.

Para o entendimento desse trabalho considera-se que o termo cultura abrange outras intenções além daquelas intrínsecas ao Jornalismo Cultural. Como certifica Faro esse campo jornalístico tem maior relação com a “produção noticiosa e analítica referente a eventos de natureza artística e editorial pautados por seções, suplementos e revistas especializadas nessa área das atividades culturais”. (FARO, 2006, p. 145,)

Segundo Gadine (2004), citado por Lopez e Freire, assim como em qualquer outro campo noticioso, no jornalismo cultural pretende-se, em certa instância, pautar assuntos culturais capazes de provocar reflexões e agregar conhecimento ao ser humano, a partir de uma produção singular. Como afirma Ivana Barreto no texto “As realidades do Jornalismo Cultural no Brasil”, as produções enquadradas nesse segmento de comunicação jornalística, tendem a ir além da característica informativa, estabelecendo vínculos afetivos com o consumidor desse conteúdo, até por configurar um campo que promove maior ousadia e experimentação de linguagem. A autora lembra que os cadernos culturais se tornaram objeto de desejo dos jornais brasileiros. Isso se deu pelas características da produção de textos capazes de estabelecer um diálogo entre os colunistas culturais e os seus leitores.

Assim, por exemplo, o caderno B do Jornal do Brasil<sup>5</sup> acabou servindo de inspiração para que outros jornais criassem os cadernos culturais. A autora conta que “no contexto da evolução da imprensa brasileira, a década de 50 foi decisiva[...] O Caderno B, que apresentava textos criativos e uma diagramação arrojada, surgiu destinado a tratar de cultura e para ser, mais do que isso, um produto cultural”. (BARRETO, 2006, p. 66). Ivana ressalta ainda que as matérias diárias de cultura com reportagens, resenhas críticas, colunas assinadas e o serviço, que não era comum nem na Europa e nem na América do Norte, tornaram-se tendência no Brasil. Os principais jornais do país passaram a destinar uma área especial para cultura em seus produtos jornalísticos.

O Jornalismo Cultural ainda tem sua importância no jornalismo brasileiro. Além dos cadernos culturais, os veículos de circulação “produzem seções destinadas ao comentário e à crítica da produção intelectual e artística” (FARO, 2006, p. 145). O autor ainda destaca que títulos de revistas especializadas em diversos âmbitos da produção cultural podem ser encontrados nas bancas com facilidade. O Jornalismo Cultural é considerado por Faro um segmento que ainda “produz reflexão em torno de tendências da arte e do pensamento contemporâneo, [...] com sustentação material de razoável consistência” (FARO, 2006, p. 145). No entanto, no campo acadêmico não se produzem reflexões que compreendam toda a sua complexidade. Dessa forma, um dos grandes desafios deste trabalho é ainda lidar como uma reflexão teórica pouco consolidada quanto aos temas tratados.

Daniel Piza (2004) destaca que o Jornalismo Cultural progrediu junto às complexidades urbanas, trazendo junto consigo a marca da crítica e as implicações políticas de sua produção. Junto a crítica outro gênero ganha destaque nos segmentos culturais nos veículos

---

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.jb.com.br/cultura>. Acesso em: 09/12/18

midiáticos brasileiros: a agenda. Assim fica a cargo das revistas especializadas apresentar a cultura em outros gêneros<sup>6</sup> como a grande reportagem, a crônica e o perfil. Por sua vez a mídia massiva, incluindo a TV, tem como foco a agenda e a crítica cultural, o que conseqüentemente acabam chegando ao grande público.

## 2.1 CRÍTICA CULTURAL NA MÍDIA

A crítica cultural na mídia funciona como um aval para determinar a qualidade de um produto, isso torna-se motivo de reflexão para muitos estudiosos. Soares e Silva (2016) destacam que um dos grandes paradigmas da crítica cultural, que também abrange a crítica de mídia são questões cruciais como; “quem está autorizado a fazer a crítica, qual sua finalidade, os juízos e valores nela implicados, a formação de público” (SOARES e SILVA, 2016, p.17). As autoras observam que a crítica é um gênero em ascensão que já se fazia presente no impresso e na televisão, e que agora ganha espaço nos meios digitais, também com a presença dos observatórios de mídias, que possuem como responsabilidade acompanhar as produções midiáticas.

O mesmo ocorre com os sites de crítica cultural, que anunciam que qualquer pessoa interessada em produção cultural possa ganhar voz e discurso crítico. Daniel Piza (2004) afirma que nos Estados Unidos houve uma multiplicação dos críticos culturais, o que para o autor está associado ao aumento econômico do país, na segunda metade do século XIX. Um pouco mais tarde o movimento se destacaria no Brasil, “o jornalismo cultural só ganharia força no final do século XIX; e dele nasceria o nosso Henry James, Machado de Assis (1839-1908) que começou a carreira como crítico de teatro e polemista literário” (PIZA, 2004, p.16). Para Piza (2004), anos mais tarde o perfil do crítico sofre alterações, assumindo no início do século XX uma postura mais informativa e incisiva, o que o diferencia daqueles avaliadores de obras culturais do século anterior, considerados moralistas.

Ainda que as reportagens culturais não sejam tão frequentes nos veículos de mídia de circulação em massa, quando a matéria se configura no gênero reportagem, a presença da crítica ainda é notável, já que se assume uma fala mais interpretativa, o que conseqüentemente estabelece um tom crítico.

Em “Jornalismo Cultural: reflexão e prática”, Cida Golin (2009) discorre sobre a relação entre jornalismo cultural, visibilidade de obras e produções artística e a crítica cultural.

---

<sup>6</sup> Neste trabalho não se pretende criar um debate sobre gêneros jornalísticos. Conceito que se refere aos diferentes tipos de textos e abordagens que podem ser encontradas na mídia.

Para isso utiliza “A Produção da Crença”, de Pierre Bourdieu (2004), já que o autor faz “uma análise crítica sobre o processo de criação, circulação e consagração dos bens simbólicos. O autor subverte a apreciação do caráter sagrado da arte e da cultura ao apresentá-la como o resultado de um amplo jogo e empreendimento social.” (GOLIN, p. 7, 2009). A autora reflete a partir dos conceitos de Bourdieu que a mídia e os críticos são determinantes no sistema, já que a mídia promove a visibilidade dos produtos culturais, junto com os críticos que julgam consagrada (ou não) uma obra e descobrem novos talentos.

Há o reconhecimento da necessidade de outro espaço, lugar, e também de refletir, olhar e discorrer sobre a figura do crítico; deve-se fazer uma das perguntas do lead<sup>7</sup>, “quem crítica?”. No texto, “A resistência das mulheres na crítica cinematográfica: a experiência das Elviras” é levantada a problemática da falta de representatividade no espaço reservado para a crítica cultural.

Desde a época dos Jovens Turcos da Cahiers du Cinéma, passando pelos grandes nomes das críticas norte e latino-americanas, vemos uma miríade de homens, em geral brancos, que clama para si o domínio do saber do cinema. Ao longo das décadas, esse ambiente crítico se construiu de forma a espelhar o machismo e a falta de representatividade feminina que são lugar-comum nos sets de filmagens, e só começaram a ser duramente questionados recentemente. (CASTANHO, Caú; BRASIL, Samantha, 2017, p. 525)

Utilizando especificamente a crítica cinematográfica, as autoras utilizam dados de quatro associações de crítica de cinema, e também de outros espaços do jornalismo e da web destinados à crítica, e concluem que a ocupação desses lugares está longe de ser igualitária levando em consideração a perspectiva de gênero na autoria da crítica. Segundo Castanho e Brasil (2017), essa falta de representatividade implica no conteúdo das publicações críticas, apresentando pontos de vistas machistas, “assim filmes dirigidos por mulheres ou que apresentam uma temática feminista receberem menos atenção dos veículos especializados, ou são atacados justamente por sua postura de enfrentamento da desigualdade de gênero (no cinema e fora dele)” (CASTANHO, Caú; BRASIL, Samantha, 2017, p. 528). Para se sentirem representadas as mulheres acabam criando alternativas que buscam se afirmar como contra hegemônicas de maneira a contribuir para as reflexões e críticas cinematográficas.

---

<sup>7</sup> Primeiro parágrafo do texto jornalístico, onde encontra-se as informações mais importantes da matéria. O “lead” deve conter a resposta para 5 perguntas (O que? Quando? Quem? Onde? Por que?)

## 2.2 TEMÁTICA X DIVULGAÇÃO

O Jornalismo Cultural é realizado a partir de tendências específicas. Como discorre Faro (2006) sua prática é marcada pela forte presença do autoral, opinativo e analítico. Indo além das coberturas noticiosas de outros segmentos do jornalismo, a produção do jornalismo cultural diferencia-se principalmente do tradicional jornalismo diário, assumindo movimentos ideológico e estético-conceituais. No entanto, o próprio Faro (2009) avalia que existe uma linha muito tênue nas temáticas circundadas nas produções feitas no Jornalismo Cultural. O autor acredita que além da hipótese marcar esse lugar como aquele dos movimentos estético-conceituais, há uma outra hipótese que o aproxima do entretenimento.

Na primeira hipótese, o jornalismo cultural conservaria em suas características fundamentais uma dinâmica estabelecida a partir de demandas estético-conceituais ou ético-políticas que dizem respeito ao ordenamento institucional e às formulações acadêmicas produzidas na sociedade. Na segunda, seus condicionamentos seriam os da cultura de massa: uma produção mercantil voltada para o simples entretenimento, desprovida daquele compromisso com a conversação crítica de seu público. (FARO, 2006, p.147)

Faro alerta que dentro desse segmento, assim como no jornalismo em geral, as pautas também são escolhidas, muitas vezes, a partir de interesses meramente empresariais, e consequentemente econômicos: “não há como desconsiderar essa dimensão empresarial do jornalismo e a racionalidade que ela imprime aos veículos na concorrência que se estabelece no mercado de bens simbólicos.” (FARO, 2006, p. 148). O autor acredita que a face do espetacular inerente ao que ele chama de ícones do Jornalismo Cultural, o que inclui o cinema, teatro, literatura, entre outros produtos, contribui para a produção de pautas com intenções empresariais. Barreto (2006) também acredita que a cultura está cada vez mais inserida nessa sociedade do espetáculo, do consumo imediato e da superficialidade das abordagens. O aspecto econômico também está muito ligado a lógica da divulgação dos trabalhos culturais, assim os jornalistas precisam lidar diariamente com este fato, selecionando as melhores pautas.

Na prática das redações, assessorias de comunicação e de imprensa, divulgadores, representantes de gravadoras e de patrocinadores disputam a pauta. Editores, repórteres e pauteiros têm que lidar com essa questão cotidianamente. A disputa por um espaço que é jornalístico, mas tem um peso comercial, faz o trabalho em cadernos de cultura ter como característica a dialética entre o discurso sobre arte/espetáculos/questões contemporâneas e o capital ou entre valor de uso e valor de troca. (SIQUEIRA e SIQUEIRA, 2004, p. 2 apud FREIRE, Marcelo; LOPES Debora, 2004, p.5)

Assuntos ligados ao entretenimento cada vez mais tomam o espaço do que seria considerado “jornalismo cultural” dentro das mídias tradicionais. Daniel Piza (2004) acrescenta que as temáticas tratadas dentro dos espaços culturais do jornalismo começaram a inserir outros assuntos após os anos 90. O Jornalismo cultural passa a ter conteúdos para além das conhecidas sete artes, abrangendo o design, a moda, e a gastronomia. Piza ainda reitera as características de entretenimento intrínseca atualmente neste segmento, e que as temáticas que geram o interesse das massas acabam se tornando mais frequentes nos veículos de comunicação que de alguma forma tentam discorrer sobre cultura, “os assuntos preferidos, por extensão, são o cinema americano, a TV brasileira e a música pop, que dominam as tabelas do consumo cultural” (PIZA, 2004, p. 54).

Escolher o caminho de agradar o grande público não é considerado correto para alguns autores. Francisco de Assis estabelece que “não há grande empenho na promoção de algo mais consciente” (ASSIS, 2008, p.186). O autor considera que um bom jornalismo cultural não tenha que trazer característica e pautas do entretenimento. Entretanto, deve-se considerar que nem sempre é possível dissociar os dois conceitos. Piza (2004) lembra que os cadernos culturais absorvem diversas manifestações, o que inclui astrologia, música e moda, temas que podem ser facilmente tratados como um produto de entretenimento. Freire e Lopez (2004) destacam que ainda que esse segmento do jornalismo não seja representado pelas hard news, é necessário estabelecer vínculos com a atualidade. No entanto, isso não configura um caráter apenas informativo do conteúdo, e nem precisa.

Principalmente quando exibido em canais televisivos, o jornalismo cultural frequentemente estará associado ao entretenimento, o que seguindo as ideias defendida por Souza (2004) é um ponto positivo, já que para o autor, o conteúdo televisivo pode informar, mas deve sempre entreter. Elizabeth Duarte (2007) segue a mesma linha de pensamento ao discorrer sobre o paralelo informação X entretenimento. A autora separa os gêneros televisivos em três categorias: metarealidade, suprarealidade e para-realidade. Porém, acredita que todas essas classificações precisam carregar alguma carga de entretenimento, seja na primeira categoria de gênero proposta, a “metarealidade” (que tem ligação direta com a realidade, trazendo conteúdos informativos, onde se inclui os telejornais), ou nas duas outras categorias, que trazem o entretenimento em sua essência: a “suparealidade” que se realiza a partir do ficcional, ou a “para-realidade”, dos reality shows.

### 2.3 A PRESENÇA DO JORNALISMO CULTURAL NA TELEVISÃO

No jornalismo impresso, em certa medida, ainda há espaço para o jornalismo cultural. Segundo Ana Carolina Temer e Mônica Nunes (2014), em alguns jornais impressos pode-se considerar até crescente o número de pautas culturais, mas na televisão as perspectivas são diferentes. Ao refazer um retrospecto histórico as autoras atentam para o fato de que a cultura sempre foi colocada como um tema elitizado. Por isso, enquanto os aparelhos televisivos eram regalias apenas da camada mais rica da população a cultura era mais pautada, porém com a popularização das TVs, essa editoria foi considerada pouco lucrativa pelas emissoras televisivas (TEMER, NUNES, 2014). Segundo Temer e Nunes, “o assunto cultural foi, aos poucos, dando lugar a programas de conteúdos mais populares e, eventualmente, até grotescos” (TEMER, NUNES, 2014, p. 203). No entanto, deve-se levar em consideração que a camada da população que não tinham acesso as televisões, majoritariamente, também, não tinham acesso a grande parte das obras culturais. A televisão poderia servir como ponte para apresentar essa temática para essa parcela da sociedade, porém não foi assim que se configurou o jornalismo cultural nas emissoras comerciais.

Com maior ou menor força, essa é uma tendência que ainda permanece; neste início de século, a maioria das redes de televisão brasileira tem dedicado pouco espaço ao jornalismo cultural. Ao olhar para grade de programação das principais emissoras atualmente percebe-se que não há muitas opções de conteúdo cultural. Mas como é direcionado o olhar para classificar um conteúdo como cultural dentro da televisão?

Para discorrer sobre programas culturais e seu lugar dentro das emissoras, Stevanin (2010) questiona “de que cultura estamos falando? ”. O autor acredita que de forma geral as primeiras referências são as do campo artístico “peças de teatro, concertos, artes plásticas ou mesmo obras literárias, com seu conjunto característico de meios de expressão, passam a ser “televisados” e divulgados para grandes públicos, o que dificilmente aconteceria em seu contexto de origem. ” (STEVANIN, 2010, p.2). Nas revistas eletrônicas culturais existentes, Stevanin identifica que os formatos são bem similares ao de um telejornal, um âncora serve como uma ponte entre as matérias exibidas, mas nos próprios telejornais, qual é o espaço destinado para a cultura?

Nas edições diárias dos telejornais, majoritariamente, matérias relacionadas a temáticas e acontecimentos factuais são prioridades, até por uma questão de critério de noticiabilidade. Temer e Nunes (2014) destacam que as matérias culturais aparecem nos telejornais esporadicamente, ainda sim apenas nas edições diurna, sempre com um tom bem

leve, para divulgar shows e espetáculos, servindo para o fechamento do jornalístico. Poucas exceções abordam o tema a partir de outras propostas. Segundo Temer e Nunes (2014), o “Leitura Dinâmica”, exibido na Rede TV por volta de meia noite é um dos poucos telejornais que além de apresentar as matérias factuais, também traz temáticas culturais, com a agenda cultural de várias capitais do país. No entanto, todo o conteúdo é dado de forma rápida, sem qualquer aprofundamento. As autoras ainda criticam como é atribuída a presença do jornalismo cultural nos telejornais, já que ao invés de atuar a partir de um serviço ou para passar herança cultural, majoritariamente abordam assuntos com o intuito de atrair a audiência, “no telejornalismo a cultura engloba aquilo que convencionamos chamar de “comportamento humano”, curiosidades da vida das celebridades reais e de ocasião, e informações pontuais sobre atividade culturais.” (TEMER E NUNES, 2014, 215).

Bruna Guimarães (2011) é outra pesquisadora que reflete sobre a relação entre cultura e entretenimento. A autora também identifica que nesse campo “o jornalismo de celebridades” é o que acaba ganhando maior destaque, o que segundo ela, impede a produção de conteúdo que realmente reflita sobre “a complexidade e diversidade da cultura brasileira” (GUIMARÃES, 2011, p. 2). Destaca ainda que fora da televisão aberta e comercial, ainda é possível encontrar programas culturais de qualidade, seja em canais pagos ou nas emissoras públicas. Guimarães (2014) enfatiza a importância do Metrôpoles da TV Cultura, o Start que é semanalmente exibido na GloboNews, além de algumas opções de programas de cunho educativo/cultural veiculados na TV Futura.

É impossível discorrer sobre o espaço cultural dentro da televisão, sem mencionar a TV Cultura e os trâmites inerentes à emissora. Allana Meirelles (2013) relata que a TV Cultura de São Paulo foi adquirida dos Diários Associados em 1967. Dois anos depois o canal entrou no ar em 1969, período marcado pelo ápice do golpe de Estado de 1964 quando: “o Estado disponibilizou uma moderna rede de telecomunicações capaz de servir como um dos principais sustentáculos para sua política autoritária e centralizadora”(MEIRELLES, 2013, P. 106). Meirelles lembra que a TV Cultura era mantida pelo Estado de São Paulo e gerida pela Fundação Padre Anchieta; definida como uma emissora educativa e de direito privado, mas que, no entanto, servia com uma plataforma para divulgar os atos e as intenções do regime militar.

No livro, “Por uma televisão Cultural-educativa e pública” (2011), Eduardo Barros Filho buscou investigar se as definições sobrepostas nas características da TV Cultura são realmente válidas ou se são conceito frágeis, deixados apenas no papel. Em sua investigação da emissora entre os anos de 1960 e 1974, Barros Filho (2011) percebe que a TV Cultura sofreu

alterações durante esses 14 anos, o que implicou no caráter de definição do configuraria o canal. O autor considera que a emissora surge a partir de iniciativas privadas, com intuito de ocupar a lacuna de uma televisão cultural-educativa e/ou pública que existia no Brasil. Porém, o autor lembra que desde enquanto era gerida por Assis Chateaubriand, e mesmo após a compra da emissora pelo governo de São Paulo, as discussões em torno do caráter educativo/público ficaram em segundo plano. Entretanto, Barros Filho (2011) alega que mesmo que de forma tímida, a emissora deixava na grade de programação alguns espaços destinados a conteúdos educativos. Só em 1974 foi identificada uma ampliação desse espaço, incluindo a produção de conteúdos artísticos e culturais, somados a um teor educativo. O que não é o bastante para considerá-la uma emissora pública, já que existem outros princípios concernentes ao caráter público de uma emissora televisiva.

Considerando os fatos expostos, o caminho mais consolidado para o Jornalismo Cultural na televisão estaria nos programas especializados, que se dedicam exclusivamente à produção de produtos culturais. A produção de conteúdos especializados para uma audiência específica, certamente contribuiria para um produto final com maior qualidade. Temer e Nunes (2014) acreditam que a setorização desse tipo de produção jornalística possibilita diferentes formas de produção, podendo abrir espaço, inclusive, para experimentações de linguagem. Stevanin (2010) percebe que quando aparece nas emissoras televisivas, o jornalismo cultural contribui para impulsionar a criatividade dos profissionais, inclusive ampliando o olhar para possibilidade de inovação. No entanto, o autor alerta que muito profissionais possuem uma “falsa ideia de que cabe somente às emissoras educativas e culturais” (STERVANIN, 2010, p.16) a prática da inovação e da experimentação, o autor acredita que outras emissoras também devem assumir esse papel, já que nas emissoras públicas o espaço para o jornalismo cultural já é, em certa medida, mais consolidado.

Diferente das emissoras comerciais, na grade de programação de algumas televisões que objetivam exercer uma comunicação pública, existem algumas opções de conteúdo com enfoque no jornalismo cultural. Para Stevanin, “no caso específico das televisões públicas, a adoção de abordagens mais dinâmicas e plurais de cultura pode tornar-se um diferencial de qualidade da programação”(STEVANIN, 2010, p. 5). O autor utiliza Barbeiro para contatar pontos importantes que caracterizariam uma TV Cultural.

1. Especificidade da linguagem televisiva: não apenas transmite conteúdo de outros meios, mas produz o que é próprio para a televisão em todos os gêneros/
2. Conexão com a realidade fragmentada contemporânea/
3. Caráter formativo, ao desenvolver a alfabetização audiovisual da sociedade e promover novas sensibilidades./
4. Sentido

múltiplo para competitividade: profissionalismo, inovação, e relevância social de sua produção” (MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 74 apud. STEVANIM, 2010, p. 5).

Como identificado em pesquisas anteriores (FARIA; COUTINHO, 2018), em maio de 2018 na grade da TV Brasil cerca de 15% da programação possuía relação com a cultura, trazendo temáticas que englobam música, teatro, entre outras artes. Incluindo programas como: “Pintando a sétima arte”, produzido pela produtora Saravati e exibido colaborativamente na TV Brasil. Com enfoque educativo e cultural, o elenco do programa é formado por crianças. Na pesquisa foi possível identificar que só programas musicais são 10, alguns são compostos por entrevistas e outros por trechos de shows. Também existem os programas que tratam de assuntos ligados ao universo do cinema. O “Fique ligado!” e o “Camarote 21” são programas que também abordam cultura e tecnologia. O primeiro é produzido pela própria TV Brasil e o segundo pela produtora Deutsche Welle Brasil.

Já na Rede Minas programas com foco na área cultural representam 30% da programação da emissora pública, sendo que alguns deles apresentam contextos e vieses sociais. Entre eles se inclui o “Agenda”, que é a clássica revista eletrônica cultural com VTs que anunciam produções culturais da região, que é exibida diariamente. O “Camarote 21” que está na grade da TV Brasil, também é uma colaboração com horário de programação na Rede Minas. Além desses, na categoria Cultura existem algumas outras produções da Rede Minas e outras que são exibidas no canal de forma colaborativa, incluindo o próprio programa “Artivismo”, foco de estudo desse trabalho.

Na pesquisa anteriormente realizada com o objetivo de mapear a programação da TV Brasil e da Rede Minas (FARIA; COUTINHO, 2018) também foi identificado que existem programas dentro dessa especialidade, diários e semanais. Além disso, percebe-se que muitos desses programas costumam ser reprisados, sendo exibidos uma mesma edição uma ou mais vezes na grade de programação das emissoras. Pode-se constatar que só nessas duas emissoras públicas analisadas, já é perceptível uma vasta variedade de programas com intuítos e aspectos culturais, seja alguns com propósitos mais jornalísticos e outros alinhados mais ao entretenimento. Martín Barbero, citado em artigo de Allana Meirelles (2013), alega que a TV pública tem o dever de “olhar” primeiramente para o cidadão, para só em um segundo momento pensar em seu lugar enquanto consumidor, podendo assim estabelecer um diálogo entre os atores sociais e as comunidades culturais dentro da TV pública.

### 3 A TELEVISÃO PÚBLICA

Nesse capítulo a proposta é discorrer sobre os conceitos inerentes a comunicação pública e o cenário brasileiros das emissoras televisivas que apresentam esse caráter. Para isso, em um primeiro momento é necessário falar do direito à comunicação, além de tratar de conceitos que convergem com a ideia de uma televisão pública de qualidade como pluralismo, diversidade, hegemonia e contra-hegemonia.

#### 3.1 A COMUNICAÇÃO COMO DIREITO

Servindo como possibilidade de oferta de informações ao seu público, os meios de comunicação representam a possibilidade de uma sociedade mais democrática, sendo responsável por criar pensamentos e fortalecer perspectivas. Para o exercício efetivo do direito à comunicação é primordial a existência de um espaço igualitário também na esfera midiática. Para que esse lugar igualitário se concretize é necessário que se cumpra o Direito à Comunicação. O Intervezes- Coletivo Brasil de Comunicação<sup>8</sup> - faz um retrospecto histórico para lembrar dos direitos ligados à liberdade de expressão, esses que podem ser exercidos através de quaisquer meios. Para isso são citados a Declaração Universal dos Direitos do Homem (1948) e a Convenção Americana dos Direitos Humanos (1969). No site do coletivo, eles também consideram que a consolidação do direito à liberdade de expressão possibilitou o surgimento de outros direitos jurídicos, como o direito à informação e a liberdade de imprensa, considerados essenciais no campo da comunicação. O Intervezes ainda defende que para que o direito à comunicação seja consolidado também é preciso estabelecer oportunidade de “ter acesso aos meios de produção e veiculação de informação, de possuir condições técnicas e materiais para ouvir e ser ouvida, de ter o conhecimento necessário para estabelecer uma relação autônoma e independente frente aos meios de comunicação” (INTERVOZES, 2018).

Cicília Perruzzo (2007) reforça que a noção de acesso aos meios de comunicação populares e comunitários, como direito do cidadão é uma conquista recente, já que até 1990 tais meios eram considerados apenas possibilidades de mobilização. No entanto, a autora lembra que as discussões acerca da democratização dos meios de comunicação se estabeleceram enquanto um debate décadas antes, entre os anos de 1970 e 1980. Anos depois, em 2001 foi

---

<sup>8</sup> Site do Intervezes. Disponível em: <http://intervozes.org.br/>. Acesso: 18 de Abr. 2018

lançada uma das campanhas que objetivava essa democratização. “CRIS” (Communication Rights in the Information Society) foi um “movimento liderado por organizações não governamentais do campo da comunicação e dos direitos humanos de diversos países, organizada com a finalidade de discutir a democratização das tecnologias de informação e comunicação (TICs)” (PERRUZZO, 2007, p. 6). Além desse, outros movimentos realizados debateram a temática. Em 2003, em Genebra foi estabelecido o documento final da “Declaração da Sociedade Civil”, que além de defender o direito à informação e à comunicação postula a redução da pobreza, o direito à privacidade e a justiça eleitoral, além da observação dos direitos humanos e o desenvolvimento sustentável. Ao redor do mundo, Fóruns foram realizados no início dos anos 2000 para debater o assunto, inclusive o Fórum Mundial Social, em 2005, no Brasil.

Murilo César Ramos (2005) destaca que o direito à comunicação deveria ser um direito social considerado de “quarta geração”, entretanto não existe tal reconhecimento. O autor explica que os direitos civis, políticos e sociais são, respectivamente, de primeira, segunda e terceira geração. Para argumentar sobre a importância do reconhecimento desse direito de “quarta geração”, Ramos salienta que a comunicação pode ser uma instância decisória em várias situações sociais e, inclusive, políticas. Ainda discorre que foi “por isto que, entre os anos 60 e 70 do século XX, sob os auspícios da Unesco, órgão das Nações Unidas que trata da educação, ciência e cultura, emergiu rica discussão sobre a comunicação e seu papel para o fortalecimento da democracia” (RAMOS, 2005, p. 246).

No texto, “A democratização da mídia e o direito à informação: o papel do Estado brasileiro na regulamentação das comunicações” Barros e Oliveira (2015) ressaltam que para que o direito à comunicação se concretize, primeiramente precisa-se democratizar os veículos de informação e comunicação. Os autores defendem que o poder social advindo da comunicação deva ser exercido de maneira equânime, a partir da divulgação de ideias plurais e democráticas e também através da livre expressão. O cenário da comunicação sofre variações a partir das leis e culturas de cada país. Barros e Oliveira (2015) se atentam para o fato de que no Brasil os veículos do *mass media* são comandadas e gerenciadas por pequenos grupos familiares, empresariais e até religiosos, por isso torna-se necessário promover a reflexão e a problematização das formas de uso. Além disso, o “controle e ingerência sobre os meios de comunicação, de forma a democratizá-los faz-se imprescindível, haja vista os avanços do poderio capital econômico no setor, as influências ideológicas e demais interesses que permeiam tal matéria” (BARROS; OLIVEIRAS, 2015, p. 2). Os autores acreditam que a falta

de um marco regulatório interfere na prática de abusos e concentração dos veículos comunicadores.

Portanto, seguindo uma tendência internacional, requer que o Estado brasileiro. Também seja compelido a mover-se frente à pauta da democratização, exercendo a regulamentação dos dispositivos constitucionais e também promovendo a reflexão junto à sociedade brasileira de um marco para as comunicações, que seja uma efetiva e eficaz diretriz para os ditames da mídia eletrônica brasileira. (BARROS, Bruno; OLIVEIRA, Rafael, 2015, p. 4).

No artigo “Sobre (Tele)Jornalismo Público: conceitos e métodos de análise”, Iluska Coutinho esclarece que o direito à comunicação deve ser entendido como um direito social que pode ser representado em diferentes instâncias decisórias. “Entre essas instâncias poderíamos em última análise incluir o (tele)Jornalismo, cuja legitimidade também é atribuída socialmente”. (COUTINHO, 2013, p. 26).

Caberia às políticas públicas estabelecer mecanismos consistentes de descentralização dos sistemas de comunicação, tanto para democratizar o regime de concessões de canais de rádio e televisão, quanto para incentivar e até contribuir para o financiamento de meios comunitários e locais, a produção audiovisual independente, a criação cultural não mercantilizada e a aplicação de tecnologias digitais nos processos educacionais e científicos.

### 3.2 DIVERSIDADE (CULTURAL), PLURALISMO HEGEMONIA E CONTRA-HEGEMONIA

A comunicação pública, e nela a TV Pública, tem como dever contrapor aos princípios inseridos na TV Comercial, considerada no Brasil um modelo de veículo hegemônico. Assim, a emissora pública deveria presar pelo pluralismo e a diversidade, assumindo uma postura contra-hegemônica aos veículos tradicionais do *mass media*.

Dênis Moraes (2010), a partir das ideias de Gramsci constata que se entende por hegemonia, “a conquista do consenso e da liderança cultural e político-ideológica de uma classe ou bloco de classes sobre as outras” (MORAES, 2010, p.54). Somado a isso, Raquel Paiva (2003), salienta que vulgarmente o hegemônico é o que vigora de maneira totalizadora e ditatorial. Mas além desse sentido a autora articula que o que vigora hegemonicamente, só ocorre dessa maneira pela aceitação dos demais, desconsiderando que seja uma situação arbitrária. Já a contra-hegemonia seria o contrário disso, como já pressupõem o próprio termo, mas mais do que isso, a autora acredita que o que é contra hegemônico deve se estabelecer sempre “contra’, sem nunca querer assumir o papel que ocupa àquele que o faz ser “contra’.

Caso contrário existiria uma substituição de força e não se chegaria a equivalência que se faz presente no discurso do contra hegemônico. Paiva observa que fundamentalmente o papel do movimento contra-hegemônico “é o de fazer pensar, é o de propiciar novas formas de reflexão com o objetivo precípua e final de liberar a consciência”(PAIVA, 2003, p163). Paiva (2003) alerta que se o propósito é muito diferente desse, certamente a postura assumida será a do pró-hegemônico. Como discorre Moraes (2010) “O aparelho de hegemonia não está ao alcance apenas da classe dominante que exerce a hegemonia, como também das classes subalternas que a ela aspiram” (MORAES, 2010, p.60).

Por sua vez Muniz Sodré (2003), no texto “O jogo contra hegemônico do diverso” considera hegemonia, uma “imposição de valores que conformam os interesses da cidadania e concorrem para direção moral e intelectual dos indivíduos” (SODRÉ, 2003, p.27). Para ele isso é resultado de processos sociais consolidados que são questionados e instauram conflitos a partir das movimentações contra-hegemônicas. Moraes (2010) compartilha de tal associação ao afirmar que para se instaurar uma hegemonia é necessário um processo histórico engendrado aos diversos espaços das superestrutura ideológico-cultural. Essas superestruturas citadas é determina a partir de duas esferas: a sociedade política e sociedade civil, nessa última inclui-se o campo da comunicação.

Para Moraes (2010), quando se assume o papel do hegemônico “os veículos ocupam posição distintiva no âmbito das relações sociais [...] elevando o mercado e o consumo a instâncias máximas de representação de interesses” (MORAES, 2010, p.61). Gramsci citado por Moraes afirma que no século XX, os jornais burgueses perdiam o viés ideológico, sendo guiados rotineiramente pelas determinações econômico-financeiras, a fim de atrair o maior número de leitores e maior rentabilidade. É perceptível que essa lógica ainda vigora no contexto midiático atual, o que a lamentado pelo o autor que defende que o jornalismo deve formar opiniões a partir dos conteúdos produzidos seguindo os valores e princípios morais da profissão.

Sodré associa os conceitos de hegemonia e contra-hegemonia ao conceito de cultura. Dessa vez trata-se de cultura, acima de tudo, como o comportamento e costume de determinada sociedade. O autor desenvolve o seu pensamento para articular que, de certa maneira, as nações tentam estabelecer uma representação cultural, o que ele chama de um padrão hegemônico do país, entendendo o povo como uma unidade, esquecendo das diversidades existentes. O autor argumenta que “diversidade” tem uma lógica parecida com o conceito de “cultura”, especialmente no que tange a ambiguidade no campo das representações hegemônicas e contra-harmônicas. Para ele, a “ideia do diverso permanece com uma encruzilhada fracamente determinada para alguns fenômenos ligados à cultura”. O autor acredita que o conceito de

“diversidade” deveria ser chamado de “conceito-comparativo”. Já que normalmente a diferenciação é feita a partir de uma associação comparativa. Nas grades de programação das principais emissoras brasileiras, por exemplo, pode-se notar similaridade em suas programações. Ao comparar os programas não há tanta diversidade, nas temáticas e nas formas apresentadas, como deveria.

Ao analisar a TV Pública portuguesa Gabriela Borges (2013) afirma que existe em tese grande relação entre o conceito de diversidade com o sistema televisivo, “seja na regulação e na implementação das políticas públicas, na conceituação das grades de programação ou na produção dos próprios programas de televisão”(BORGES, 2013, p.291). No entanto, ela ressalva que a diversidade não é uma característica sempre inerente ao sistema televisivo, embora assim devesse ser, já que isso propõem uma aproximação com a igualdade, assim como com a liberdade, que deveriam ser marcas da TV pública. Borges faz articulações com o intuito de diferenciar os conteúdos emitidos, daqueles conteúdos que são recebidos pelo telespectador, esclarecendo que uma programação diversa não influencia na liberdade de escolha do público, uma vez que “não é porque um canal ou um serviço de televisão emite uma variedade de programas e formatos que o público irá necessariamente assisti-lo”(BORGES, 2013, p. 91). No entanto, a oferta de opções configura certamente uma contribuição para que se forme uma sociedade mais plural e democrática, possibilitando que os receptores das informações criem maior consciência.

### 3.3 OS CONCEITOS DE UMA COMUNICAÇÃO PÚBLICA DE QUALIDADE

No Brasil, o telejornalismo, e em termos mais amplos, da própria televisão, ocupam o espaço ou lugar da credibilidade, e conseqüentemente permanecem sendo um veículo de grande alcance popular. Ainda que a queda da audiência da televisão e o advento da internet tenham transformado o cenário da comunicação no Brasil, atingindo milhões de pessoas diariamente, a TV ainda é o veículo de comunicação preferido dos brasileiros. Uma pesquisa divulgada no início de 2017 aponta que 63% dos nativos optam por se informar pela televisão, e apenas 26% preferem a internet. Os dados da "Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 - Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira"<sup>9</sup>, divulgada pela Secretaria de Comunicação Social do governo, apontam ainda que se levar em consideração as duas primeiras opções das

---

<sup>9</sup> Dados disponíveis em: <<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/tv-e-o-meio-preferido-por-63-dos-brasileiros-para-se-informar-e-internet-por-26-diz-pesquisa.ghtml>>. Acesso em 18 de Abr de 2018.

pessoas, a preferência pela TV chega a 89%. Outra pesquisa divulgada no final de 2017 pela CNT/MDA<sup>10</sup> revela que 51,8% têm a televisão como principal fonte de informação. Além disso, deve-se levar em consideração que uma pesquisa feita em 2016 pelo Pnad - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio, do IBGE<sup>11</sup> apontava que 97,4% das residências brasileiras possuíam televisão. Portanto a TV é um espaço que atinge pessoas de várias camadas da sociedade, o que configura o veículo como o mais acessível em nível de distribuição e audiência.

Considerando os números destacados, a televisão deveria ser um espaço para o exercício efetivo da cidadania. No livro, “Um telejornal para chamar de seu”, Jhonatan Mata discorre que é “aliado a prática da cidadania, em que as pessoas exercem seus deveres e usufruem do direito de se expressar, a televisão, com destaque para o telejornalismo, tenta subsidiar o seu papel como instrumento para o “fazer social”. (MATA, 2013, p. 59). O autor ainda evidencia que para que os deveres e cidadania tenha realmente valor é essencial que haja a presença do “sujeito participativo na ação” (MATA, 2013, p. 62).

O “Artvismo”, objeto empírico de estudo deste trabalho, preza, justamente, pela participação colaborativa do cidadão para pautar e levar ao ar conteúdos produzidos por aqueles que seriam apenas telespectadores. Essa prática da perspectiva do colaborativo é uma ação inerente a comunicação pública, podendo ser identificada em diferentes programas televisivos vinculados a esse tipo de comunicação.

As televisões públicas são canais de comunicação mantidos pela própria população por meio dos impostos pagos. Allana Meirelles (2013) explica que as emissoras públicas em países europeus, como Alemanha, França e Inglaterra, surgiram com iniciativa do Estado e passaram a ser controladas pelos governos. Inclusive é na Inglaterra que fica uma das principais emissoras de caráter público do mundo, a British Broadcasting Corporation, conhecida como BBC. Segundo Meirelles (2013), na emissora, 12 representantes da sociedade fazem parte de um conselho que tem entre outras funções, o dever de eleger a diretoria executiva que cuida do gerenciamento da empresa. Os integrantes do conselho não devem ter vínculo com nenhum TV Comercial, sendo escolhidos pelo primeiro-ministro e nomeados formalmente pela rainha.

---

<sup>10</sup> Dados disponíveis em: <<https://www.poder360.com.br/midia/mais-da-metade-dos-brasileiros-usam-a-tv-com-principal-fonte-de-informacao/>>. Acesso em 18 de Abr de 2018

<sup>11</sup> Dados disponíveis em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2013-agencia-de-noticias/releases/18263-pnad-2016-populacao-idosa-cresce-16-0-frente-a-2012-e-chega-a-29-6-milhoes.html>> Acesso em 18 de Abr de 2018

Meirelles destaca que a BBC tem total autonomia, já que é mantida pelos cidadãos ingleses que pagam taxas anuais destinadas à emissora.

As configurações das televisões públicas apresentam formatos diferente em outras localidades. Como lembra Meirelles (2013), “a realidade de cada lugar e época se impõe como restrição ao estabelecimento de uma lógica idêntica. Assim, cada país e região precisa adequar-se à sua realidade, buscando a maneira mais apropriada de implantação do sistema público de comunicação” (MEIRELLES, 2013, p. 23). Na América Latina, a lógica das emissoras públicas segue por outros caminhos. Segundo Meirelles, em muitos países latino americanos, essas emissoras sofrem forte interferência do governo, o que é responsável por diminuir a credibilidade e a audiência desses canais “públicos”. Isso configura em um cenário, o qual as televisões públicas seja consideradas sinônimo de TVs educativas e culturais, como ocorre no Brasil com a TV Cultura.

Ainda assim o tema e as características da televisão pública no Brasil ainda são desconhecidos por muitos cidadãos, no entanto sua existência como sistema é um direito previsto em lei. O Art 223 da Constituição Federal prevê que todos os brasileiros e brasileiras tenham uma comunicação pública de qualidade. Isto é, uma comunicação que se estabeleça a partir de vínculo diretos com a sociedade, sem interferências externas.

Os autores Eugênio Bucci, Marcos Chiaretti e Ana Maria Fiorini (2012) afirmam no texto, “Indicadores de Qualidade nas Emissoras Públicas - Uma Avaliação Contemporânea”, que existe uma vasta discussão internacional entorno da radiodifusão pública, nas quais estão em debate também essas questões já citadas, referente às interferências externas sob os meios de comunicação. Acrescentam ainda que esses debates sempre estiveram mais avançados nos países democráticos, que durante a primeira metade do séc XX já buscavam uma forma de comunicação que não fosse guiada pelas lógicas do mercado. Os autores acreditam que para as emissoras serem mediadoras de debates, estabelecendo uma conversa democrática com os cidadãos, não se pode ter o lucro, como principal objetivo. Nesse sentido, a televisão pública seria o espaço necessário para essas mediações mais democráticas e igualitárias, já que ela é mantida com o financiamento público.

No entanto, as questões da autonomia e da independência configuradas nessas emissoras são lançadas pelos autores, já que para ter um caráter público elas não podem sofrer nenhum tipo de interferência. Segundo Bucci, Chiaretti e Fiorini:

Emissoras submissas ao poder ou ao mercado não geram programações públicas de qualidade, isto é, não oferecem à sociedade as alternativas culturais que estão vocacionadas a oferecer: programações com um olhar crítico, distanciado, do poder e do próprio mercado. Se for uma extensão dos interesses governamentais, a emissora pública não conseguirá sediar debates que critiquem esse mesmo poder. Se for

seguidora obediente das regras do mercado anunciante, a emissora pública não poderá, não saberá e não conseguirá pautar programas que tenham uma abordagem suficientemente crítica das realidades de mercado. (BUCCI, CHIARETTI E FIORINI, 2012, p.13)

No livro “A informação na TV Pública”, mais precisamente na parte um 1 do livro intitulada “Sobre (Tele)Jornalismo Público: conceitos e métodos de análise”, a autora Iluska Coutinho também aborda a promessa de independência das emissoras públicas. Para isso é referenciado em seu texto o enunciado feito pelo então ministro da Comunicação Franklin Martins, que afirmava que os princípios da TV Pública deveriam: “passar por um modo de gestão descentralizado, garantindo autonomia em relação ao Palácio do Planalto, pelo financiamento que deveria garantir a independência da emissora com a possibilidade de prestação de serviços patrocínios e doações, pela construção de uma rede nacional de televisão pública” (COUTINHO, 2013, p.24). Um dos princípios definidos no Manual de Jornalismo da EBC (2013) é justamente a “autonomia para definir a produção, programação e veiculação de seus conteúdos”. (MANUAL DA EBC, 2013, p. 23).

Em artigo que integra a mesma obra (Pitching: a produção independente da TV Brasil in A informação na TV Pública), Lara Guimarães demonstra acreditar que:

O tipo de iniciativa, inclusiva, de apoiar a produção independente, com financiamento público e espaço de veiculação tem um caráter potencialmente positivo. Porém, como essa é uma prática ainda nova no cenário televisivo brasileiro, há exigência por análises mais rigorosas, capazes de considerar também longos períodos de tempo desse tipo de política, pública, de comunicação (GUIMARÃES, 2013, p.270)

Além da não interferência mercadológica o caráter público da comunicação deve ser definido, também por outros conceitos que constroem uma comunicação pública de qualidade. No Manual de Jornalismo da EBC (2013) são definidas algumas propostas a serem postas em prática durante as produções jornalísticas de seus canais públicos. Como colocar o interesse da sociedade brasileira como foco essencial ao jornalismo, apresentando uma comunicação correta, qualificada, plural e diversificada. Reforça que é essencial promoção da liberdade de pensamento, opinião e consciência. Também é destacado no manual que por ser uma empresa de abrangência nacional, os veículos da EBC devem ter a preocupação de cobrir todas as regiões do Brasil “sem discriminações, estigmatizações, preconceitos ou favorecimentos” (MANUAL DA EBC, 2013, p. 22).

Bucci, Chiaretti e Fiorini (2012) destacam o que deveria ser essencialmente apresentado em canais de comunicação pública. Os autores salientam 5 pontos que caracterizam o caráter público de um canal de comunicação:

A Radiodifusão Pública conta com distintos modelos em funcionamento em várias nações. Entretanto, algumas características são ou deveriam ser comuns: 1)

independência editorial e financeira; 2) autonomia dos órgãos de governança; 3) pluralidade, diversidade e imparcialidade da programação; 4) claro mandato de serviço público, estabelecido em documentos legais pertinentes; 5) prestação de contas (accountability) junto ao público e junto aos órgãos reguladores independentes. (BUCCI, CHIARETTI E FIORINI, 2012, p.9)

Coutinho (2013) reforça que o telejornalismo público deve apresentar conteúdo aprofundado, encontrando novas perspectivas para a construção de narrativas que valorizem a pluralidade de vozes e incentivam a participação da audiência. A representação de todos os cidadãos e o conteúdo diversificado, a partir de temas esquecidos pelas mídias hegemônicas é um dos compromissos inerentes a televisão pública.

### 3.4 O CENÁRIO DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO BRASIL

A TV Brasil, que integra a EBC (Empresa Brasil de Comunicação) foi criada em 2007, possibilitando durante alguns anos uma breve experiência de televisão pública a nível nacional, chegando ao conhecimento de muitos cidadãos brasileiros. Até meados de 2016 com a existência do Conselho Curador, órgão que garantia legitimidade aos conteúdos veiculados na emissora, e como identificado em algumas pesquisas, a TV ainda exercia, em certa medida, o seu papel enquanto canal público de comunicação.

No entanto, o cenário da comunicação pública no Brasil encontra-se em um momento delicado, já que a Medida Provisória 744, aprovada em 2016 pelo Governo Michel Temer colocou em xeque o caráter público da EBC. Transformada em 02 /03/2017 na Lei Ordinária 13417/2017, a MP extinguiu o Conselho Curador. Nesse momento, a EBC deixou de ter autonomia na tomada de decisões, não podendo interferir na produção, programação e distribuição do conteúdo do sistema público de radiodifusão e agências. No site da EBC<sup>12</sup> (Empresa Brasil de Comunicação) conta que o Conselho Curador foi criado para permitir que o caráter radiodifusão pública da empresa seja mantido. Pretende além disso, “representar os anseios da sociedade, em sua diversidade, na aprovação das diretrizes de conteúdo e do plano de trabalho da empresa.” (2018). Nessa perspectiva ainda no primeiro semestre de 2016 o órgão lançou uma “Moção de repúdio” contra o desmonte da EBC e a exoneração do seu diretor-presidente, Ricardo Mello.

O Conselho Curador da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) repudia de forma veemente a Medida Provisória 744, publicada nesta sexta-feira (02/09/2016) que acaba com o caráter de empresa de comunicação pública. A MP 744 é uma afronta

<sup>12</sup> <http://www.ebc.com.br/institucional/conselho-curador>

aos princípios constitucionais que estabelecem a comunicação pública como um direito da sociedade brasileira. A medida fere o artigo 223 da Constituição Federal, que prevê a complementaridade dos sistemas público, privado e estatal. A MP 744 extingue o Conselho Curador e assim tira a autonomia da EBC em relação ao Governo Federal para definir produção, programação e distribuição de conteúdo no sistema público de radiodifusão e agências. Também foi publicado nesta sexta-feira decreto que exonera o diretor-presidente da EBC Ricardo Melo, contrariando uma decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) que garantiu a legalidade do mandato em junho. (MOÇÃO DE REPÚDIO, 2016, <http://www.ebc.com.br/institucional/conselho-curador/noticias/2016/09/mocao-de-repudio-contra-medida-provisoria-que-desmonta-a-ebc>)

Com desmonte da EBC concretizado por meio de medida provisória publicada em setembro de 2016 como um dos primeiros atos após a confirmação do afastamento da então presidente eleita Dilma Roussef, casos de censura se tornaram polêmicas na TV Brasil, ganhando, inclusive, repercussão na grande mídia<sup>13</sup>, “sobretudo a partir da transformação do cargo de presidente da empresa em função de confiança do Planalto, sem mandato fixo” (FARIA, Victor; COUTINHO, Iluska, 2018, p.7).

Considerando as condutas de censura exercidas na emissora para priorizar interesses do governo e os conceitos expostos nesse trabalho, pode-se dizer que a TV Brasil deixa de colocar em práticas os conceitos que configuram o caráter público de um veículo de comunicação. Assim torna-se necessário olhar para outras emissoras que carregam o conceito de comunicação pública, como, por exemplo, a Rede Minas. Emissora que exhibe, através de uma parceria com TVT e com o MOV Cria, o Artivismo, objeto de estudo desse trabalho.

### 3.5 O CONTEÚDO COLABORATIVO E A INOVAÇÃO DE NARRATIVAS E LINGUAGENS AUDIOVISUAIS NAS EMISSORAS PÚBLICAS

Inovar e colaborar, conceitos que verbalizam o desafio contemporâneo das emissoras de televisão. Não só por conta do advento da internet, mas certamente incluindo esse

---

<sup>13</sup>Em novembro de 2017, o ator Pedro Cardoso foi um dos entrevistados do programa Sem Censura. Durante um desabafo feito ao vivo no programa ele usou frases que desagradaram a emissora, como por exemplo o sonoro “Fora Temer”. Após a sua polêmica participação, cogitou-se a possibilidade do programa Sem Censura ser gravado. A possível decisão de fazer um programa que tem como nome “Sem Censura”, gravado, gerou repercussão negativa para emissora, e até então continua sendo ao vivo. <http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/tv-brasil-volta-atras-e-decide-manter-sem-censura-ao-vivo--17894>. Outra situação envolvendo censura, aconteceu durante a cobertura do desfile das campeãs do carnaval carioca de 2018. A TV Brasil foi acusada de vetar alas do desfile da Escola de samba Paraíso Tuiuti. A primeira ala censurada trazia crítica contra a Reforma Trabalhista do Governo Michel Temer. A outra representava uma crítica para os manifestantes que pediram o impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff. <https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/censura-afinal-a-tv-brasil-vetou-imagens-de-criticas-feitas-pela-tuiuti>

cenário, percebe-se que a busca pela audiência pode envolver atualmente esses dois termos. Pressupõe-se envolver e mobilizar o cidadão-espectador a colaborar, o ato de participar, de apresentar um outro olhar. Essa perspectiva que poderia trazer um olhar inovador. Mas o que seria inovar? O desafio de trazer o que é novo, se insere justamente no desconhecimento, na própria falta de associação comparativa. Esse trabalho propõe-se refletir sobre uma produção audiovisual que pretende apresentar seu aspecto inovador, também através do colaborativo.

Potencializada pelas novas tecnologias, a participação do público ocorre esporadicamente dentro das emissoras televisivas, seja interferindo nas novelas, votando no *realitys shows*, ou até mesmo enviando conteúdo para ser exibido nos telejornais. Além de poder interferir, em certa medida, no que ocorre dentro da tela, a lógica também muda quando o telespectador não tem a obrigação de assistir o conteúdo da TV na TV. Como ressalva Silva e Menezes (2013) esse telespectador, ou usuário, tendo a oportunidade, consegue acessar os conteúdos exibidos na TV, também através de plataformas disponíveis na web. Assim, pode se manifestar através de comentários, compartilhamento e a partir de infinitas possibilidades e meios que impulsionam a interatividade. Consequentemente as emissoras abusam disso para criar ferramentas de aproximação com o espectador, adicionando assim em suas programações, a colaboração do público, o que inclui algumas propostas que apresentam narrativas inovadoras. Isso só é possível devido ao processo de convergência midiática. Henry Jenkins afirma que:

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando.(JENKINS, Henry, 2009, p. 27)

A palavra “experimentação” presente no trecho escrito por Jenkins reforça a associação existente entre a convergência midiática e a inovação de linguagens. Quando se assume a postura de convergir, em certa medida, pretende-se experimentar. Ainda que experimentar se refira a mudança de lugar enquanto telespectador, ou na forma de olhar para o que se está assistindo. Sendo assim, a inovação de linguagem pode estar sim ligada às lógicas da convergência, já que as novas possibilidades do ato de assistir televisão implicam em mudanças, também, dentro das telas.

A interatividade é um processo que acaba por interferir na grade de programação das emissoras televisivas, sendo uma tendência a estimular a experimentação de novos formatos, que possa promover maior nível de dinâmica participativa. Edna Silva e Gizeli Menezes (2013) afirmam que “o que se descortina nesse momento, é um cenário marcado por

experimentações, onde os meios tradicionais vivem um processo de metamorfose e de reordenamento dos espaços” (SILVA; MENEZES, 2013, p. 275). As autoras alertam que nesse cenário, no qual a audiência apresenta novas demandas, diferentes daquelas que, até então, eram tradicionalmente exibidas, as emissoras passam a buscar e testar novos formatos, se remodelando para conviver com novos meios, onde cada um, com as suas especificidades, possa operar ou não de forma convergente (SILVA; MENEZES 2013, p. 275). Silva e Menezes ainda concluem que:

A migração de um modelo unidirecional para o multidirecional, onde a interatividade potencializa a participação efetiva do público, por meio de intervenções em diferentes níveis no processo de comunicação representa hoje, o grande desafio para os gestores e produtores de conteúdo televisivos, como também, para os telespectadores. (SILVA, Edna; MENEZES, GIZELI 2013, p. 285)

Canitto (2009) é outro autor a observar que um dos pontos que ganha notoriedade quando adentramos o conceito de convergência midiática é a sua interferência nos modelos de criação. Como destacado pelo autor, cada nova tecnologia que surge, altera o modo de se pensar em produção de conteúdo. Nesse momento, Canitto levanta uma questão importante para a elaboração deste trabalho, e para além disso, no cenário da produção audiovisual de maneira geral. Para ele, a palavra “democratização” ajuda a entender o conceito de colaborativo, já que na atualidade a possibilidade de um indivíduo produzir o seu próprio conteúdo pode depender apenas da sua própria disponibilidade. Mais do que isso, através de plataformas de vídeo como o *youtube*, a disponibilização desse conteúdo pode ser realizada com facilidade. Claro, que existem diversas questões em torno disso, uma vez que para se tornar um produtor de conteúdo e alcançar sucesso na plataforma, implica em inúmeras variáveis, as quais podemos citar brevemente aqui, como: carisma, produção de qualidade, conhecimento de marketing e monetização na plataforma, entre outros entendimentos. No entanto, os dados apontam que o ambiente digital é uma potencialidade em ascensão, logo investir nesse espaço torna-se uma possibilidade lucrativa. Uma pesquisa divulgada em abril de 2017 pela Fundação Getúlio Vargas apontava que em 2019 os brasileiros estariam consumindo 236 milhões de *smartphones*, sendo que até o final de 2017, ano de realização da pesquisa, era esperado que o número somado de computadores, *notebooks* e *tablets* chegassem à 166 milhões, cerca de quatro aparelhos para cada cinco habitantes.

Colocados os dados e os fatos, certamente os números e as características da internet chamam a atenção dos produtores de conteúdo televisivo. Essa é uma das perspectivas que servem como justificativa para convergência entre a TV e a internet. Fato é que esse cenário

possibilita a criação colaborativa, potencialmente coletiva, favorecendo as possibilidades de um conteúdo apresentar dois ou mais pontos de vistas.

Embora pareça recente, esse fenômeno do colaborativo tem um passado de sucesso no país. Canitto lembra que nos anos 80 aconteceu o Movimento do Vídeo Popular, unificado como ABVP (Associação Brasileira de Vídeo Popular). Um movimento que possibilitou que grupos espalhados pelo Brasil produzissem vídeos que causaram, na época, impacto estético e cultural. A internet, de certa maneira, também traz impactos similares, já que possibilita que produções alternativas ganhe potencialidade nesse ciberespaço. O processo de convergência possibilita que essas mesmas produções apareçam no outro espaço, naquele que é destinado ao tradicional: a televisão.

Nesse instante é necessário atentarmos para outras questões. Canitto (2009) alerta para o lugar da autoria do conteúdo, quando o espectador ou “usuário” tem seu conteúdo exibido em um emissora hegemônica, ou até mesmo em outros veículos. Por isso é necessário se pensar no direito de imagem. Até “o modo como o artista organiza seu trabalho e é remunerado também sofre modificações como o avanço da mídia digital” (CANITTO, 2009, p.214). Afinal, qual seria o lugar desse colaborador. Produtor de conteúdo? Espectador? Jornalista? Ainda que tenha que se repensar em novas lógicas processuais para essa dimensão do colaborativo, a participação popular por essa perspectiva torna-se interessante, justamente por trazer um olhar mais individualizado, que não tenha que necessariamente ser uma voz da maioria, podendo representar um ângulo diferenciado sobre um acontecimento, ou emoção vivida no instante de um fato ocorrido. Isso se difere da participação popular através do “povo fala”, por exemplo, que como discorre Jhonatan Mata majoritariamente traz “na força discursiva de representação do “universo popular”- viabilizada por entrevistas com populares, a sua principal estratégia de aproximação com o público” (MATA, 2013, p.65), mas que ainda sim é uma forma de dar voz a população, não deixando de ser um ato colaborativo. Temos que pensar que a televisão comercial, em especial, o tele(jornalismo) veiculado nessas mídias, ainda possui travas que impedem mudanças drásticas. É nessa lacuna que se inserem os canais de comunicação pública.

Silva e Menezes (2013) lembram que assim como qualquer outro meio de comunicação, ainda que não se perpetue pelo viés econômico, as emissoras públicas também precisam, de certa maneira, da audiência, até mesmo para “justificar a sua existência e permanência no mercado” (SILVA; MENEZES, 2013, p.276). Concordando com as ideias levantadas anteriormente por Canitto, Silva e Menezes acreditam que os novos modos de fazer TV também vão ao encontro da democratização da informação no serviço público, para as

autoras tal fator contribui para que às comunidades adentrem à “sociedade da informação” de uma forma configurada como ativa e participativa.

Há que se distinguir os espaços onde irão ser exibidos as produções colaborativas, já que as lógicas dos veículos comunicacionais são inerentes aos mesmos, por motivos já citados aqui. Canitto (2009) destaca, por exemplo, que as coisas fazem sentido de maneiras diferentes na TV e na internet. Os vídeos amadores são postados na internet, de forma isolada, seguindo o intuito apenas dos seus criadores. Esse mesmo conteúdo pode ser exibido na TV, mas “desde que haja programas formatados para agregá-los” (CANITTO, 2009, p. 215). Como especifica o autor, a televisão tenta sempre o caminho mais genérico para que assim agrade um público maior.

Canitto (2009) ainda reforça que a “colaboração” será promotora de mudanças dentro da TV. O autor acredita numa lógica em que o mesmo conteúdo que possa ser acessado através de pesquisa na web, estarão inseridos em grandes reportagens sendo exibidos para o “público genérico”. Mas ainda que essa questão do colaborativo seja dominante, o autor acredita que sempre existirá na TV a figura do editor para delimitar os conteúdos, inclusive o que é de autoria externa.

O poder de decisão continua centrado em uma figura única, ou equipe, que estabelece o que deve ser feito e como deve ser feito, ou define sobre o que se encaixa nos padrões pré-estabelecidos. Não há discussão, não há consenso. Mesmo sendo colaborativo, o discurso continua tendo uma central de organização. Colaborativa é a imagem e não a obra que ela compõe. (CANITTO, 2009, P. 218)

Podemos refletir sobre a citação de Canitto a partir de diferentes perspectivas. Certamente ao juntar várias produções colaborativas na edição de um programa resulta-se em uma outra produção, um mosaico que inclui vários trabalhos, que juntos podem “dizer” ao público coisas que não diriam separados. Até a forma como são organizados esses trabalhos configuram uma edição, podendo passar diferentes ideias ao telespectador. Ele discorre que as emissoras não deixam o seu discurso de lado para assumir o discurso defendido pelo colaborador naquele espaço de fala, talvez isso diferencie o conteúdo colaborativo na TV comercial do que está sendo exibido na TV Pública. É nessa lacuna que se inserem os propósitos dos diferentes tipos de produtores de conteúdo.

O caso do programa objeto de estudo deste trabalho é um exemplo. O caráter independente do Movimento Cria está estampado ainda na descrição do “Artivismo”. Isso também, certamente, influencia na montagem e configuração do programa, o que somado a linguagem inovadora prometida estabelece uma identidade própria do programa.

Machado (1997) entende que se tratando de linguagem audiovisual algo que merece extrema atenção é justamente a não definição de padrões a serem considerados certos ou errados. O autor defende que dentro do espaço do audiovisual todos os recursos são válidos. Marcondes Filho também reforça que a padronização não é um bom caminho para o audiovisual.

Temos, portanto, naquilo que convencionalmente se chama linguagem da televisão, a redução de tipos, de acontecimentos, de situações a esquemas básicos, construídos de forma simples e facilmente identificáveis. Essa padronização criada pela televisão empobrece, sem dúvida alguma, a reprodução da vida, reduzindo-a a um agrupamento de cenas-padrão. (MARCONDES FILHO, 1988, p.44)

Claro que isso não quer dizer que todos os recursos são assertivos. Embora refute a ideia da padronização e da determinação de produções audiovisuais sendo consideradas adequadas ou não, Machado (1997) acredita que certas propostas de linguagem funcionam mais para determinados produtos, no entanto isso não exclui a possibilidade de utilização desse mesmo recurso em outro tipo de produção. Seguindo essa perspectiva, o autor não considera o termo linguagem tão adequado ao campo do audiovisual, já que esse conceito pressupõem uma concepção justamente contrária do que é defendido pelo o autor.

O termo “linguagem”, de inspiração linguística, pode dar a ideia de um parentesco enganoso com as chamadas línguas naturais, de extração verbal, e isso pode dar origem a uma compreensão equivocada do vídeo como sistema significante ou como processo de comunicação [...] Ora, as regras de formar, no universo do vídeo, não são tão exatas e sistemáticas como nas linguagens naturais. A gramática do vídeo, se existir, não tem o mesmo caráter normativo da gramática das mensagens verbais. (MACHADO, 1997, p. 173/174)

Para o autor a dissociação da dicotomia certo X errado ocorre, entre outros motivos, pelo sistema híbrido em que surgiu o vídeo. É muito difícil atribuir valor à um processo que envolve tantos outros códigos. O vídeo é feito, em certa medida, de literatura, teatro, cinema e da computação gráfica. Sendo assim entende-se que esse seria segundo o autor, um processo “impuro” por natureza, que implica diversas formas e motivações que resultam em produções videográfica.

Em “Formas expressivas da contemporaneidade”, Arlindo Machado reflete acerca dos avanços tecnológicos no audiovisual, considerados pelo autor como um fator de contribuição ao desencadeamento de mudanças de estruturas e características da *media art* em geral.

Tais formas estão sendo definidas, em primeiro lugar, pela inserção de tecnologias da informática na produção, na distribuição e no consumo de bens audiovisuais, e em segundo pelo progresso no terreno das telecomunicações, com o consequente estreitamento do tempo e do espaço em que se move o homem contemporâneo. (MACHADO, 1997, p. 213)

A perspectiva apresentada por Machado para discorrer sobre a *media art* ajuda a compreender tendências da contemporaneidade. Guiada pela necessidade de expressão, a linguagem do vídeo ganha características individuais e específicas. Assim trabalhos independentes e alternativos começavam a proliferar, ampliando a concepção que estabelece que no vídeo as variáveis estéticas e conceituais estão diretamente ligadas a linguagem.

Num meio de expressão como o vídeo, os quesitos relativos à linguagem (ou seja, os recursos de expressão como o vídeo, as regras de utilização e combinação de elementos imagéticos, e as questões mais amplas relativas às intervenções artísticas) encontra-se tão profundamente imbricados que não é possível, senão a custo de uma violência contra a obra, separá-los ou tratá-los como entidades distintas. (MACHADO, 1997, p.176)

Ainda que levando em conta os alertas do autor, no sistema massivo é possível distinguir tipo de linguagens mais comuns em certos veículos comunicacionais; mesmo que se fuja da padronização, ela acaba ocorrendo, servindo como uma referência aos produtores de conteúdo. Considerando que inovar não seja uma ação simples, o caminho mais rápido e cômodo acaba sendo aquele do que está sendo referenciado. Percebe-se, por exemplo, que já há um padrão de linguagem estabelecido para o *youtube*: cortes secos e rápidos, desaceleração da fala, utilização de efeito de filtros preto e branco, recursos do REC, entre outros. Na televisão, claro que variando, para cada gênero ou formato de programa existe uma linguagem pré-determinada, que facilita a associação do telespectador. Para Jost (2010), a linguagem da televisão tem pontos específicos. Em um primeiro momento ele discorre sobre “direto, autenticidade e cotidianidade”, ligados a lógica do “ao vivo” e da transparência, por exemplo. Além disso, o autor cita a intimidade adquirida entre a TV e o espectador e a sintaxe televisual.

A linguagem estende-se para outros âmbitos, Stevanim (2009) alega que dentro de uma proposta audiovisual, as escolhas estéticas não são meramente estéticas, já que é possível ter uma ideia do que se trata o programa a partir “do que falam o cenário, o figurino, a iluminação, os recursos gráficos, as tomadas de câmera e o conjunto dos elementos de som e imagem.” (STEVANIM, 2009, p.10).

O lugar de exibição, ainda que não necessariamente, também pode ser um fator decisivo na definição da linguagem. Como descrito acima, o tipo de veículo interfere na linguagem que será estabelecida, assim como em seu viés ideológico. Os princípios da comunicação públicas, articulados no início do capítulo, ajudam a entender que esses espaços têm o dever de inserir o colaborativo e o inovador, de alguma maneira, na grade de

programação. Ao observar as emissoras públicas brasileiras, percebemos que elas destinam sim, horários de programação para conteúdo que englobam dois, ou pelo menos um desses conceitos.

Pode-se dizer que a subjetividade está intrínseca ao conceito de inovação, assim, para determinar se a linguagem de um programa é ou não inovadora demanda-se uma pesquisa específica, assim como fizemos nesse trabalho ao estudar o programa Artivismo. No entanto, percebe-se que há espaço para a inovação de linguagem em canais de comunicação pública, pelo menos se formos orientados pelos descritivos inseridos no site ou por pesquisas de outros autores. A partir desse meio sabemos que alguns programas com intuito inovador são ou já foram exibidos, tanto na TV Brasil, quanto na Rede Minas. Dentro desses critérios podemos incluir, por exemplo, o “Recorte Cultural”, o “Jornal Visual” e o “Estúdio Móvel” da TV Brasil. Já na Rede Minas tem o “Road Movie Paçoca”, “Mulhere-se”, o “Repórter Visual”, e o próprio “Artivismo”.

Dentro das emissoras públicas, o colaborativo se faz presente em diferentes aspectos. A parceria com outros canais públicos e produtoras independentes é um caminho para a colaboração. A partir de pesquisas anteriores (FARIA; COUTINHO, 2018) foi possível identificar, no site da TV Brasil, quem era o responsável pela produção de 71, dos 83 programas exibidos na época. Seguindo esses dados, e considerando apenas a produção identificada, temos que a emissora produz cerca de 46,5% dos programas, sendo assim os outros 53,5% ficam a cargo de parcerias colaborativas com emissoras como, a Rede Minas, TVT e TV Cultura, além de outros produtores como a Mandra Filmes, Cabong Studio, Saravati, DW, entre outras. Destacamos, contudo, que os telejornais e programas de entrevista e debate são majoritariamente produzidos pela própria emissora pública. O mesmo acontece na Rede Minas. Na pesquisa realizada no início de 2018 foi possível identificar os produtores de 40 programas, dos 46 que eram exibidos. Nesse caso, 26 são produzidos pela própria emissora, configurando 65%. Os outros 35% são exibidos de forma colaborativa na emissora.

A outra forma de colaboração envolve a participação do público telespectador, através de envio de conteúdo, o que também ocorre muito nas emissoras públicas. Assim como é proposto pelo programa “Artivismo”, cuja análise será realizada no capítulo seguinte.



#### 4 A ANÁLISE DA MATERIALIDADE AUDIOVISUAL: UM PRIMEIRO OLHAR PARA O OBJETO

Um conceito que soma arte, política e ativismo, essa é a definição do neologismo artivismo. Miguel Chaia discorre que o movimento foi denominado assim a partir de dois períodos específicos. “O primeiro momento encontra-se nos movimentos sociais que ocorreram a partir do final da década de 60, como a luta pelos direitos civis, as manifestações contra a Guerra do Vietnã, as mobilizações estudantis e a contracultura” (CHAIA, 2007, p.9). Todas essas situações elencadas contribuíram para estabelecer o ativismo contemporâneo, trazendo algumas reflexões e questionamentos. Como qual seria o lugar da arte diante de uma sociedade capitalista? Chaia considera que “uma das formas de sabotar a sociedade capitalista é imprimindo novo significado à arte, gerando a anti-arte, capaz então de permitir novas possibilidades de ampliação da vida” (CHAIA, 2007, p.9). Nessa fase, um termo que se instaura é o situacionismo, conceito que aponta para a urgência da ação na sociedade e propõe não apenas a necessidade de superação da política, mas também da arte

O outro momento que ajudou na construção do conceito, aconteceu no final do século passado, mais precisamente na década de 90, graças às mudanças experimentadas na produção das novas tecnologias. “Assim, os meios de comunicação de massa, a Internet e as conquistas tecnológicas adjacentes constituem suportes para ampliar o potencial de artistas políticos e alastrar o campo de ação do artivismo” (CHAIA, 2007, p.9). Pode-se dizer que o ativismo cultural se aproxima da anti-arte, no sentido que não coloca o objeto artístico como o ponto principal, o destinando a favor da intervenção social. O artista ativista se reconhece como um ser com responsabilidade e vocações sociais. Para Chaia, em ambos os períodos o “artivismo” se encaixava nos seguintes aspectos:

A difícil sociabilidade, percebida pelas opressões sócio-políticas, imprime urgência à prática ativista, que deve ser sempre compreendida no conjunto de diversidades estéticas e nas heterogêneas situações políticas. Na contemporaneidade, ao se considerar uma perspectiva política, desenham-se diferentes posições que constroem uma linha que vai desde o artista libertário até o ativista programático. Nesse sentido, o artivismo apresenta-se como uma forma de micropolítica que conduz tanto para o reino da hiperpolítica quanto para o campo das heterotopias.(CHAIA, Miguel, 2007)

Para Alexandre Vilas Boas (2015) os termos que envolvem o artivismo, no qual se insere os conceitos de “arte” e “política” possuem grande autonomia quando atuam separadamente, mas juntos representam “novas significações narrativas e complexidades

processuais que fazem com que o artista tenha que adotar procedimentos e matérias nem sempre tão comuns ou usuais” (VILAS BOAS, Alexandre, p. 37, 2015).

Chaia (2007) determina ativismo como uma ação da contemporaneidade que se configura quando ações políticas são estabelecidas com apoios estéticos, indo além da ideia da produção de atividades artísticas que buscam nuances políticos. Vilas Boas (2015) determina o artista, ou seja, quem produz a ação artista como a pessoa que usa as diversas mídias e as tecnologias para promover trabalhos artísticos que tenham interferência diretas na sociedade, no entanto, lembra que para exercer esse papel não é preciso ser fundamentalmente um artista de formação. O que se é produzido não tem necessariamente, a matéria prima de qualidade técnica com o intuito principal. “É característico desse tipo de arte política a participação direta, configurando formatos de situações que vai do artista crítico até o engajado ou militante.” (CHAIA, 2007, p. 10). As ações ativistas sejam em ambientes reais ou virtuais são majoritariamente criadas em grupos, até mesmo pelas características sociais inseridas no movimento. Somado a isso, Chaia destaca que o ativismo se distingue justamente “pelo uso de métodos colaborativos de execução do trabalho e de disseminação dos resultados obtidos” (CHAIA, 2007, p.10).

Carregando o conceito no nome, o programa “Artivismo” é produzido pelo Movimento Cria (MovCria), um coletivo que se apresenta como uma rede de comunicação comunitária e independente. Formado por vários ativistas do Brasil, o movimento luta por uma mídia livre, plural, crítica e autônoma, promovendo, assim, reflexões sobre os direitos do cidadão através de uma produção cultural, jornalística e artística de rádio e TV. A ideia em que se estabelece o programa se configura a partir do tripé: arte independente, questões sociais e política. A proposta do “Artivismo” é uma produção de construção coletiva que só é possível quando a audiência assume a postura participativa. Tal participação se efetiva através do envio de vídeos que representam o caráter social, artístico e político do programa, ou seja, com abordagens que tragam temas como, atividades de movimentos sociais, ações comunitárias, estudantis ou produções artísticas. A produção do programa determina que os vídeos enviados devem ter no máximo quatro minutos de duração, e precisam estar no formato, HD 1080 P.

O programa propõe a exibição de um conteúdo inovador com diferentes tipos de quadros, porém sem nenhum apresentador. Ao invés da existência da figura responsável por criar ganchos e ancorar o programa, existem os “provocadores”, elementos utilizados para causar reflexões. O “Artivismo” entrou no ar pela TVT<sup>14</sup>, no dia 5 de fevereiro de 2018, e em

---

<sup>14</sup> Inaugurada no dia 23 de agosto de 2010, a TV dos Trabalhadores se apresenta como uma TV educativa outorgada à Fundação Sociedade Comunicação Cultural e Trabalho, entidade cultural sem fins lucrativos, mantida pelo Sindicato dos Metalúrgicos do

seguida também passou a fazer parte da grade de programação da Rede Minas. Emissora que exibiu o programa de segunda a sexta em dois horários, às 07:30 e às 19:00.

A Rede Minas que pertence a Empresa Mineira de Comunicação foi criada em 1984 por Tancredo Neves, então governador de Minas Gerais. Com sede em Belo Horizonte ela se apresenta com uma emissora pública e educativa que sintetiza a identidade social e cultural mineira. Além da parceria com a TVT, também tem colaborações da TV Brasil, TV Cultura, Rádio Inconfidência, DW e TAL. No site da Rede Minas, o programa é listado na área “cultural”, por isso foi importante discorrer no início desse trabalho sobre as produções culturais dentro da comunicação pública.

Contribuindo para a facilidade de acesso público ao material, as edições do “Artivismo” que possui cerca de 15 minutos de conteúdo são disponibilizadas também no canal da TVT no *youtube*, meio utilizado para assistir ao programa durante a elaboração da monografia, já que a Rede Minas não tem canal aberto em Juiz de Fora. A partir da análise da materialidade audiovisual, proposta desenvolvida no Núcleo de Jornalismo Audiovisual, orientado pela professora Iluska Coutinho, foi investigado os dois programas mais assistidos por mês na plataforma de vídeo da web, entre fevereiro e setembro de 2018, considerando os programas que foram postados no canal da TVT no *youtube*. A proposta dessa metodologia é avaliar o conjunto formado pela unidade texto+som+imagem+tempo+edição.

No desenvolvimento da metodologia, Iluska Coutinho lança luz para as questões ligadas aos trabalhos de pesquisa na área do telejornalismo. “Como busca-se construir a cientificidade na pesquisa em telejornalismo? Quais são os métodos e técnicas mobilizados, e validados, nas reflexões sobre o jornalismo audiovisual?” (COUTINHO, 2016, p.2). Servindo com uma possibilidade de metodologia que surge para avaliar produtos midiáticos na esfera do Jornalismo audiovisual, tal método, considerado quali-quantitativo, tem como intuito garantir cientificidade aos trabalhos desenvolvidos nessa área, indo além das operações de percepção/leitura, descrição e julgamento. A autora Iluska ainda acrescenta sobre o processo de utilização da metodologia:

Os procedimentos metodológicos envolveriam inicialmente a identificação do objeto empírico a ser investigado, e o estabelecimento de eixos e itens de avaliação tendo em vista as questões de pesquisa, o referencial teórico utilizado e ainda, mas não menos importante, os elementos paratextuais que se inscrevem em uma determinada materialidade audiovisual. (COUTINHO, 2016, p. 10)

---

ABC e pelo Sindicato dos Bancários e Financeiros de São Paulo, Osasco e Região. A TVT se coloca também como uma experiência inovadora. No site TVT é destacado o compromisso da emissora com a cidadania, justiça social e principalmente com a democracia e Direitos Humanos. A emissora acredita na democratização de acesso ao meio de comunicação, incentivando a produção de conteúdo colaborativo. Enfocando temas voltados para cultura e tradição, os programas priorizam temáticas esquecidas pela mídia hegemônica.

Na construção da metodologia de Análise da Materialidade Audiovisual, Coutinho (2016) investigou as metodologias usadas em 224 textos, e a partir desse procedimento somado a outras reflexões propôs uma metodologia própria que vem sendo utilizadas nas produções científicas do NJA/CNPq-UFJF.

Também a partir das obras de Iluska Coutinho, o conceito de Dramaturgia do telejornalismo deve ser referenciado nesse trabalho, já que serve como aporte para a análise. A autora aponta a necessidade de ao observar a estrutura das notícias, aprofundar as relações existentes no drama e a notícia televisiva. Para Coutinho (2012) o que se estabelece não é apenas um “puro sensacionalismo”. A dramaturgia do telejornalismo implica na impressão nos conteúdos do jornalismo audiovisual de características da dramaturgia, resultando em matérias que podem ser consideradas novelas ou séries da vida real. A carga emotiva adicionada nesses materiais também é um ponto que aproxima a audiência, promovendo assim o jornalístico.

[...] se o jornalismo é a arte de contar histórias reais, na televisão essa tarefa seria cumprida com “louvor”, de modo a também mostrar o que aconteceu. Além disso, o jornalismo de televisão se distancia das regras jornalísticas previstas em outras mídias, como a abertura da reportagem, videoteipe editado no caso do telejornal, pelo que é mais importante, pelo lead. (COUTINHO, 2012, p. 10).

Coutinho considera que as histórias reais exibidas nos telejornais envolvem o telespectador a partir de uma sequência característica das narrativas dramáticas: o enredo se inicia com a apresentação dos personagens e o estabelecimento dos conflitos, e termina com uma lição de moral, exemplo de vida ou avaliação, tipos de finalizações frequentes nas fábulas.

A linguagem e a proposta definida para um produto televisivo podem ampliar as características dramáticas, desde a concepção do conteúdo até a parte de finalização e edição. Coutinho destaca que “no caso da televisão, e do telejornalismo, seria importante observar os textos e construções narrativas presentes em imagem, nas falas de repórteres e entrevistados, nas músicas e nos encadeamentos de todos esses elementos por meio da edição” (COUTINHO, 2012, p. 106). Tais característica também serão observadas junto à Análise da Materialidade Audiovisual.

Considerando os conceitos e metodologias apresentados investigamos um total de 16 programas, entre os meses de fevereiro e setembro de 2018. É importante destacar que os programas de fevereiro já foram nosso objeto de análise em um trabalho anterior (FARIA, Victor; COUTINHO, Iluska), quando foi analisada a semana de estreia do programa. Para fazer parte deste trabalho, selecionamos os dois programas mais assistidos nessa primeira semana, que também estão entre os mais assistidos de fevereiro.

- ARTIVISMO – 05/02/18 - 14:50

O primeiro Artivismo exibido começa tendo como entrevistados dois integrantes do coletivo Maçãs Podres, grupo feminista que intercala questões raciais e de classe. Inicialmente não é possível identificar se ambos os entrevistados fazem parte do mesmo grupo. A segunda entrevistada aparece toda vez que é usado o plano aberto, porém só começa a falar na metade do programa.

Os cortes são muito rápidos, intercalando dois planos fechados, planos abertos e imagens de apoio. Algumas imagens tremidas são apresentadas, mas não interferem na construção do material. O Zoom in<sup>15</sup> e o Zoom out<sup>16</sup> são recursos muito utilizados nesse programa. Também são exibidas cenas de bastidores que pegam a pessoa que está filmando a entrevista, além de imagens fechadas em plano detalhe. Alguns recursos gráficos são utilizados de forma metafórica para fazer um paralelo com o que está sendo dito pelos os entrevistados.



Figura 1 e 2: Reprodução - Artivismo (05/02/18). Entrevista com o coletivo Maçãs Podres

Nesse primeiro momento a dinâmica do programa parece muito aceleradas, porém a entrada do videoclipe “showbiz” ajuda a configurar uma dinâmica mais calma, no entanto a temática de violência, presente na letra da música, estabelece um clima tensionado nesse momento do programa. Depois do videoclipe, a entrevista com os integrantes do Maçãs Podres volta a ser exibida. Em alguns instantes o som do vento atrapalha a captação de áudio, mas o ruído é bem breve. O BG (background)<sup>17</sup> é muito utilizado durante todo o programa, ajudando na dramatização das falas. Os entrevistados falam da necessidade de espaço para os artistas que não estão na grande mídia, tema que dialoga com a proposta do próprio programa. A fala da

<sup>15</sup> Aumento do zoom da câmera, aproximação do objeto.

<sup>16</sup> Diminuir o zoom da câmera, distanciar-se do objeto.

<sup>17</sup> São sons, desde barulhos e vozes até rádio e música, ouvido em segundo plano em um ambiente específico. Ou seja, que não é o foco principal de um produto.

entrevistada diz muito da ideia de experimentação de linguagem do Artivismo. Para destacar a necessidade de se buscar o espaço para sua arte, a mulher integrante do grupo maças podres diz: “Se a gente não consegue produzir arte pelo fato de não conseguir acessar esses espaços, porque tem custo para isso, vamos aprender a mexer e se apropriar desses instrumentos e produzir a nossa arte, colocando o nosso olhar, porque o vídeo também é uma forma de expressão”. Para ela, cada pessoa ao segurar uma câmera pode trazer a informação de um jeito muito próprio. Outra situação que chama atenção é quando o entrevistado fala de solidariedade, no mesmo momento em que acontece algo na rua próxima ao cenário da gravação. Uma pessoa ajuda um(a) motorista a empurrar o carro que teria caído para fora do meio fio, a câmera rapidamente se move para o lado do ocorrido.



Figura 3 e 4: Reprodução - Artivismo (05/02/18).  
Situação próxima ao local da entrevista se torna o foco da gravação

Para fechar a entrevista, um tema colocado em pauta é a educação audiovisual. O programa termina com o videoclipe, Valsa ao Motorista, da banda Alumar. Um clipe gravado no caos do trânsito de São Paulo, provoca reflexões sobre a urbanização e o mundo estressado em que vivemos, stress que muitas vezes é intensificado justamente no trânsito.

- ARTIVISMO – 09/02/18 – 13:49

Ainda na semana de estreia, o quinto programa começa com um vídeo com imagens muito característica de uma GoPro<sup>18</sup>. A imagem começa invertida. Em seguida entra uma outra imagem de um espaço de confecção de cartazes. Esses cartazes produzidos trazem um “olho” estampado, o mesmo olho que aparece grafitado em uma parede no programa de estreia.

<sup>18</sup> Modelo de câmera, desenvolvida por uma empresa com mesmo nome, considerado um aparelho de ação e uma câmera compacta, que permite gravação de alta qualidade audiovisual, com grande amplitude angular.



Figura 5: Reprodução - Artivismo (09/02/18)

O tema desse vídeo é a jovem arte contemporânea brasileira. A entrevistada do vídeo é uma das integrantes do projeto MAPA. Do ponto de vista técnico, durante a entrevista o enquadramento corta parte da cabeça da entrevistada. O mapa da cidade universitária é uma das questões problematizada no decorrer da entrevista. O segundo projeto exibido é um videoclipe que fala de respeito, a música do Rapper Panikinho recebe o nome de “Sorriso negro é ostentação”. O terceiro vídeo desse episódio aborda uma oficina de Serigrafia. As imagens de apoio junto com o BG são intercaladas com as entrevistas. Já no quarto vídeo, o vice-presidente da Condepe - Conselho Estadual de Direitos da Pessoa Humana SP - Wandeson Gasparot, discorre sobre a importância de colocar a política em debate. A entrevista foi feita em um enquadramento tradicional, tem-se basicamente uma pessoa em frente a câmera falando sobre um assunto, que neste caso é política. O quinto vídeo é uma sonora rápida de uma estudante dizendo que é importante dar voz às minorias. O último vídeo também é uma fala rápida de Emerson Alcade, que é poeta e organizador do slam. Ele discorre sobre a importância desse novo espaço de se fazer poesia.

- ARTIVISMO - 06/03/18 - 14:27

O primeiro vídeo exibido nesta edição do programa começa com um homem em um estúdio de gravação de voz dizendo a seguinte frase: “mais união pras quebradas”. Em seguida muda o cenário e um GC<sup>19</sup> – Samba de Terro de Mauá / SP - aparece na tela, recursos que facilita o entendimento do telespectador sobre o que irá ser exibido. Em GC também aparece uma segunda frase “Parabéns pelos 15 anos de arte e cidadania”. Assim na tela surgem imagens de uma roda de samba cheia, na porta de um bar. Além disso, imagens de uma outra

<sup>19</sup> GC ou Gerador de Caracteres, também chamado de barra de informação, funcionam como uma espécie de legenda que aparece em telejornais e programas, para colocar o nome/local de quem está falando, ou para adicionar informações ao que está sendo exibido. Ele pode ser animado ou fixo.

câmera filmando o “evento” são exibidas no programa. Quando termina a imagem da roda de samba, sequencialmente um homem e uma mulher com o microfone direcional do MOV Cria cantam um samba, sendo exibido em imagens em contra-plongée<sup>20</sup>. Enquanto os dois cantam, a imagem da câmera desce até o pé dos personagens. No final eles se apresentam, possibilitando que o público conheça esses personagens que entraram aleatoriamente dentro da narrativa. Não é possível identificar se a entrada do casal configura um novo projeto de vídeo, ou é uma parte do vídeo da roda de samba exibido anteriormente.

Sem nenhuma interferência ou mediação, o programa retorna para imagem do homem que apareceu no início, em um estúdio, novamente ele diz, “mais união pras quebradas”. Dessa vez, o GC com o texto - Gabo Tatarana se formou em história na USP – ajuda a entender de quem se trata o homem que apareceu no estúdio no início do programa. Ainda no princípio do vídeo, a imagem do microfone no estúdio sendo focado imprime um ar de mistério.

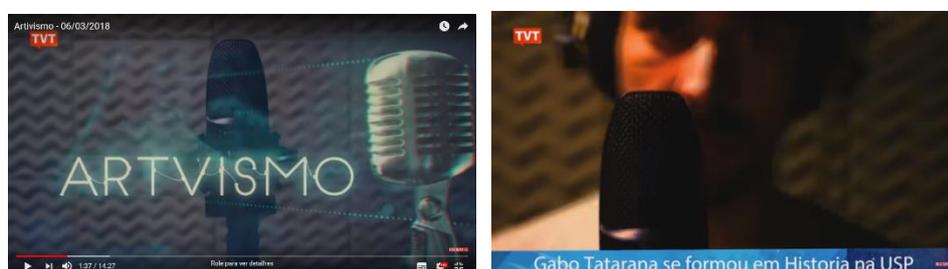


Figura 6 e 7: Reprodução - Artivismo (06/03/18)

Em seguida o homem começa a recitar no microfone, fala da desigualdade social e dos dados de morte de pretos e pobres em áreas periféricas. Ele ainda questiona porque brancos e ricos ainda que cometam crimes não são presos. Enquanto recita, ele deixa uma mensagem para que o telespectador/usuário saiba quais são os objetivos do movimento do rap, que entre muitas coisas serve como um meio para dizer “sim” para àquele que só recebem o “não” da sociedade. Existe uma variação de som durante a recitação, algumas vezes é o som ao vivo e outras o som produzido, isso ajuda a prender a atenção de quem está assistindo, deixando uma sonoridade mais dinâmica. No final, ele se apresenta como Gabo Tatarana, morador da Zona Leste de SP, do bairro São Matheus, sendo além disso membro do grupo de rap, “Espinhela Caída”. O nome do grupo também aparece no GC. Ainda diz: “eu também sou artivismo e estou no Artivismo”. Novamente entra a fala “Mais união para as quebradas”. Para

<sup>20</sup> O Contra-plongée tem como sentido o contra mergulho. Também chamo de câmera baixa, é um temo utilizado para aponta quando a câmera está abaixo do nível dos olhos.

finalizar, mais uma vez a frase é repetida, só que desta vez só em mímica, sem o som. Percebe-se que a construção da narrativa, se distancia da proposta da “Dramaturgia do Telejornalismo”, o personagem se apresenta só no final do vídeo.

Ao iniciar o terceiro vídeo, a frase “mais união pras quebradas” é apresentada mais um vez em GC. Na imagem aparece uma escada, em seguida os pés de um homem subindo essa escada. Close no rosto do homem que está de óculos se apresentando. Eduardo Cazé é escritor (independente), o GC também informa que o personagem entrevistado é um jornalista. O BG sobe e desce entre suas falas e respirações. A imagem fechada em sua mão segurando livros, mostra as obras escritas pelo próprio personagem. Os temas dos livros: droga, prostituição e alienação ganham destaque na entrevista. Variações de ângulos e cenários durante a entrevista com o escritor é uma das características desse vídeo. Às vezes aparece uma imagem estourada com o personagem sentado de perfil, outras vezes imagens em que o escritor está olhando para frente, e em outro cenário ele está sentado na escada. Com a mudança de cenário também existe uma variação de áudio. Ele narra uma parte do livro, lendo com a obra na mão. Nesse momento, a utilização do zoom é frequente, o que provoca certas vezes desfoque na imagem. Close na capa do livro e termina o vídeo com a logo do ativismo.

O quarto vídeo desta edição do Ativismo, inicia com imagens de um estúdio vazio em seguida aparece equipamentos de DJ e o próprio DJ utilizando esses equipamentos. Em seguida surge na tela o GC, “DJ Erick Jay mora na zona leste de SP”. Enquanto ele toca outros textos vão aparecendo em GC, como se fosse uma legenda na imagem. A partir dessas legendas é possível identificar que esse DJ é o campeão do DMC World Battles Supremacy 2016, o maior campeonato de DJ do mundo Londres/Inglaterra. Variações rápidas de planos abertos, médios e fechados do DJ e imagens em plano fechado dos equipamentos que ele está tocando, insere uma maior dinâmica visual.

Em seguida se inicia o quinto vídeo. Um texto na tela discorre sobre uma solução simples e barata para resolver um problema real das cidades brasileiras. Imagens de escada rolante e de ponto de ônibus, ilustram a narrativa. Aparece a imagem (o rosto) da voz que até então estava em *off*<sup>21</sup>. Ele fala o nome do projeto, que é intitulado, “Que ônibus passa aqui” (um sistema de informação colaborativa). Enquanto um dos idealizadores explica mais sobre a iniciativa são exibidas imagens de pessoas contribuindo para o projeto. Segundos depois é

---

<sup>21</sup> Texto gravado pelo repórter a partir das imagens gravadas pela equipe de reportagem. O repórter fala em *off* quando sua imagem não aparece na tela. O termo *off* é utilizado de maneira geral, quando não se tem a imagem da pessoa falando, apenas a voz por cima de uma outra imagem.

filmado o pessoal do projeto fazendo entrevistas com pessoas que se interessaram pela ideia, o que novamente imprime uma proposta de gravação de bastidores.

- ARTIVISMO - 13/03/18 – 14:20

A edição do Artivismo do dia 13/03/18 inicia com um videoclipe da banda, “Descolado do Mundo”. O clipe da música “Psicose” propõe fazer uma crítica social, que coloca em questão a dualidade certo X errado, enfatizando que o que parece certo nem sempre é o certo, sendo assim eles questionam para que serve os julgamentos e preconceitos inerente a sociedade em que vivemos. O segundo vídeo é feito de recortes de entrevistas em forma de depoimento, trazendo uma temática social e urbana. Os personagens desse vídeo são os grafiteiros e ativistas do projeto “Pimp My Carroça”. Os depoimentos dos participantes têm variações de ângulos abertos e fechados. O projeto objetiva pintar as carroças de catadores com intuito de dar voz a essas pessoas que fazem parte do cenário urbano, através das frases grafitadas nas carroças. Nesse momento é exibido fotos das frases. Eles citam que a expansão das ideias do projeto só foi possível graças a utilização do catarse<sup>22</sup>, plataforma de arrecadação coletiva online. A segunda entrevista sobre o movimento é com a produtora cultural e integrante do projeto. Dessa vez a produção da entrevista é menor, já que utilizam apenas o microfone da câmera ou celular, o que acaba captando ruídos externos. Ela conta que eles arrumam as carroças dos catadores, sempre optando pelos itens de segurança. Durante esse vídeo é enfatizado uma crítica contra os motoristas que param em vagas de carroças. O recurso de imagem acelerada dos artistas grafitando é utilizado para mostrar como funciona o processo. Como a matéria é inserida em um clima urbano, o fundo musical durante as entrevistas contribui para o resultado final do conteúdo, atribuindo mais dinâmica e fluidez. O vídeo é produzido pelo “Imagina na Copa”.



Figura 8 e 9: Reprodução - Artivismo (03/09/18). Projeto “Pimp My Carroça”

<sup>22</sup> É uma das plataformas da web que permite a criação de campanhas de arrecadação coletiva online, ação conhecida como crowdfunding.

Em seguida entra um outro vídeo. Inicialmente parece que vai começar um clipe musical, já que aparece inserido na parte inferior da tela, o nome da música que toca ao fundo e seus autores (Come Home – Chapo). Depois entende-se que se trata apenas de um fundo musical. Rapazes com skates nas mãos, utilizam uma *GoPro* para fazer acompanhamento de uma aventura. Essas imagens se aproximam da linguagem dos *vlogs*, modelo de vídeo comum no *youtube*. Eles estão na “Praça Figueira” (Lisboa), local onde encontram outros skatistas.

Na finalização do programa o encerramento em *off* reforça: “Um programa feito para os coletivos audiovisuais, para a cena independente, para os artistas, para o povo”. A TVT transmite o programa ao vivo no *youtube*<sup>23</sup> e durante a transmissão três comentários aparecem na caixa de diálogo. Todos fazendo referência política: “#LulaLivre”, “fora temer” e “bolsomito”.

- ARTIVISMO – 09/04 – 14:36

Após a vinheta aparece na tela o título “Cenas da cidade”, passando a ideia que esse seria um “quadro” do programa, no entanto sabendo da proposta colaborativa é possível entender que esse é o nome do projeto dos produtores que enviaram o vídeo para o programa. Aparece uma mulher que assume o lugar de entrevistadora – creditada como Maria Tereza Cruz. O entrevistado é Manu Maltez, definido pela “apresentadora” como desenhista, compositor e músico. Essa narrativa já é bem próxima do telespectador que assiste os telejornais tradicionais. Para começar, respondendo a primeira pergunta o entrevistado diz, “em primeiro lugar fora Temer..”, o que mostrando de cara o seu posicionamento político. A entrevistadora ri com a frase, como se concordasse com o entrevistado, percebe-se que não há preocupação com a tão falada imparcialidade. Até porque essa não parece ser a proposta do produtor desse conteúdo, e muito menos do Artivismo. Entra a vinheta dos Cenas da Cidade, e em seguida a entrevista começa efetivamente. O homem definido como “artista” no GC responde à pergunta sobre como ele se definiria enquanto profissional. Como já citado, no *youtube*, o programa é exibido através de uma *live*, isso é perceptível pela moldura em que se estabelece o vídeo, em que aparece uma caixa de diálogo ao lado para quem estiver assistindo interagir através de comentários.

---

<sup>23</sup> Esse trabalho não pretende estabelecer um debate sobre a lives e exibições de programas em tempo real em ambiente digital, apenas menciona a inserção desta ação durante a exibição do programa no *youtube*.

Seguindo a análise da entrevista, a entrevistadora diz que se assemelha a “Manu” (entrevistado) justamente por ser “multitarefa”. Nesse sentido ela se coloca também como uma personagem, mostrando que não está ali apenas para fazer perguntas, mas também assumindo um lugar de fala. Ela toca em temas de política cultural e financiamento artístico. Manu fala sobre a Lei Rouanet, tema muito debatido entre os anos de 2017 e 2018. O “artista” afirma que nunca usou da lei, e que não entende porque as pessoas dizem que os artistas são sustentados pelo Estado. Maria Tereza interrompe a fala para explicar o que seria a Lei: “Basicamente funciona da seguinte forma, a partir de isenções fiscais das empresas, o artista consegue obter mediante a aprovação do ministério da cultura, esse montante de isenção fiscal para realizar o seu trabalho”. Esse comentário estabelece um ponto didático que não é tão comum na produção final do Artivmos, mas que está presente especificamente nesse vídeo. Manu comenta a simbologia, o que representa o fim do Ministério da Cultura como uma das primeiras ações do governo Temer, também crítica a falta de representatividade nesse governo. Após cerca de 5 minutos de entrevista, o programa é interrompido pelo “Plantão Seu jornal”, para mostrar que acontece um ato em homenagem ao ex presidente Lula, com intuito de reivindicar a prisão do político. Após o plantão a apresentadora do Jornal “Ana Flávia Quitério”, anuncia que o telespectador fica com o programa “Papo com Zé Trajano”. Sendo assim, não existe uma finalização dessa edição do Artivismo.

Além dos comentários feitos durante o ao vivo, que são algumas coisas aleatórios sobre o programa, e outros sobre a importância da arte independente. Os 3 comentários que seguem na publicação do vídeo trazem cunho de posicionamento político como: “Ver Lula preso ... e essa quadrilha no poder ... não dá pra ficar calado não!!! Cadeia pra Temer e toda a cambada. Lula LIVRE”, “acho que alguns artistas não precisam deste incentivo da Lei Rouanet. Ela tem sido usada como um esquema de compra de apoio para políticos” e “Seja inteligente vote bolsonaro presidente”.

- ARTIVISMO - 11/04/18 – 13:26

O primeiro vídeo desta edição do programa é uma entrevista/depoimento que trata da temática do racismo. Logo no início aparece uma mulher negra desabafando. Inicia o texto falando que “quem morre no Brasil são jovens negros, esses são os que mais morrem”. Ela afirma que o Brasil é um país racista. Após essa fala, ocorre uma pausa no seu depoimento. Aparece uma possível apresentadora do quadro/vídeos em exibição. Os recursos visuais e o cenário dão a ideia que ela estava assistindo o vídeo citado anteriormente (do desabafo), antes da tela ser congelada.



Figura 10: Reprodução - Artivismo (11/024/18)

A apresentadora explica de quem se trata a jovem que desabafava, enquanto isso a imagem desta jovem aparece em uma ilha de edição ao fundo. Ela usa a seguinte frase para descrevê-la: “A Bianca Santa é jornalista, professora universitária, e militante feminista. E nesse vídeo a gente vai falar sobre o livro que ela escreve, “quando me descobrir negra””. Em seguida entra a vinheta do projeto “Cenas da Cidade”. Após a vinheta a “apresentadora” fala incisivamente, como se estivesse interpretando. Todos nós somos racistas, você, eu que somos brancos podemos até negar... isso tá enraizado na cultura brasileira”. Após essa fala, aparece novamente na tela a continuação do vídeo com o depoimento da Bianca, autora do livro, que dessa vez é creditada como escritora, jornalista e professora. Ela conta suas experiências e as vivências preconceituosas que sofreu.

O vídeo segue com uma proposta definida, a apresentadora aparece na ilha de edição articulando os assuntos, fazendo uma espécie de introdução, o que no telejornalismo cumpriria o papel do *off*, para que em seguida entre a sonora da entrevistada comentando sobre o assunto. É uma forma diferente de desenhar uma entrevista. Existem as duas figuras,

entrevistadora e entrevistada, no entanto elas não possuem um contato direto. Com um fundo musical, antes de encerrar o quadro, a apresentadora deste vídeo lê uma frase do livro.

O segundo vídeo é um clipe musical que começa com uma imagem estática, com frases sobre sonho. Em seguida começa a tocar um rap. Imagens de comunidade e frases de incentivo pinchadas nas paredes das casas estampam a tela do vídeo. O cantor aparece no fundo da imagem, mas não aparece de forma clara, não é possível identificar a figura artística. Em certos momentos a imagem de cima fica opaca, possibilitando enxergar que existe um alguém no fundo dessa imagem cantando.

No terceiro vídeo sem introdução do assunto, um homem mexe em alguns papéis, ao mesmo tempo em que fala para câmera. Palavras surgem na tela durante a sonora: cola, missão, Canal Vidal, Av Doutor Arnaldo, São, Paulo, Brasil, 17:55, bossa nova, vida. A fonte da letra se assemelha a coisas escritas com corretivo. Não é possível ter uma grande noção do que se trata o vídeo. Em seguida, aparece a imagem de uma sala cheia de olhos pintados, uma imagem acelerada mostra a arrumação e a finalização do que parece ser um estúdio de gravação. Outros textos surgem na tela: Através TV, “o gula”, o “Ba. Hacker”. Depois de quase um minuto de vídeo entra uma fala mais clara que ajuda a entender do que se trata o vídeo. A voz de uma mulher em OFF explica que o evento exibido na tela se trata do lançamento do jornal, “Através”. Não mais em OFF, ela segue explicando o intuito desse jornal ao lado de outras duas mulheres. Crédito de Geogia Guerra aparece na tela, mas não identifica de quem ela se trata. A entrevista parece ser feita com uma GoPro. No final do vídeo aparece o mesmo cara do início tocando como DJ.. Com as imagens exibidas é possível entender que esse homem foi o responsável pela reformulação do espaço. O vídeo parece uma parte de uma série de outros vídeos, assim deixa alguns questionamentos, não permitindo clareza de qual é o objetivo do vídeo, inclusive não se pode identificar todas as suas intenções ativistas.

O terceiro vídeo desta edição do programa, começa com um fundo musical e a imagem de uma rua, local em que um homem está andando de bicicleta. “Leve esse livro, Simões Filho – Grande Salgado BA”, é o texto que aparece escrito na tela. Augusto, criador do projeto “bibiocicleta”, é identificado no gerador de caracteres. Ele está sentado, falando direto para câmera, explicando como funciona a proposta “inovadora” do projeto. Na tela, textos coloridos acrescentam informações na explicação feitas por Augusto. Ele fala sobre a leitura, e questiona o fato do brasileiro não gosta de ler, os depoimentos e opiniões do entrevistado é intercalado com textos coloridos na tela, pela linguagem audiovisual utilizada é possível supor que essa é uma produção do projeto “Imagina na Copa”.

- ARTIVISMO 08/05/18

A vinheta desse programa é a primeira novidade identificada, já que traz elementos diferentes da que era exibida até então, mas sem deixar de transmitir a imagem do que representa o programa. Logo no início do primeiro vídeo o GC anuncia que o VT irá discorrer sobre o “Festival Aprender – Intervenção de Arte Urbana”. Depois de algumas imagens de crianças desenhando, um homem aparece (câmera bem próxima do seu rosto – primeiríssimo plano) explicando do que se trata o festival. No final da sonora, ele se apresenta como coordenador do evento. Esse vídeo termina com a sonora de uma criança falando o que aprendeu no festival. Isso reforça o caráter de aprendizado presente no próprio nome do evento.



Figura 11: Reprodução - Artivismo (08/05/18).  
Enquadramento corta parte da cabeça do entrevistado

O segundo vídeo traz em sua essência a linguagem comum aos documentários. Imagens em preto e branco e o fundo musical são recursos utilizados para mostrar o cotidiano dos jangadeiros. Em depoimento eles contam sobre a realidade de suas vidas. O vento ao fundo, ainda que seja um ruído, ajuda a criar um drama, um estado para proposta da cena estabelecida. A câmera pega os personagens de baixo para cima (contra-punglée), mas fechada nos rostos, em primeiríssimo plano.



Figura 12: Reprodução - Artivismo (08/05/18)

Sem que haja nenhuma intervenção começa o terceiro vídeo. Um menino aparece falando a frase, “eu curti muito, ficou da hora”. Em seguida imagens e textos permitem entender para o quê o menino direcionava a sua fala. Paço das Artes – SP, apresenta: Oficina de Arte de rima e ocupação do espaço, o texto surge na tela. Ao fundo uma trilha musical de rap. A partir do texto é possível identificar do que se trata o projeto, “Paço da Comunidade”. Em OFF uma mulher explica a importância do projeto como forma de reconhecimento do espaço. Ao fundo, além da trilha musical, é possível identificar as vozes das crianças que participam do evento. Aparece a dona da voz que estava em off na tela, o GC explica que ela é da coordenação do núcleo educativo, Espaço das Artes. O artista, Ivo Ferreira, conta que além de ensinar, aprende com as crianças. Robson colaborador de musicalidade infantil é o terceiro entrevistado. Por último a criança conta que curtiu participar. O equipamento utilizado para as entrevistas parece ser uma GoPro.



Figura 13: Reprodução - Artivismo (08/05/18).

O quarto vídeo desta edição tem como tema a cultura dos povos indígenas na cidade, mais especificadamente. Por isso, a construção da OBY, casa de reza Guarani, é uma das pautas abordadas no vídeo. Começando a fala em OFF o índio Karaim Mirim Victor Fernandes explica a importância da casa de reza. A entrevista é coberta com algumas fotos. O vídeo segue com vários índios dando depoimentos sobre a casa de reza, sem microfones, o que ocasiona alguns ruídos. O quarto vídeo se trata de um clipe da cantora Denise D’Paula. “Não me sinto só”. A representatividade nesse caso está no lugar de uma mulher negra e cantora usar o seu talento apenas para falar de amor. O programa mostra que um negro pode fazer música sobre assuntos cotidianos, nem sempre precisam falar de temas políticos.

- ARTIVISMO - 31/05/18 – 13:42

O primeiro vídeo desta edição do Artivismo é uma produção do “Imagina na Copa”, produtora que já apareceu outras vezes no programa. O produto audiovisual inicia com Marcos Faustine - fundador da “Agência” - dando um depoimento sobre desigualdade social. Ele olha para um lado (câmera ou entrevistador) mas é filmado de lado por outra câmera que o pega totalmente de perfil, em certos momentos a câmera fecha mais em close no rosto do entrevistado. Em uma tela colorida aparece o texto: Agência de redes para juventude. Seguindo o depoimento, o entrevistado explica o que é a “Agência”. A entrevista é coberta por imagens das ações do projeto acontecendo, o que ajuda a ilustrar do que se trata a agência. A entrevista com o co-fundador do projeto “boreart” é coberta com imagens da galeria de arte na casa dos moradores. Também são exibidas imagens das obras feitas durante o projeto. A música no fundo das entrevistas contribui para a proposta descontraída desenvolvida na construção da matéria. No final do vídeo, Faustine fala do artista enquanto ativista, reforçando que esse é um dos pilares do programa.

O segundo vídeo tem como palavras chave educação, criatividade e história. O material é uma produção do “Canal Revisão”. Esse é mais um vídeo exibido no Artivismo que foi produzido inicialmente para internet, o que reforça a proposta de convergência identificada no programa. No início do vídeo, uma mulher aparece na tela falando o nome de Leopoldina, em seguida sua imagem aparece no canto da tela. O vídeo produzido para explicar situações históricas junto com uma narração ao fundo, se torna dinâmico graças aos recursos de animação, ícones e recortes de imagem. Algumas imagens que não é exatamente a do acontecimento narrado, cria tensionamentos e adiciona humor à narrativa. Por exemplo, no instante em que citam um casamento histórico, aparece cena de casamento em um filme, inclusive em desenho animado.

O terceiro vídeo tem uma temática, acima de tudo, social. A produção do “Tato-Arte Visual” é um depoimento com a atriz, Mariah de Moraes, mãe aos 18 anos, ela fala abertamente sobre a maternidade. Sentada em uma poltrona ela discorre sobre o assunto. A segunda câmera pega ângulos de cima, e de outras posições. Para cobrir a entrevista utilizam imagens dela com o filho, exercendo atividades em casa e no celular vendo fotos do filho. A música ao fundo atribui emoção (dramaturgia) à entrevista. A parte textual (dita pela atriz), assim como todo conteúdo da entrevista permite criar um debate sobre o autoconhecimento. O

final traz uma lição de moral, ao concluir que ser mãe jovem não é um problema, se a escolha é consciente.

- ARTIVISMO – 05/06 / 18 – 13:09

Pronto para batalha é uma música de Arnaldo Titu. O seu videoclipe que trata sobre respeito e conhecimento é a primeira produção a ser exibida nesta edição do Artivismo. Mais especificamente, o programa traz o *lyric* vídeo dirigido por Thiago Nascimento.

O segundo vídeo é uma realização de Afrolatinas e Oxfan, produzido pelo “Odun Filmes”. O título do #contasonhopreta é bem autoexplicativo. Uma mulher negra conta sua trajetória, fala sobre sua fé e do orgulho da sua cor. Já o terceiro vídeo é do Coletivo, Poesia Coletiva. Uma imagem com filtro em preto e branco mostra uma mulher lendo uma poesia. Nessas linhas ela ler palavras que lamentam e questionam o alto índice de jovens negro e pobres que morrem diariamente.

A “Imagina na Copa” produziu um vídeo sobre turismo sustentável no vale do Jequitinhonha com intuito de valorizar a cultura local. A sonora com as idealizadoras do projeto é intercalada com as telas que trazem frases sobre o tema com palavras coloridas. Trazendo um fundo musical, o vídeo segue essa dinâmica.

- ARTIVIMO – 11/06/2018 – 14:34

O vídeo que abre essa edição é mais uma vez, uma produção do “Imagina na Copa”. Com depoimentos e entrevistas, o vídeo tem o empreendedorismo, e aspectos financeiros como temática. O conteúdo começa com imagens de ônibus nas ruas. Em seguida, Rodrigo e Lina contam suas experiências como empreendedores até fundarem a empresa Aliança Empreendedora. Ambos começaram a empreender em empresas juniores. O caráter social desse vídeo não é tão explícito, mas o fato de ajudarem que outras pessoas se descubram empreendedoras, reflete um olhar de solidariedade para o próximo. A existência da empresa tem um viés social e isso é referenciado no vídeo.

O segundo vídeo é um clipe da cantora Drica Rizzo, não é possível identificar um caráter fortemente social em muitos aspectos do vídeo, o que inclui as imagens, letra e linguagem do videoclipe. A inserção do rap é o que mais conversa com a proposta do Artivismo, e justifica a exibição desse vídeo durante o programa. Já no terceiro vídeo o caráter social/político encontra-se totalmente explícito. O projeto ABC das Minas tentam fazer

dissociações no decorrer do vídeo. Percebe-se que o objetivo é esclarecer a diferença entre feminismo, femismo e machismo. Mais uma vez um vídeo em isolado traz o caráter didático. O vídeo parece ter sido produzido para o *youtube*. Uma mulher fala diretamente para a câmera, o que somado aos efeitos de áudio e vídeo (corte rápidos, abre fecha o ângulo, muda de enquadramento rapidamente, inserção de palavra com letras em *capslock* na tela) configura a linguagem característica dos *youtubers*. A própria postura dela na frente da câmera sugere isso. Ela explica os termos, e alerta que existe um desconhecimento dos conceitos tratados. O vídeo pode causar a conscientização, e em certa medida traz uma lição de moral, principalmente no momento em que é explicado que na sociedade o que existe é o machismo, o femismo (que seria o contrário de machismo, não feminismo) não existe. Logo, a lição de moral segue no caminho de que temos que saber do que estamos falando antes de discorrer sobre tal assunto.

O quarto e último vídeo dessa edição é uma produção da própria TVT e que debate sobre a dualidade, política X religião. Um teólogo diz que é preciso desassociar os dois conceitos, já que um não deve intervir diretamente no outro, a religião deve ser apenas a consciência do Estado, nada muito além disso.

- ARTIVISMO - 23/07/2018 – 12:58

Na abertura uma das imagens associa a Globo e o presidenciável, Temer como golpistas. Assim como na edição analisada anteriormente, o primeiro vídeo também é produzido pelo “Imagina na Copa” e trata de empreendedorismo social. Uma tela colorida com textos explica que a malharia social é uma empresa que trabalha na recuperação profissional de mulheres em situação de liberdade privada no presídio de Florianópolis. Felipe (entrevistado) sentado na cadeira com a empresa ao fundo, explica que mais do que lucro, nesse projeto existe a intenção de um retorno social. Durante a entrevista imagens de cobertura mostram máquinas, elementos da malharia, mulher trabalhando, com variações de imagens planos abertos e fechados. Reforça o lado social ao concluírem que ter um emprego pode tirar uma pessoa do tráfego.

Imagens da fachada do presídio e imagens das malharias são exibidas. Na entrevista, a coordenadora da malharia explica que a capacitação das meninas possibilita que elas saíam de lá como uma profissão. Ainda esclarece que se sente bem trabalhando lá, que não se sente trabalhando em um presídio. Em entrevista, as presidiárias que participam do projeto se dizem felizes com a oportunidade, elas tratam como uma possibilidade de melhorar as suas vidas. É construída uma narrativa que humaniza essas mulheres, desconstruindo possíveis

imagens que poderia ser associada à uma presidiária. Existe uma lição de moral de que é preciso socializar essas pessoas para que elas possam melhorar de vida. Ao longo do vídeo é possível identificar aspectos do conceito de Dramaturgia do telejornalismo, referenciado na parte teórica deste trabalho. Além disso, percebe-se uma valorização dos direitos humanos.

O segundo vídeo é um desenho animado intitulado “Volume Morto”, uma produção do Felms. É intrínseco ao vídeo a temática da seca/falta de água, o que pode provoca reflexões acerca do assunto. Em uma tela preta, um texto em branco explica que a crise hídrica de 2015 fez com que fosse utilizado o volume morto do reservatório de água. O próximo vídeo começa com uma jovem negra se apresentando em um estúdio. Grafiteira e Enfermeira, ela fala do cenário do hip hop em Brasília, intercalando com imagens em vídeo de batalhas que ocorreram na cidade. Integrante da Nação hip hop, ela fala de repressão, garra e liberdade de expressão. Como referência ela tem o documentário do Sabotagem. Em seguida, Flora fala da sua história com o grafite e suas motivações. Para manifesta inteiramente o seu posicionamento político, ela crítica o ex prefeito de São Paulo, Dória, que aprovou durante a sua gestão, a lei que multa os grafiteiros. Um texto em um GC com fundo azul diz: Grafite é arte.

- ARTIVISMO – 24/07/18 – 14:28

O primeiro vídeo desta edição faz parte das produções do Canal Revisão, já visto em outras edições analisadas, e identificado que tem como objetivo contar um fato histórico de forma diferenciada. Percebe-se pela linguagem que a produção também é bem característica do *youtube*. O vídeo com cunho histórico discorre sobre a importância dos ensinamentos gregos. Existe uma moldura, que funciona como uma janela do vídeo, na qual aparece a tela de uma página social em uma espécie de tablete, dentro da tela se encaixa o vídeo de quem narra (às vezes essa tela aparece no espaço inteiro). Do lado aparece ícones que ajudam a exemplificar o que é falado. A voz de um homem faz as perguntas, e a mulher responde. Explica história com uma linguagem jovial e criativa. Alguns trechos com humor leve. Por exemplo, quando fala que o Alexandre, “O grande” é mais mito que o jogador de futebol, Neymar.

O próximo vídeo começa com mulheres contando “Eu não vou me calar”. Após uma trilha de suspense ao fundo. As mulheres se apresentam segurando o microfone direcional do MOV Cria nas mãos. Identificada com “Quartetas”, elas explicam como surgiu o grupo. O enquadramento pega uma imagem aberta das quatro, no entanto, as vezes fecha em quem está falando. O vídeo trata de temas referentes aos problemas enfrentados pelas mulheres, o que inclui a violência e a misoginia. E as músicas que elas cantam e tocam durante o vídeo retratam

esses temas. Além disso, crítica alguns preceitos e comportamentos que julgam ser obrigatórios das mulheres, quando esses não são. Em uma segunda música, enquanto elas cantam, movimentos rápidos de câmera mostram a sala que elas estão, além da parte externa do espaço, constantemente é utilizado o *zoom* da câmera durante a gravação.

O terceiro vídeo é da URB OEM (ESPM) e trata da transformação do espaço urbano. Uma ação, que é filmada, na rua Áurea Criativa faz com que 10 vagas de estacionamento ganhem outros ares por um dia. Com fundo musical é exibida imagens da preparação e efetivação da ação.

- ARTIVISMO – 15/08/18 – 15:11

As temáticas presentes no primeiro vídeo da edição de 15/08 do Artivismo engloba gênero, raça, aborto e julgamento. A produto Grito Filmes elaborou o conteúdo que já inicia com uma fala de impacto: “Vai ter mais preto na faculdade do que na delegacia”. A frase foi utilizada por uma jovem negra que participava de uma edição do SLAM. Enquanto declama a sua poesia social, ela reivindica que deve ser tratada como “pessoa antes de mulata”, entre outras fases forte sobre os problemas enfrentados por ela, e por tantas outras jovens negras. Percebe-se que o vídeo é uma gravação amadora de celular, é perceptível que a proposta foi fazer um registro, sem muita edição ou tratamento de imagem, pelo menos é o que transmite o que foi exibido no programa. Nos comentários do *youtube* a chamam de talentosa, o que mostra reconhecimento a sua arte.

O segundo vídeo traz como conteúdo a cobertura de uma exposição de fotos. Como já foi visto em outro programa conseguimos identificar e entender melhor a proposta produzida pelo Canal Vidão, seguindo a mesma proposta de linguagem audiovisual já identificada em outras edições que possuíam vídeo desses produtores. Ao longo do vídeo palavras surgem na tela. O rapaz do canal explica que eles estão em Brasília, mas a imagem anterior do planalto já anunciava a localização. Vários rostos aparecem rapidamente na tela. Para identificar os personagens do vídeo aparecem alguns @ na tela, o que é bem característico da internet, identificando o personagem com usuário do ciberespaço.



Figura 14 e 15: Reprodução - Artivismo (15/08/18).

Na entrevista com o @hondaleandro (artista, oficina) a câmera fica bem próxima do rosto do entrevistado. Milton Sobreiro, também é filmado com a câmera próxima, mas desta vez a imagem está um pouco desfocada. Ele conta que gostou da proposta da oficina. O @felipehonda fala da importância da exposição, neste caso além da câmera está bem próxima do rosto, em algumas partes até corta o rosto do entrevistado. Imagens aceleradas da rua até anoitecer é exibida, o que mostra que os artistas ficaram pintando a tarde toda, até o final da noite na rua.

O terceiro vídeo é uma produção da “Imagina Você”, intitulado “Ocupando na Política”. Enquanto imagens de manifestações aparecem na tela, uma voz em *off* fala do ensino público e sobre formar cidadãos políticos. Revela-se que a temática gira entorno do Movimento de Ocupações. Imagens da internet de registro da ocupação aparecem na tela, é especificado que as imagens foram retiradas da internet.



Figura 16 e 17: Reprodução - Artivismo (15/08/18).

Estudantes que participaram da ação aparecem sentados em um sofá no quintal de uma casa, um menino está no meio do sofá, e sentadas ao lado dele estão 2 meninas mexendo no celular. O menino (Victor) conta a sua experiência nessa manifestação. Quando uma das meninas (Rafaela) começa a falar, muda o ângulo da câmera, enquanto isso os outros dois mexem no celular. “Imagens da internet” mostra o que foi o movimento de ocupação no

momento que os estudantes explicam como se deu o movimento e o porquê de terem resolvido participar. Imagens de cartazes trazem mensagens contra político, “Fora Alckmin”

O GC é único, quando aparece o nome de um surge os dos outros dois, ou seja, toda vez que um estudante se apresenta, aparece o nome dos outros dois também no GC. A terceira menina (Julia) começa a contar as suas experiências, nesse momento os que não estão falando mexem no celular. O foco volta para a outra menina (Rafaela), ao narrar a história vivenciada ela se emociona e chora, o que reforça as dores das experiências vividas. As alunas citam as professoras, nesse momento duas educadoras que também fizeram parte do movimento aparecem sentadas em uma cadeira na frente da escola. Ao apresentar suas visões sobre o fato, entre tantas coisas, elas destacam a importância de crescer diante das repressões.

O vídeo apresenta uma lição de moral, já que no final eles falam de luta, busca por direitos, refletindo que a única forma de conquistar esses direitos é lutando por eles. No final os 3 jovens levantam do sofá, guardam os celulares e andam. Quando eles levantam é possível perceber que na poltrona tem a frase “senta aqui meu amor”, pintada. Como se fosse um convite para as pessoas contarem suas histórias. Sobem os créditos do vídeo, assim é possível identificar a produção da “Imagina coletivo”/ Imagina Você. A narrativa construída traz representações e críticas, o intuito de mostrar sempre os jovens mexendo no celular é certamente provocar alguma reflexão no telespectador.

- ARTIVISMO 22/08/19 – 15:04 – 620

O primeiro vídeo desta edição inicia mostrando um estúdio de paredes brancas, com pessoas e artes plásticas ocupando esse lugar. Pintores explicam como irá ficar esse cenário, em seguida aparece a imagem de um olho. Logo já é possível fazer uma associação com outras edições de programa analisados (essa imagem do olho já apareceu em várias edições do artivismo). O vídeo legendado possibilita maior acessibilidade. É filmada a tela com uma imagem que ajuda a enxergar o espaço pela visão que chegará ao usuário/telespectador, possibilitando compreender uma visão com a interferência da tecnologia, deixando de ser uma visão crua, direta do objeto.



Figura 18 e 19: Reprodução - Artivismo (22/08/18).

Em nenhum momento fala para que será o estúdio pintado. O que supõem que o importante é a arte construída e as coisas intrínsecas a ela, e não para que ou para quem ela irá servir, no entanto a falta de informação pode gerar curiosidade em que assiste o vídeo, principalmente quem não acompanha o programa, que já havia exibido outros vídeos relacionados a esse em outras edições.

O próximo conteúdo é mais uma vez um vídeo do canal ReVisão. Em um cenário de quadro com desenhos feitos de giz ao fundo, um rapaz faz uma explicação histórica do golpe de Estado que culminou na ditadura. Imagens aparecem em uma janela pequena no canto da tela, em seguida a vinheta do re(Visão) é exibida. Um OFF narra quem foram os militares que governaram o país na época, enquanto isso imagens desses homens aparecem na tela. Palavras coloridas aparecem no vídeo, o que ajuda a entender tudo de forma clara. Ícones e animações também são utilizadas para ilustrar a narrativa.



Figura 20: Reprodução - Artivismo (22/08/18).

- ARTIVISMO – 10/09/18- 13:03

Após a vinheta do programa já aparece uma tela do *google*, percebe-se a utilização do recurso de gravação de tela. No campo de pesquisa é digitado o termo, “guerra fria”. Em

seguida uma voz em off começa a narrar os acontecimentos da guerra e assim artes e animações aparecer ilustrando o que está sendo dito. Destacam a importância da internet para a pesquisa, mas alertando que não se pode acreditar em tudo o que é visto na internet. A animação apresenta uma linguagem que em certos momentos dialogam com a linguagem do vídeo games, inclusive a partir de alguns efeitos sonoros também é possível fazer essa associação. A voz em OFF chama uma mulher que seria uma opção melhor com mais conhecimento para explicar uma parte específica da história da guerra (“só que eu não manjo muito disso não, tenho uma amiga que manda muito bem que vai saber te explicar melhor”), nesse instante abre uma janela com a imagem dessa pessoa, em seguida ela cumprimenta o internauta ou nesse caso o telespectador. O homem que narra com a voz em *off* é receptivo: “Oi ju estou tentando explicar realismo e idealismo, você pode me dar uma forcinha?”. Assim, ela parece explicando parte do fato histórico. Os dois seguem nessa dinâmica para explicar os termos e acontecimentos intrínsecos ao tema principal do vídeo.



Figura 21 e 22: Reprodução - Artivismo (10/09/18).

Quando a “Ju” se despede, a voz masculina em OFF continua explicando os assuntos. Em certos momentos, imagens em preto e branco, que parecem ser reais dos acontecimentos, são inseridas na narrativa audiovisual. Durante todo o vídeo a proposta é apresentar os acontecimentos históricos de forma dinâmica e criativa. Tornando o assunto ainda mais interessante. No final ainda é feita uma revisão de tudo que foi tratado. A própria linguagem jovem do que é narrado certamente aproxima o assunto do estudante que assiste. Podemos assim, dizer que a linguagem e a narrativa audiovisual já estão estabelecidas, possuindo características específica de enunciação

Entre o primeiro e o segundo vídeo há uma inserção de um pedaço da vinheta que anuncia: “esse é o programa “Artivismo”. O segundo vídeo começa com a imagem de uma porta abrindo, o filtro utilizado propõe à uma gravação de câmera de vigilância. A imagem segue em plano sequência mostrando imagens de uma casa. Na tela textos estourados: São Paulo, 15 pessoas, 4 dias, imaginando, mais pessoas, fazendo a diferença. A imagem segue ao

som de uma música instrumental, pessoas aparecem na imagem. Elas parecem estar participando de uma dinâmica. Outros textos aparecem na tela: O resultado, uma jornada, (re)começo, Quer começa a agir?. Ao finalizar como uma pergunta é reforçado caráter provocativo do programa. Mas existe um excesso de subjetividade que não permite dizer com clareza qual seria a proposta do vídeo. O vídeo é uma produção do “Imagina Você”.

Surge uma tela preta e um texto em branco: “banana cum lenço[...], navio já foi embora, bana cum lenço”, Vovó Maria Joana. Assim começa mais um vídeo dessa edição do Artivismo. James Bantu, MC e músico, aparece no vídeo. Ele começa a recitar. A gravação ocorre em um cenário com fundo preto, com o personagem enquadrado em meio primeiro plano. A proposta é fazer uma crítica a construção de um marginal padrão. No final a pergunta: “E aí, eu pareço suspeito? ”. Foi possível identificar que vídeos similares dos mesmos produtores já foram exibidos e outras edições do programa, sendo uma realização do Soweto, com produção do Travvo, M e vários outros parceiros identificados ao final do vídeo.

- ARTIVISMO - 11/09/18 –12:58

O primeiro vídeo da edição de 11/09 começa com imagens de guerra, em seguida surge a logo do canal ReVisão na tela. Seguem a mesma proposta utilizada no programa anterior misturando animações, artes, *offs*, efeitos de imagem e sonoras que lembram a linguagem do vídeo game, e a linguagem do texto sempre jovial e de fácil entendimento. Lembrando que o próprio narrador faz questionamentos (como se fosse um outro personagem) ao longo do vídeo. Os recursos de edição utilizados para explicar fatos históricos da guerra do Vietnã facilitam no entendimento, dando clareza aos fatos. Novamente o narrador chama a “Ju” para explicar uma parte do acontecimento, assim ela aparece na tela cheia do vídeo. No final é feito uma revisão dos assuntos tratados.

O segundo vídeo é um clipe musical. Tem início com imagens da cantora próxima de uma mata e de um mar. A música não mobiliza muitos aspectos sociais. A letra, basicamente, discorre sobre o que é uma canção, e tudo que pode se construir a partir de uma canção. Em certa medida, não foi possível identificar tanta sintonia com a proposta do programa. A produção executiva do videoclipe é do Fernandinho Beatbox.

#### 4.1 DIVERSIDADE: A MARCA DO ARTIVISMO

Averiguamos alguns números alcançados pelo programa em alguns aspectos. Assim a partir das 16 edições analisadas, descobrimos que o programa tem em média um tempo de exibição de 14:05 min. São exibidos uma média 3,25 vídeos a cada programa. No *youtube*, o programa tem uma média 70 *likes* e 2 *deslikes*, isso mostra que há uma aceitação das pessoas que se propõem a assistir o programa na web, mesmo que não seja um número alto de usuários assistindo o programa na plataforma de vídeo online, já que não chega a 800, a média de visualizações dos programas analisados, destacando que já foram selecionados os mais assistidos do *youtube* a cada mês de análise.

Durante o processo da análise da materialidade audiovisual, dois pontos quantitativos foram investigados. Em um primeiro momento dividimos os vídeos em quatro (4) tipos de formatos: entrevista/depoimento, videoclipe/poesia, animação e personagem/câmera. Considerou-se personagem/câmera àqueles vídeos em que o próprio produtor do conteúdo fala diretamente para câmera, ou seja, não há uma interlocução com entrevistas, seria, por exemplo, a linguagem utilizada pelos próprios *youtubers*.

Nos 16 programas analisados foram identificados 53 vídeos. Desses, 27 possuem um caráter maior de entrevista ou depoimento, 16 são inserções de videoclipes ou indivíduos utilizando as palavras para fazerem poesia social. Apenas uma animação foi identificada e nove vídeos foram enquadrados dentro da categoria chamada de personagem/ câmera. Isso mostra que mesmo que o caráter de depoimento ou entrevista se sobressaia em quantidade, outros dois modelos de inserções também são frequentes e permitem maior dinâmica ao programa.

Também averiguamos em termos quantitativos, quais foram as temáticas mais frequentes nessas edições. Assim, a proposta era investigar de nove temas, quais estiveram presente nos vídeos exibidos em cada edição analisada, lembrando que um vídeo pode tratar de várias temáticas ao mesmo tempo. Os nove temas foram os seguintes: racismo, gênero, violência, arte, classe social/desigualdade social, economia, política, educação e espaço urbano.

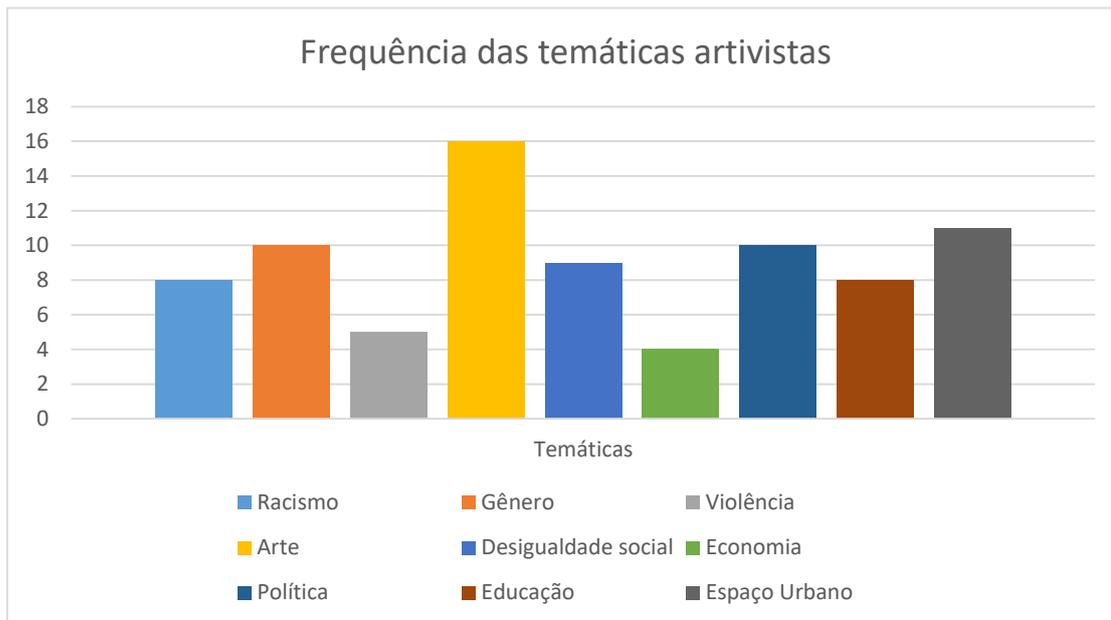


Gráfico 1: Resultado quantitativo das temáticas tratadas no Artivismo

Como é possível perceber no gráfico, a diversidade é uma marca do Artivismo. Em todos os vídeos exibidos há pelo menos um nuance do tripé em que se baseia o programa (arte, política e ativismo social). A preocupação com essas temáticas está refletida nos resultados, arte (16), espaço urbano (11), política (10), gênero e desigualdade social (9) são os temas com abordagens mais frequentes, enquanto economia é o tema com menor aparição nas edições do Artivismo.

Considerando os resultados obtidos é possível entender como acontece o processo do programa que apresenta uma produção colaborativa, com proposta de inovação de linguagens, e ainda com princípios artísticos, sociais e políticos. Mas como será que o telespectador assimilará todos esses aspectos? A realização de um Grupo Focal foi o caminho encontrado para se alcançar um outro olhar para o Artivismo.

## 5. UM GUPO FOCAL A(R)TIVISTA: UM OUTRO OLHAR

A realização de um Grupo Focal foi essencial para ajudar a responder os principais questionamentos e dúvidas relatadas neste trabalho. Diante de um programa televisivo com linguagens e narrativas audiovisuais inovadoras, construído a partir de uma produção colaborativa, buscamos entender qual seria a visão do público sobre isso. A ideia é apresentar um olhar que vai além da visão crítica do pesquisador do trabalho. Será que outras pessoas, que não são pesquisadores da área de comunicação audiovisual, conseguem compreender a proposta e o conteúdo apresentado no Artivismo?

Como identificado nos 16 programas analisados no capítulo anterior, a objetividade não é o principal foco do Artivismo. Por isso, a proposta do Grupo Focal foi convidar de 8 a 10 artistas de Juiz de Fora que desenvolvessem trabalhos com cunhos sociais e políticos para estabelecer um debate sobre as linguagens e narrativas audiovisuais, além da temática do programa. O que será que essas pessoas, que estariam identificadas-incluídas no critério de envio de vídeos para colaborar com o Artivismo, acham do programa?

A ideia foi tentar constituir um grupo homogêneo quanto a esse aspecto de identificação, considerando que o interesse pela temática é um ponto em comum entre os participantes do grupo focal e o programa.

### 5.1 A METODOLOGIA

Segundo Sônia Maria Gondim (2003), houve um crescimento expressivo da utilização da metodologia do Grupo Focal em pesquisas científicas, nas últimas duas décadas. Mazza, Melo e Chiesa (2009) determinam que a essência da metodologia do Grupo Focal é a interação entre o pesquisador e os participantes criando uma discussão a partir de tópicos específicos e diretivos. Essa técnica apresenta um método de pesquisa qualitativo que forma um resultado a partir das falas dos participantes. No entanto, tais integrantes devem representar uma unidade no momento de análise das opiniões. “Se uma opinião é esboçada, mesmo não sendo compartilhada por todos, para efeito de análise e interpretação dos resultados, ela é referida como do grupo”(GONDIM, 2003, p. 151). A autora descreve que para realização do Grupo Focal a estratégias e escolhas são fundamentais, tendo interferência direta no resultado.

As decisões metodológicas dependem dos objetivos traçados. Isto irá influenciar na composição dos grupos, no número de elementos, na homogeneidade ou heterogeneidade dos participantes (cultura, idade, gênero, status social etc), no recurso

tecnológico empregado (face-a-face ou mediados por tecnologias de informação), na decisão dos locais de realização (naturais, contexto onde ocorre, ou artificiais, realizados em laboratórios), nas características que o moderador venha a assumir (diretividade ou não-diretividade) e no tipo de análise dos resultados (de processos e de conteúdo: oposições, convergências, temas centrais de argumentação intra e intergrupais, análises de discurso, lingüísticas etc). Todos estes fatores podem influenciar o processo de discussão e o produto dela decorrente. (GONDIM, Sônia Maria, 2003, p. 153)

Quanto ao número de participantes não há uma definição, como descrito acima, vai depender de uma decisão metodológica. Gondim acredita que é necessário ter entre quatro e dez participantes para realização de um Grupo Focal. Já Mazza, Melo e Chiesa (2009) dizem que é interessante manter entre seis e quinze integrantes. Ainda acreditam que, “o sucesso para garantir a presença dos participantes no grupo focal está diretamente relacionado aos recursos de convocação” (MAZZA, MELO E CHIESA, 2009, p. 185). Citando Morgan (1997), Gondim (2003) estabelece que é importante seguir regras durante a realização da metodologia de pesquisa. Para a autora, o moderador deve trabalhar com a potencialidade de cada integrante, também sabendo limitar as suas próprias intervenções, permitindo que os participantes contribuam. Só interferindo para a inserção de temática que sejam importantes e necessárias naquele momento da discussão. A autora ainda discorre que é necessário deixar explícitas as regras: “São elas: a) só uma pessoa fala de cada vez; b) evitam-se discussões paralelas para que todos participem; c) ninguém pode dominar a discussão; d) todos têm o direito de dizer o que pensam” (GONDIM, 2003, p. 154).

Durante o procedimento é comum os participantes se comportarem de maneiras específicas. A partir do que é dito por Fern (2001), Gondim (2003), discorre que quatro processos grupais causam interferência no resultado final da análise do grupo. Sendo eles, o bloqueio de produção, a influência social, o pegar carona e a influência normativa. Esses processos estão ligados aos comportamentos sociais que os seres humanos estabelecem em grupo de pessoas desconhecidas. Por isso, a escolha por um grupo homogêneo pode ser uma boa estratégia, já que a identificação entre os seres possibilitaria maior interação, mas tudo deve depender da proposta final do trabalho.

## 5.2 UM OLHAR ARTIVISTA SOB O OBJETO

A utilização do Grupo Focal como metodologia, coloca a participação humana como fonte de pesquisa. Como o processo envolveria essas pessoas foi necessário submeter o projeto ao CEP (Comitê de Ética e Pesquisa). Na elaboração desse projeto foi definido os

principais pontos de elaboração do Grupo Focal, como a definição de roteiro e a dinâmica com os participantes. O projeto foi aprovado em outubro sem nenhuma pendência.

Para escolher de 8 a 10 artistas que tenham trabalhos baseados no tripé do programa: arte independente, questões sociais e políticas, foi feita uma busca nos veículos de comunicação da cidade, a partir da agenda cultural e também uma pesquisa em grupos do Facebook. Uma das grandes dificuldades da utilização dessa metodologia é justamente conseguir pessoas específicas que tenham compatibilidade de dia e horário para efetivar a participação no grupo. Depois de fazer contato, através das Mídias Sociais, como Facebook, Instagram e Wpp, com diversos artistas, oito pessoas dentro do critério estabelecido, conseguiram participar do Grupo Focal.

Durante a realização do Grupo Focal, na Faculdade Comunicação da UFJF, os participantes ficaram sentados na cadeira em roda, do lado de fora da roda a orientadora do trabalho, Iluska Coutinho observou o Grupo Focal, enquanto o mediador e autor deste trabalho guiou a discussão em pé. Com intuito de preservar a identidade dos participantes, iremos identifica-los com números de um a oito (1 a 8). Para iniciar o grupo focal e para que todos os participantes se conheçam, pedimos que eles se apresentassem e explicassem a sua ligação com a arte ativista. Representando o número 1, a primeira participante é uma mulher. Ela diz que a arte não chegou a ser uma escolha, já que ela está envolvida com música e poesia desde criança. Desde que se sentiu parte de grupos de minoria, especialmente por ser gay, mulher e do candomblé, também se sentiu responsável em perpetuar isso em seus trabalhos artísticos como cantora. O Segundo participante (2), relata que a leitura sempre fez parte da sua vida, mas só há pouco tempo começou a se mostrar como artista. Ele faz parte do movimento de literatura periférica e participa dos slams que ocorrem na cidade. “O poema do trabalhador para o trabalhador, do preto para o preto, essa é a poesia que me motiva, a poesia militante” (NÚMERO 2). Também do mesmo movimento, o participante de número 3 sempre se interessou por música e por poesia, mas acredita que tudo era um fazer inconsciente, ele conta que aos poucos foi tomando consciência do fazer artístico e do fazer político, percebendo que arte e política são coisas inseparáveis. Ele afirma o seguinte: “Todas as minhas poesias são de cunho político e social, mesmo quando ela não fala diretamente, o que eu acho melhor ainda, quando essas questões nem ficam explícitas. A escolha política é consciente e intencional totalmente” (NÚMERO 3). Os próximos três participantes (4, 5 e 6) integram uma mesma banda de música. O 4 e 5 se apresentam como tecladista e vocalista, respectivamente, enquanto o 6 (guitarrista) fala sobre o trabalho musical. Ele diz que na banda as próprias influências

músicas contribuíram para a presença dos discursos políticos e sociais dentro da arte produzida. Acreditando que a arte é uma possibilidade de mudar ideias, eles apostam nesse caminho.

A integrante representada pelo número 7 se apresenta como atriz e dramaturga. Ela define arte e política como uma coisa só. Um dos seus objetivos enquanto artista, seria desassociar o teatro da arte elitista, já que ela acredita que essa prática se trata de uma arte transformadora e popular. Integrante de um coletivo feminista, ela tenta colocar suas ideias de uma forma sutil dentro dos trabalhos, “quando estou escrevendo um texto ou uma personagem, eu já penso na contribuição política que essa personagem possa ter”, diz a integrante número 7. Também do ramo das artes cênicas, a participante número 8 diz que busca colocar nos trabalhos em que ela integra um caráter político e social, mesmo que seja de maneira indireta, “a ideia é falar sobre temáticas que estamos vivendo e lutando atualmente. Indo além de um espetáculo de entretenimento”, diz ela.

Antes de exibir qualquer edição do programa optei em apresentar o objeto e pedir para que respondessem algumas perguntas sobre alguns conceitos ligados ao trabalho para entender o que eles já tinham de repertório sobre esses conceitos.

Primeiramente perguntei se eles assistiam conteúdos culturais na TV. Todos negaram assistir esse veículo de comunicação. Sendo assim, optaram em citar o que eles assistiam atualmente na web, ainda sim falaram de conteúdo da web que apresentam discursos críticos no que tange a política e a sociedade, mas que não tem grande relação com cultura ou arte. O número 3 disse que gosta do canal “Gregnews” por ele trazer debates importantes de uma forma acessível, concordando com ele a número 8 acrescentou o canal “nerdologia” como uma opção, da mesma forma que a número 1 falou que gosta do “Porta dos fundos”, e ainda acrescentou um frase que diz: “a TV aberta morreu né?”. Percebe-se assim, que além de não assistir televisão, mesmo sendo artistas eles não possuem referências de programas culturais ofertados nesse, que é um veículo massivo de comunicação, assim como em canais da web. Isso se instaura justamente porque, como já foi falado em capítulos anteriores, não há uma grande quantidade de programas desse tipo na TV, e quando existe algo na web, não se populariza, não chegando nem para as pessoas que trabalham com cultura.

Quando foram questionados sobre o que esperam de uma produção com linguagem audiovisual inovadora, em um primeiro momento todos ficam em silêncio, intimidados em responder à questão, mas depois surgem algumas sugestões do que esperar desse aspecto do programa. Na verdade, o número 6 ainda diz não saber o que esperar, já o indivíduo 7, espera ser surpreendida com uma quebra de padrão de estilo de produção audiovisual. O 8 segue mais pelo caminho do conteúdo do que pela forma, ao dizer que aguarda uma informação diferente.

A integrante número 1 acredita que essa linguagem inovadora estaria ligada ao roteiro, já que para ela é justamente o roteiro que conecta as pessoas à uma produção audiovisual. Seguindo a mediação, a intervenção agora questiona os participantes do grupo sobre o que seria um conteúdo construído de forma colaborativa. Dessa vez, eles ainda respondem de forma desconfiada como na questão anterior, só que com uma maior precisão. O número 2 aposta que ser colaborativo, é não centralizar as decisões na mão de um indivíduo em específico, para ele em uma produção com cunho colaborativo várias pessoas contribuem para dar uma cara ao programa. Concordando com isso, o número 7 diz imaginar que um conteúdo colaborativo traga pontos de vistas diferentes dentro de uma mesma temática, “por exemplo aqui, artes, mas áreas artísticas diferentes”, acrescenta ela. Para responder sobre a questão do colaborativo a número 1 sugere um aspecto de linguagem do programa, ao acreditar que ao destinar a produção de um programa para várias pessoas, talvez isso interfira no padrão de qualidade. Seguindo esse gancho, a participante número 8 acredita que esse tipo de produção possa ter muito potencial, desde que bem organizado.

Ainda sem assistir o programa, apenas conhecendo os conceitos, o que podemos colocar como palavras-chave do que seria o Artivismo, os participantes já começam construir uma noção do programa. Claro que existe um desconhecimento dos conceitos, o que gera certa desconfiança e até mesmo um bloqueio. Mas a característica homogênea do grupo focal, permite que eles se arrisquem nas respostas, e conseqüentemente, em certa media, ainda sem assistir o programa, conseguem traçar característica que estão na essência do Artivismo. Ainda nesse primeiro momento já é levantado, inclusive, questionamentos que motivaram a construção desse trabalho, como por exemplo quando é destacado como uma problemática, uma possível falta de padrão de qualidade.

A próxima etapa do Grupo Focal foi a exibição da primeira edição do Artivismo. É explicado para os participantes do grupo, que a edição que será exibida foi o programa de estreia. Também foi informado que além de ser exibido na TVT e na Rede Minas, os programas são majoritariamente, disponibilizado no canal da TVT no *youtube*.

Após a exibição do programa, foi perguntado aos participantes o que teriam achado do Artivismo. De maneira geral todos demonstraram empolgação com as temáticas tratadas, mas debruçaram algumas crítica e incômodos relacionados, principalmente, a parte da linguagem audiovisual proposta.

A número 7 diz ter gostado do programa e da forma em que as temáticas são debatidas, mas acredita que se estivesse zapeando nos canais televisivo e se deparasse com esse

programa, certamente não pararia para assistir, já que em sua opinião, a falta de contextualização e informação que é inerente ao Artivismo, impediria sua conexão com o programa. Para ela a preocupação com a forma poética em que as coisas são ditas é muito maior do que a comunicabilidade com o público, acrescenta que “quando ele fala que a educação não é dividir o cérebro cartesianamente, talvez ele não seja tão direto no que ele se propõe” (NÚMERO 7). A partir desses comentários, ela reforça que não acredita que o programa tem um público alvo de grande extensão. O número 6 prontamente concorda com a opinião expressada. Também diz sentir falta de algo para chamar o público para assistir cada vídeo. Quando questionado se algo específico o incômodo, ele diz que não. Porém, a fala anterior já supõe um desconforto com a falta de contextualização e didática do programa, o que se difere dos telejornais e de outros programas, que possuem a cabeça da matéria justamente para anunciar para o telespectador o próximo VT.

Seguindo a prática de comportamento grupal, o participante de número 5, também concorda com as duas opiniões expressadas anteriormente, porém ele criou maior relação e apego com a proposta contra-hegemônica do programa, destacando que a ideia de abrir um espaço para artista que não estão na grande mídia seria sensacional, para ele esse é o ponto principal do vídeo. Durante a mediação, é destacado uma parte específica do programa, momento em que câmera para de filmar o entrevistado para filmar um acontecimento que ocorreu ao lado do local da entrevista. O trecho está descrito na primeira etapa analítica deste trabalho da seguinte maneira: “quando o entrevistado fala de solidariedade, no mesmo momento em que acontece algo na rua próxima ao cenário da gravação, uma pessoa ajuda um(a) motorista a empurrar o carro que teria caído para fora do meio fio”. Após essa breve intervenção, um participante se sente motivando a entrar na discussão.

O número 3 discorda de algumas críticas feitas anteriormente pelos outros participantes. Para ele a explícita intenção provocativa do programa, é o que o faria parar para assistir. A própria quebra de padrão de formato já seria um ato provocativo e instigante para esse participante. “A parte que você acabou de mencionar, nossa eu acho que foi providencial, parece até que foi proposital, porque ele estava falando justamente sobre o humano que quer ajudar o outro em dificuldade” (NÚMERO 3). Ainda acrescenta que achou poético esse momento. A percepção exposta pelo participante estabelece forte relação com sua própria arte. Porém, ele concorda com os outros participantes, já que acredita que realmente o público “médio” pode não gostar do programa, já que segundo ele existe uma tradição televisiva que doutrina os telespectadores para uma visão de mundo e de modo de fazer televisão específico. Para ele as pessoas não estão acostumadas com o que está “fora do lugar”. Sendo também educador ele

acredita no poder da utilização dessa provocação. Para finalizar ele diz que assistiria o programa, até porque já conhecia a programação da TVT. Isso mostra que a emissora já traz um discurso que agrada o participante, logo a disposição e o interesse pelo programa se torna maior, diferente dos outros participantes que demonstraram não conhecer a grade e programação da TVT, assim como da Rede Minas.

A participante de número 7 pede a palavra para comentar sobre a questão da linguagem artística. Nesse momento, ela leva a discussão para um debate que para ela também é pertinente para os trabalhos artísticos. O grupo focal com participantes homogêneos permite que se estabeleça uma abertura maior de assuntos, e é isso que ocorre nesse momento, o que em certa medida acaba mostrando a relação entre o audiovisual e o trabalho artístico. Para ela, a questão da linguagem é complexa no sentido de levar em consideração o receptor da proposta. Ela acredita que na arte, quando se escolhe uma linguagem artística e até o que dizer ao público, muitas vezes o destinatário é alguém que já se identifica tanto com a mensagem quanto com a linguagem. Trazendo essa reflexão para o caso da relação entre o público e o Artivismo. Por ser produzido por um coletivo independente e exibido em televisões públicas ou educativas, possivelmente o público de massa nem terá acesso aos programas, ainda que fosse importante que tivessem outras experiências televisivas, diferente daquelas que a TV comercial propõe. Ela finaliza o comentário, dizendo que também é professora, e acredita que o Artivmo seria uma ótima opção para exibir para os seus alunos, desde que tudo fosse explicado antes, caso contrário não prenderia a atenção das crianças.

Pensando na questão do público ainda, a participante número 1 direciona o seu questionamento para isso, ela diz que se existe um objetivo de massa será difícil alcançar sucesso. Mas se a ideia é alcançar um tipo específico de público, ela achou o programa maravilhoso. Primeiro destacou a fotografia e depois elogiou as temáticas dos dois clipes que fazem parte do programa, para ela o primeiro é impactante quando trata sobre violência e o segundo é surpreendente por falar do trânsito e provocar reflexões sobre questões rotineiras.

A participante 8 diz que a partir dessa edição do programa, gostou da proposta e da estética, no entanto ficou confusa em alguns momentos. Já que não entendeu se os clipes exibidos tinham relação com os entrevistados do coletivo Maças Podres. Ela afirma que se estivesse vendo ela iria querer saber mais daqueles personagens que surgem dando entrevista. Segundo ela, não precisa ser uma narrativa construída, mas para a participante a falta de informação é um fator prejudicial.

Após ouvir outras opiniões, o participante que demonstrou mais empolgação com o resultado do programa, reflete que talvez tenha faltado didática, ou até mesmo a presença de

um âncora. A próxima intervenção se estabelece justamente para questionar se eles sentiram falta de um apresentador. Para responder à questão todos parecem concordar que não teria necessidade de uma pessoa, mas que seria necessário sim algum tipo de comunicação entre os tópicos, entre um vídeo e outro.

Seguindo a discussão, os participantes 3 e 6 percebem que a temática urbana foi o elo entre os vídeos do programa. Concordando com isso, o integrante número 2 diz que é importantíssimo trazer essa discussão do espaço urbano, “você colocar uma galera andando de roller, tocando um violão em uma rua que geralmente está parada porque tem que viver em função da indústria do carro mano, para mim já tem uma reivindicação, a rua é sua você tem que ocupar”, diz o participante. Para ele a mídia de maneira geral trabalha o espaço urbano de forma pasteurizado, em função do shopping. Ele destaca a necessidade de ter uma mídia que fala sobre esses tópicos, esquecidos pelo *mass media*. Porém, também acredita que o programa vai agradar majoritariamente ao público artístico do que pessoas de outros meios.

Quando perguntado quantos vídeos diferentes eles haviam identificado no programa, nenhum dos participantes demonstrou precisão na resposta, ficaram entre 3, 4 ou 5 vídeos. O que mostra que realmente não há clareza quanto a divisão dos vídeos e temáticas, até pela falta de enunciação. Já sobre o padrão, ou a falta desse padrão estético ninguém se mostrou incomodado.

Para os participantes terem uma segunda percepção sobre o programa e ampliar o debate, optamos em exibir um segundo vídeo. Desta vez, o vídeo não estava entre os dias analisados no capítulo 4 do trabalho. No entanto já foi objeto de análise em trabalhos anteriores. A escolha da edição do dia 08/02/18 foi justamente por apresentar algumas características diferentes da edição de estreia (05/02/18), mesmo sendo exibido na mesma semana. Ou seja, mostra que não foi uma mudança que se deu com o tempo. Segue a análise do programa exibido no dia 08/02/18, produzida em um trabalho anterior.

No primeiro vídeo desse programa é exibida uma entrevista com uma banda independente do cenário do Punk, a banda Avante. Nessa entrevista, pela primeira vez, aparece uma referência dos conteúdos produzidos pela mídia tradicional. Os integrantes aparecem em pé com um microfone direcional na mão, por hora o plano é aberto pegando todos, e às vezes ocorre um zoom in no integrante que está falando no microfone. Uma segunda câmera pega os integrantes de perfil. A entrevista é coberta com imagens de ensaios da banda. No segundo vídeo aparece uma tela preta, como a seguinte frase escrita: “Pretinhos, baianinhos, paraibinhos, índios e caboclos estão nesse exato momento, sofrendo alguma espécie de maltrato, pelo simples fato de não pertencerem a minoria branca” (DOS SANTOS, José Rufino, O que é racismo?). Para quem está acompanhando o programa é possível entender que esse é o segundo episódio da mesma série de vídeos ou do mesmo quadro exibido anteriormente, “Eu pareço suspeito?”. Já o terceiro vídeo traz uma animação crítica, que sugere fazer um paralelo com a ideia dos perfis padrões aceitos pela sociedade. Inicialmente existe um boneco tentando criar um outro boneco que representa um personagem masculino,

mas o próprio personagem que está sendo criado subverte isso. Ele desmonta o que criaram dele e se monta da maneira que quer, colocando em si os símbolos dos gêneros masculino e feminino ao mesmo tempo. No vídeo 4 tem uma entrevista com a banda Treme Terra, falando sobre o projeto Afrobases. O vídeo 5 repete o mesmo vídeo da série “Eu pareço suspeito?”, que foi exibido no programa 3. (FARIA, Victor; COUTINHO, Iluska, 2018, p. 13)

Após a exibição do segundo programa, dois participantes do grupo focal (6 e 8) expressaram rapidamente que acharam essa segunda edição mais explicativa. Refletindo sobre essa primeira percepção, o participante 6 acredita que por ser a segunda edição assistida acabou sendo um facilitador, assim o programa ficou mais entendível. Percebe-se que eles não sabem dizer se a edição em si tenha sido mais explicativa ou se eles estavam mais acostumados com a linguagem do programa nesse segundo momento.

Lembrando de uma das intervenções feita anteriormente, a participante logo diz que identificou seis vídeos, sendo mais assertiva desta vez. Essa edição do programa realmente se mostra mais clara, mas o que muda são os vídeos enviados e as características intrínsecas a cada um deles, pois a linguagem audiovisual desenvolvida para editar e roteirizar o programa se mantém. No entanto, com relação ao número de produções, dois participantes (3 e 7) não souberam identificar se alguns vídeos inseridos para cobrir uma entrevista teriam sido parte da edição feita pelos produtores do vídeo ou do programa.

A partir da linguagem e da narrativa audiovisual eles conseguem identificar que dois vídeos (Eu pareço suspeito?) exibidos possuem características parecidas, sendo assim dos mesmos produtores.

Ainda sobre a segunda edição exibida durante o grupo focal, os participantes consideram que esse segundo programa assumiu uma temática mais estreita. Também lembram que a animação é um dos pontos mais interessantes do programa, por trazer uma crítica social de maneira irreverente e criativa. Para os participantes 3, 5 e 6, o programa tem alguns aspectos que os fazem lembrar da MTV de 1995, inclusive o primeiro vídeo da segunda edição do Artivismo exibida (08/02), apresenta características mais próximas de conteúdos da TV aberta tradicional. Para exemplificar esse apontamento, os participantes falam da inserção do próprio GC, da apresentação dos personagens antes da entrevista, assumindo maior formalidade e, em certa medida, tendo menor caráter experimental/conceitual. Para os participantes 6 e 8, ao compara as entrevistas do Maças Podres (Artivismo 05/02) e a entrevista com a banda de punk rock (08/02), a segunda é muito mais clara. Eles enumeram que a entrevista com o coletivo Maças Podres te oferece uma informação para você ir digerindo e criando um raciocínio sobre o que dito, no entanto eles consideram que isso prejudica o entendimento final.

Quando questionados se há uma enunciação similar entre as edições e o que os permitiriam perceber essas edições como parte de um mesmo programa, é destacado que em ambas as edições há muitos movimentos de câmera, um mesmo formato de tela, o cunho político e a presença de clipes musicais. Para eles, essas são as características que estabelecem um padrão entre os dois programas assistidos.

Eles afirmam que teriam interesse em mandar arquivos para colaborarem com o programa. Isso mostra que gostariam de se associar a marca do Artivimos, sendo assim existe uma visão positiva sobre o programa de maneira geral.

Indo além, em síntese, eles acreditam no programa como uma possibilidade interessante. Segundo os participantes 2 e 3, a construção de narrativas e linguagens audiovisuais subjetivas abre caminho para novos direcionamentos. Para o número 3, o programa força o telespectador que o assiste, a olhar para um novo horizonte. Assim pode ocorrer estranhamento em um primeiro momento, mas ainda que não gere uma reflexão imediata, o espectador pode assimilar todas as informações de maneira inconsciente. Antes de finalizar, a participante de número 8, reforça que ainda que não seja uma tendência, esse modo de fazer televisão é um movimento promissor que possui um público em potencial.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os veículos de comunicação que apresentam ideias contra hegemônicas encontraram, majoritariamente, o seu lugar de fala no ambiente digital, não se fazendo presente com muita frequência na televisão, nem mesmo em espaços públicos de comunicação. Representando esse lugar ausente o “Artivismo” traz conceitos e se apresenta com uma proposta que se diverge em muitos aspectos da televisão hegemônica, por isso é essencial entender os resultados desse trabalho com intuito de buscar melhorias para essa e outras produções com intuídos similares, no que tange tanto as temáticas tratadas, quanto as escolhas de narrativas e linguagens audiovisuais.

Dividido em duas etapas de análise, esse trabalho mostra dois olhares para o programa “Artivismo”, uma produção do Movimento Cria, exibido na TVT e na Rede Minas, além ser disponibilizado no canal da TVT no *youtube*. A proposta inovadora do programa já pode ser percebida logo nas vinhetas exibidas nas 16 edições analisadas. Uma das vinhetas traz uma voz em *off* questionando se está tudo prepara para começar o programa “Tá ótimo! Tá baixo? O retorno também tá bom na minha voz? Tá gravando já?”. Outra vinheta apresenta imagens de ruas da comunidade, e uma outra traz imagens com críticas políticas e sociais intrínsecas.

Ao analisar as narrativas e linguagens audiovisuais das 16 edições do programa é importante reconhecer que existem duas propostas a serem analisadas, a primeira é do Artivismo, como um programa construído de maneira colaborativa, e a segunda percepção são as linguagens e narrativas presentes em cada vídeo, já que possuem produções distintas.

Assim, foi identificado que o Artivismo tem diversas características, que em certa medida respeitam a promessa de se constituir como programa inovador. Os vídeos enviados pelos colaboradores são exibidos majoritariamente sem nenhuma interferência, não há uma introdução para dividir os assuntos, o que algumas vezes torna o conteúdo confuso, já que o telespectador está acostumado com o modelo tradicional presente nos telejornais e programas das principais emissoras, em que uma chamada (ou cabeça) é inserida no roteiro antes da exibição de um vídeo. No entanto, no decorrer do programa é possível identificar a sua característica narrativa, assimilando assim as informações transmitidas. No Artivismo, o telespectador recebe as informações aos poucos podendo construir um pensamento mais crítico sobre as temáticas debatidas, o conteúdo não chega ao telespectador/ usuário de forma clara e objetiva, muito pelo contrário, a subjetividade é um dos pontos principais do programa.

Com relação as temáticas o programa cumpre totalmente com o tripé proposto, que inclui arte, política e sociedade. Os números mostram que a arte aparece não só como ação, mas também como tema em todas as edições do programa que foram analisadas. Espaço Urbano é o segundo tema que mais aparece totalizando 11 edições, seguido de gênero (10) e política (10), que assim como desigualdade social (9), racismo (8) e educação (8) são exibidos no programa através de diversos formatos e com diferentes perspectivas. É possível perceber a presença desses temas em entrevistas, depoimentos, videocliques, nas poesias sociais dos slams e até na ideia em que o próprio produtor do conteúdo é o personagem, como por exemplo, no vídeo em que uma mulher explica a diferença entre os termos femismo, feminismo e machismo, no que parece ser um vídeo próprio do *youtube*.

Percebe-se que violência é um tema que aparece com menos frequência, sendo uma temática tratada em apenas em 5, dos 16 produtos analisados. Isso pode ser reflexo da própria intenção do programa, já que a violência é um assunto muito tratado nos telejornais tradicionais. Quando aparece no Artivismo ela costuma está vinculada a questão do racismo, ou da desigualdade social, algumas vezes também como consequência desses dois assuntos. Esse é o caminho para tratar de violência sendo artista, e não se igualando as propostas, majoritariamente, sensacionalista em que o tema é abordado em programas e telejornais das emissoras comerciais.

Com a menor frequência aparece a temática econômica. As quatro aparições do tema são em produções do “Imagina na Copa”, que busca apresentar projetos sociais que possuem como característica, intenções também econômicas.

Levando em consideração os produtores de conteúdo, em muitos vídeos não é possível identificar quem seria o produtor/colaborador que teria enviado o conteúdo. Algumas vezes, fica subentendido que quando não há crédito a produção seria do próprio Movimento Cria, até pelas características similares desses vídeos, com a utilização frequente *zoom in* e *zoom out* e o GC azul na parte inferior da tela, mas não há uma clareza sobre quem são os produtores desses vídeos. Isso nos remete a discussão sobre autoria feita no capítulo 3, sobre o desconhecimento de quem é esse produtor de conteúdo.

Nota-se que muitos dos vídeos são produções feitas para canais específicos no *youtube*, para que depois sejam enviados para o programa, o que materializa um processo de convergência midiática. Ainda se percebe que nos programas analisados há muita repetição de produtores de conteúdo. Além do “Imagina na Copa” já citado, “O Imagina você”, o “Cenas da Cidade, e os canais “ReVissão” e “Vidão” são colaborações que aparecem diversas vezes no programa, sendo assim às vezes fica parecendo que são quadros com exibição programadas no

“Artivismo”. Isso pode gerar alguns questionamentos como: são sempre os mesmos produtores? Será que outras pessoas também podem ganhar voz no programa? Há uma seleção direcionada? No entanto, existem muitas variáveis em torno disso. Como foram selecionados os programas que apresentavam maiores visualizações, esses podem ser os produtores de conteúdo que mais compartilham os programas nas Rede Sociais, gerando assim maior engajamento; hipótese que eventualmente pode ser objeto de pesquisas futuras. Mas, de qualquer forma, foi possível perceber essa repetição frequente, o que não era esperado.

Apesar da repetição de produtores de conteúdo, nos 53 vídeos analisados percebe-se linguagens distintas. No entanto, analisando os vídeos isoladamente podemos direcionar o termo inovador para maioria dos produtos, embora esse nível de inovação seja variável. A inovação está presente na narrativa esporadicamente confusa dos vídeos do Canal Vidão, assim como na criatividade narrativa e audiovisual, presente de forma descontraída nas produções do canal ReVisão. Em suma, a complexidade do Artivismo também está exposta nesse aspecto. Além das linguagens e narrativas audiovisuais alinhavadas pelos próprios produtores do programa, é preciso assimilar que cada vídeo também apresenta linguagens e narrativas distintas. Isso certamente influencia no padrão de qualidade do programa, mas atingir esse padrão não seria uma das propostas do Artivismo, inclusive é perceptível que há uma crítica da necessidade de se atingir esse lugar da perfeição, dito como padrão. No entanto, a soma de tantos quesitos é o que pode configurar falta de comunicabilidade do Artivismo com o público.

Para alcançar esse outro olhar sob o programa foi necessária a realização de um Grupo focal. Os oito artistas que aceitaram participar do Grupo se consideram ativistas por meio da arte, portanto são “ativistas”. O grupo foi marcado por uma conversa leve e tranquila. Dos oito integrantes, seis participaram ativamente do grupo, um apenas quando solicitados, e o indivíduo identificado pelo número 4 preferiu não se manifestar. Apesar disso, todos pareciam confortáveis no ambiente, livres para fazer qualquer intervenção durante os debates e questões levantadas.

Ainda que todos pertençam de certa maneira a um mesmo grupo - artistas independentes de Juiz de Fora que produzem arte também com intuítos sociais e políticos - cada um possui repertórios e vivências pessoais que influenciam em suas opiniões e nas formas de emití-las. Da mesma maneira, o segmento diferente de arte também direciona o olhar para pontos específicos. Os dois participantes que integram o slam, movimento de poesia social, destacam muito aos produtos audiovisuais com a temática “urbana”. As duas meninas do teatro se preocupam mais com o que aparece na imagem, sempre atentas a todos os detalhes, se a câmera move muito ou se aparece uma explicação no GC. Já os outros participantes, que

possuem trabalhos musicais, se envolvem e discorrem mais espontaneamente sobre os videoclipes inseridos durante o programa.

Na primeira etapa, antes da exibição do Artivismo, já na primeira a pergunta é possível perceber falta de referências de programas culturais pelos participantes, o que gera até um certo impacto. Eles não conseguem citar nenhum programa de conteúdo cultural como referência na televisão ou internet. A falta de produções audiovisuais especializadas em cultura é reforçada com esse resultado. Pessoas que se interessam e produzem arte não possuem referências desse tipo de programação.

Após assistir o programa, os elogios se direcionam principalmente para as temáticas debatidas, ponto que já era esperado, se considerado as características dos participantes. Apesar de algumas divergências, o grupo direcionou algumas críticas para as narrativas e linguagens audiovisuais desenvolvidas no programa. Foi considerado que a quantidade de informação sem anúncio prévio prejudica não só no entendimento do que está sendo transmitido, mas também provoca o desinteresse pelo programa. O principal ponto de crítica é justamente a falta de informação entre os vídeos. Para solucionar o que para eles seriam um problema para conquistar a audiência, eles sugerem a inserção de linguagens a partir de referências de coisas que já estão na televisão. Inclusive, é mencionado a possibilidade da inserção de um âncora/apresentador. Então, em certa medida é possível dizer, que mesmo esse público que em primeira instância se mostra desapegado dos padrões, tentam arrumar formas de colocar características da televisão tradicional dentro da produção do Artivismo. Os participantes acreditam que essas inserções seriam necessárias para atrair a grande massa telespectadora, no entanto ao elencar esses aspectos, mesmo que justificando que seria esse um meio de alcançar um outro tipo de telespectador, percebe-se que há um incômodo inicial com a forma como o programa se apresenta. Ainda assim, eles dizem gostar da estética e proposta desenvolvida.

Após assistirem uma segunda edição do Artivismo fica claro que essa segunda experiência é recebida com menos estranheza pelos participantes. O programa segue o mesmo conceito estético e mesma proposta narrativa. Ainda que considerem o enquadramento mais tradicional e a inserção do GC como justificativa para tornar essa edição mais entendível e objetiva. Podemos concluir que o que tornou a segunda experiência “telespectador X Artivismo” mais esclarecedora e agradável foi justamente a existência de uma experiência anterior. Assim fica entendido que há uma necessidade de se acostumar com o diferente, que em um primeiro momento vai causar estranheza, mas logo se torna uma outra possibilidade. Por isso, é necessário investir sim em produções diferenciadas para que se alcance conteúdos audiovisuais mais representativos e diversificados.

A partir da pesquisa bibliográfica, da análise da materialidade e do grupo focal acredita-se que o “Artivismo” é um programa que cumpre todos os aspectos propostos, sendo uma produção que se encaixa nos quesitos de uma comunicação pública de qualidade. Ao se colocar como inovador e colaborativo, ele se torna uma possibilidade inicialmente estranha a parte majoritária dos telespectadores, entretanto apresenta uma nova forma de construir pensamentos e fortalecer perspectivas por meio do audiovisual. Se tornando um novo horizonte de informação para àqueles se rendem ao aspecto provocativo do programa.



## REFERÊNCIAS

- BARRETO, IVANA. **As Realidades do Jornalismo Cultural no Brasil**. Revista Contemporânea., n.7: 65-73, 2016.2.
- BARROS FILHO, Eduardo Amando. **Por uma televisão Cultural-educativa e Pública: A TV Cultura de São Paulo, 1960-1974**. São Paulo: Cultura Acadêmica (UNESP), 2011.
- BARRO, Bruno; OLIVEIRA, Rafael. **A democratização da mídia e o direito à informação: o papel do estado brasileiro na regulamentação das comunicações**. VIII Mostra Acadêmica da FAMES, 2015. Disponível em: <http://fames.edu.br/mostra-academica/anais/viii-mostra-academica-da-fames/artigos/bruno-mc-barros-rafael-s-oliveira.pdf>. Acesso em: 19 de Out. de 2018.
- BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença: contribuição para uma economia de bens simbólicos**. São Paulo: Zouk, 2004.
- BORGES, Gabriela. A diversidade na RTP2: um estudo sobre os programas Biosfera e Sociedade Civil. IN: COUTINHO, Iluka (org.). **A informação na TV Pública**. Florianópolis: Insular, 2013, p.289 -312.
- BUCCI, Eugênio; FIORINI, Ana Maria; CHIARETTI, Marco. **Indicadores de Qualidade nas Emissoras Públicas - Uma Avaliação Contemporânea**. Série Debates CI. Brasília: Unesco v. 10, 2012.
- CANNITO, Newton. **A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio**. São Paulo: Summus, 2010.
- CARVALIS, Ana Paula. **Cultura e Televisão: Uma relação possível**. 2011. 177 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Faculdade de Comunicação – Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011.
- CAÚ, Maria; BRASIL, Samantha. In: SOCINE, 21, 2017, João Pessoa. **A resistência das mulheres na crítica cinematográfica: a experiência das Elviras**. São Paulo, SOCINE, 2018, p. 5225 – 533.
- CHAIA, Miguel. **Artivismo: Política e Arte Hoje**. São Paulo: Aurora, 2007.
- COUTINHO, Iluska. **A Matriz de Avaliação e índice de qualidade como suportes para aferição da qualidade do telejornalismo nas emissoras públicas**. Goiânia: Compós, 2016.
- COUTINHO, Iluska. Sobre o (Tele)Jornalismo Público: conceitos e métodos de análise. IN: COUTINHO, Iluka (org.). **A informação na TV Pública**. Florianópolis: Insular, 2013, p.21-39.
- COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do telejornalismo brasileiro: a estrutura narrativa das notícias em TV**. Tese de doutorado em Comunicação Social. Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 2003.

COUTINHO, Iluska. **O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade:** A análise da materialidade audiovisual como método possível. In: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – São Paulo - SP – 05 a 09/09/2016

DANTAS, Rodrigo. Ideologia, hegemonia e contra-hegemonia. In: COUTINHO, Eduardo Granja (Org.). **Comunicação e contra-hegemonia:** processos culturais e comunicacionais de contestação, pressão e resistência.. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008, pp. 91-118.

FARIA, Victor; COUTINHO, Iluska. **Um programa conceito:** Artivismo. In: INTERCOM. XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Belo Horizonte: 2018.

FARIA, Victor; COUTINHO, Iluska, **Entre a TV e o youtube:** O pluralismo e a diversidade no Jornal Minas. In: INTERCOM. 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Joinville: 2018.

FARO, José. Nem tudo que é reluz é ouro: contribuição para uma reflexão teórica sobre o jornalismo cultural. **Comunicação e Sociedade.** Braga: CECS, 2006, v.28, n.46, p. 143-163.

FARO, José. Dimensão e prática do jornalismo cultural. **Revista Fronteira – Estudos Midiáticos.** São Leopoldo: Unisinos, jan/abr 2009, v.11, n.1, p. 54 - 62.

GOLIN, Cida. Jornalismo Cultural: Reflexão e prática. In: AZZOLINO, Adriana Pessatte (org.). **7 propostas para o Jornalismo Cultural:** Reflexões e experiências. São Paulo: Miró editorial, 2009.

GONDIM, Sônia. **Grupos Focais como técnica de investigação qualitativa:** Desafios metodológicos. Paidéia, 2003, v.12, n.24, p. 149-161.

GUIMARÃES, Lara. Pitching: a produção independente da TV Brasil. IN: COUTINHO, Iluka (org.). **A informação na TV Pública.** Florianópolis: Insular, 2013, p.261-272.

INTERCOM, XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, São Paulo. **Jornalismo Cultural:** uma análise sobre o campo. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/99945753851980735137884571481134101142.pdf>. Acesso em: 29 de Set. de 2018.

INTERCOM, XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007, Santos. **Televisão:** entre gêneros, formatos e tons. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0399-1.pdf>. Acesso em: 15 de Jul. de 2017.

INTERCOM, XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. **Sentidos para a cultura na televisão:** uma análise a partir do programa “Re[cor]te Cultural”. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2462-1.pdf>. Acesso em: 01 de Out. de 2018.

INTERCOM, XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011, Recife. **Jornalismo Cultural na Televisão:** O caso do Programa Metrôpoles da TV Cultura.

Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2321-1.pdf>. Acesso em: 30 de Set. de 2018.

INTERVOZES. Direito à comunicação. In: Observatório do direito à comunicação. Disponível em: [http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?page\\_id=28545](http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?page_id=28545). Acesso em: 07 de Mai. de 2018

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JOST, F. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina. 2010.

LOPES, Débora; FREIRE, Marcelo. **O jornalismo cultural além da crítica: um estudo das reportagens na revista Raiz**. 2004. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopez-debora-freire-marcelo-jornalismo-cultural.pdf>. Acesso: 30 de Set. de 2018.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas e pós-cinemas**. Papyrus Editora, 1997. p. 173-198/213-250

MANUAL DE JORNALISMO DA EBC. Disponível em: [http://www.ebc.com.br/institucional/sites/institucional/files/manual\\_de\\_jornalismo\\_ebc.pdf](http://www.ebc.com.br/institucional/sites/institucional/files/manual_de_jornalismo_ebc.pdf). Acesso em: 05 de Mai. de 2018.

MATTA, Jhonatan Alves Pereira. **Um Telejornal para chamar de seu: Identidade, representação e inserção popular no telejornalismo local**. Juiz de Fora: Insular, 2013.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão: a vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 1988.

MAZZA, Verônica; MELO, Norma; CHIESA, Anna Maria. **O Grupo Focal como técnica de coleta de dados na pesquisa qualitativa: Relato de experiência**. IN: Cogitare Enferm: 14(1), Jan/Mar 2009; p. 183-188

MEIRELLES, Allana. **Telejornalismo público: uma avaliação dos compromissos da TV Brasil e da TV Cultura**. 2013, 105 f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2013.

MEIRELLES, Allana. Jornal da Cultura, herdeiro do a hora da notícia? IN: COUTINHO, Iluka (org.). **A informação na TV Pública**. Florianópolis: Insular, 2013, p. 105-117.

MORAES, Dênis. Comunicação, Hegemonia e Contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci. **Revista Debates**. Porto Alegre, v.4, n.1, p. 54-77, jan.-jun. 2010.

MORIN, Edgar. **A Cultura de Massa no Século XX: O Espírito do Tempo 2 – Necrose**. 3 ed., Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.

PAIVA, Raquel. **Contra-Mídia-Hegemônica**. In: COUTINHO, Eduardo Granja (Org.). **Comunicação e contra-hegemonia: processos culturais e comunicacionais de contestação, pressão e resistência**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008, p. 163-174.

PERUZZO, Cecilia. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. **Lumina**. Juiz de Fora: UFJF, v.1, n.1, jun. 2007.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. 2. Ed. São Paulo: Contexto, 2004.

RABOY, M. Mídia e Democratização na sociedade da Informação. In: MARQUES DE MELO, J. SATHLER, L. **Direito à comunicação na Sociedade da Informação**. São Bernardo do Campo, SP: Unesp, 2005.

RAMOS, Murilo César. Comunicação, direitos sociais e políticas públicas. In: MARQUES DE MELO, J. SATHLER, L. **Direito à comunicação na Sociedade da Informação**. São Bernardo do Campo, SP: Unesp, 2005.

RINCÓN, Omar. **Televisão Pública: do Consumidor ao Cidadão**. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung. 2002.

RIVERA, Jorge B. **El periodismo cultural**. Buenos Aires: Paidós, 2003.

SILVA, Edna; MENEZES, Gizeli. Os desafios da Televisão Pública em tempos de convergência. Análise do programa Estúdio Móvel da TV Brasil. IN: COUTINHO, Iluka (org.). **A informação na TV Pública**. Florianópolis: Insular, 2013, p. 273-288.

SOARES, Rosana; SILVA, Gislene. Lugares da crítica na cultura midiática. **Comun. Mídia Consumo**. São Paulo, v. 13, n. 37, maio/ago. 2016, p. 9-28

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e Formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

SODRÉ, MUNIZ. O Jogo Contra-hegemônico do Diverso. In: COUTINHO, Eduardo Granja (Org.). **Comunicação e contra-hegemonia: processos culturais e comunicacionais de contestação, pressão e resistência**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008, p. 27 – 37.

TEMER, Ana Carolina, NUNES, Mônica. Conteúdos culturais do telejornalismo e a presença das mulheres jornalistas. **Rumores**, n.16, v.8, Jul-Dez, 2014.

VILLA, María J. Uma aproximación teórica al periodismo cultural. **Revista Latina de Comunicación Social**. Nov 2000, n.35 La Laguna (Tenerife). Disponível em [www.ull.es/publicaciones/latina/argentina2000/09villa.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/argentina2000/09villa.htm). Acesso em 01 nov 2005.

VILAS BOAS, Alexandre. **ARTIVISMO: Arte + Política + Ativismo - Sistemas Híbridos em Ação**. São Paulo: Unesp, 2015, p.37-79. 2015, 312 f. Dissertação (Mestrado em Arte), Instituto de Artes, Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2015.

## APÊNDICES

APÊNDICE A – TABELA DE MAPEAMENTO COM A PROGRAMAÇÃO DA TV BRASIL EM MAIO DE 2018.

Acesso em:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1qxRS6xu69uFOCygfouCIBhX37qzKerLGK63jE26NyCc/edit?usp=sharing>



APÊNDICE B – TABELA DE MAPEAMENTO COM A PROGRAMAÇÃO DA REDE  
MINAS.

Acesso em:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1wkqskULhZGamkbJOMnDvkLR75ao6A0FryJqiViAw2EI/edit?usp=sharing>



APÊNDICE C – TABELA COM OS CONTEÚDOS QUANTITATIVOS DA ANÁLISE DA MATERIALIDADE AUDIOVISUAL DAS 16 EDIÇÕES DO ARTIVISMO INVESTIGADAS.

ANÁLISE QUANTITATIVA DO CONTEÚDO DO PROGRAMA ARTIVISMO																				
PROGRAMA/DATA	TEMPO	NÚMERO DE VIEWS	LIKES	DESLIKES	COMENTÁRIOS	NÚMERO DE VÍDEOS	ENTREVISTA/D EPOIMENTO	VÍDEO MUSICAL/ POESIA	ANIMAÇÃO	CÂMERA/PERSO NAGEM	RACISMO	GÊNERO	VIOLÊNCIA	ARTE	CLASSE SOCIAL (desigualde)	ECONOMIA	POLÍTICA	EDUCAÇÃO	ESPAÇO URBANO	
05/02/2018	14:50	1.080	68	0	2	3	1	2			x	x	x	x	x					x
09/02/2018	13:49	708	55	1	0	6	5	1			x	x		x	x			x	x	x
06/03/2018	14:27	494	50	2	0	6	2	4			x		x	x	x			x	x	x
13/03/2018	14:20	365	43	0	0	3	1	1		1				x	x			x		x
09/04/2018	14:36	1.720	183	9	3	1	1							x				x		
11/04/2018	13:26	953	86	4	0	3	2				x	x		x					x	
08/05/2018	14:55	581	79	5	0	4	3	1						x	x				x	x
31/05/2018	13:42	913	87	3	1	3	2			1				x	x	x				x
05/06/2018	13:09	529	47	1	0	4	2	2			x	x	x	x		x				
11/06/2018	14:34	625	64	4	0	4	2	1		1				x		x	x	x	x	x
23/07/2018	12:58	397	68	2	0	3	2		1		x	x		x	x	x	x	x	x	x
24/07/2018	14:28	390	34	3	0	3	1	1		1				x				x	x	x
15/08/2018	15:11	755	74	1	2	3	2	1		1	x	x	x	x	x			x	x	x
22/08/2018	15:04	620	77	3	0	2	1			1				x				x		
10/09/2018	13:03	639	53	2	1	3		1		2	x		x	x	x			x		x
11/09/2018	12:58	648	55	1	1	2		1		1				x				x		

Acesso em:

[https://drive.google.com/file/d/1gP7kMaQo\\_Mppz1wQonUOANnX1BWz6Pcb/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1gP7kMaQo_Mppz1wQonUOANnX1BWz6Pcb/view?usp=sharing)



APÊNDICE D: TRANSCRIÇÃO E ANOTAÇÕES DO GRUPO FOCAL COM OS 8 ARTISTAS ATIVISTAS.

TRANSCRIÇÃO GRUPO FOCAL – 14/11/18

LOCAL: FACULDADE DE COMUNICAÇÃO/UFJF

Os participantes foram enumerados com números de 1 a 8.

- 1) Arte não chegou a ser uma escolha, envolvida com música e poesia desde criança. Se sentiu parte de grupos de minoria (gay e mulher, candomblé), se sentiu responsável em perpetuar isso na arte.
- 2) A leitura fez parte da sua vida desde criança, há pouco tempo começou a se mostrar como artista. Faz parte do movimento de literatura periférica. “O poema do trabalhado para o trabalhado, do preto para o preto”. Essa é a poesia que me motiva a poesia militante. A poesia transmite entre poema de amor e o poema de revolta.
- 3) Sempre se interessou por música e por poesia. Escrita inconsciente até os 12 anos. Escrita inconsciente do fazer poético. Aos poucos tomou consciência do fazer artístico e do fazer político, e foi percebendo que arte e política são coisas inseparáveis, inclusive quando eu vou falar de amor, quando eu vou falar das relações humanas, eu não consigo na minha mente desvincular inteiramente a minha relação humana com a política. “Viver para mim é um ato político, minha poesia foi caminhando naturalmente para dentro disso. Todas as minhas poesias são de cunho político e social, mesmo quando ela não fala diretamente, o que eu acho melhor ainda, quando essas questões nem ficam explícitas. A escolha política é consciente e intencional totalmente”, diz o participante.
- 4) Tecladista
- 5) Vocalista
- 6) Guitarrista – Acredita que na banda as influências musicais se tornaram intrínseco a ligação entre arte e política. A arte é uma forma de mudar ideias por isso apostar nesse caminho”. Acredito que a simples abordagem diferente, isso já é um ato político também”.
- 7) Atriz e dramaturga – arte e política é uma coisa só. Grande parte do meu trabalho é tentar desconstruir essa falsa elitização do teatro e mostrar com uma arte transformadora e popular. É muito importante transmitir uma mensagem. Porque muitas vezes a gente

está fazendo uma arte que não é! Quando estou escrevendo um texto ou pensando em uma personagem, eu já penso na contribuição política que essa personagem possa ter. Eu tenho um coletivo feminino”. Ela diz que tenta dar para temática feminista uma abordagem mais sutil.

- 8) “Basicamente o que a gente procura no nosso trabalho é ter um caráter mais político, às vezes não necessariamente direto, mas para pessoa ter uma reflexão sobre o que se trata. (ela fala das peças da companhia que participa). Falando sobre temáticas que estamos vivendo e lutando atualmente. Indo além de um espetáculo de entretenimento”.

PERGUNTA: o que vocês encontram de jornalismo cultural na televisão?

- Todos concordam que não assistem televisão.

3 - Diz que assiste portais na internet como o Gregnews - um canal que tenta dar um caráter mais acessível para temas importantes ao mesmo tempo que tenta aprofundar debates dentro da sociedade.

8 - Tem um canal de humor também “Nerdologia”.

1 - Assisto o Porta dos Fundos, um bem clássico. A TV aberta morreu né?

PERGUNTA: o que esperam de uma linguagem audiovisual diferenciada?

6 - Não sei o que esperar.

7- Imagino que vá tentar sair do padrão. Que eu vou me surpreender. Penso que não vá ser assim: apresentador, matéria, apresentador, matéria, imagino que terá mais dinâmica

8 - Que vai ter uma informação diferente.

1 - Eu penso sempre no roteiro, por mais que tem uma imagem mais surpreendente, mas que mantenha um roteiro interessante, isso me mantém conectada.

2 - Produção colaborativa que não centraliza as decisões e imagem de ninguém, então todo mundo contribui para dar uma cara de produção coletiva mesmo. É àquela galera ali que tá fazendo isso girar junto.

1 - Você pode falar do padrão de qualidade visual que não se mantenha, mas mantenha o eixo de um tema central, mas colaborativo.

7 - Eu imagino talvez com pessoas que tenham pontos de vistas diferentes, um mesmo tema mais com pessoas diferentes. Por exemplo aqui, artes, mas áreas artísticas diferentes.

5 - Eu acredito que tenha muito potencial, mas desde que bem organizado, exatamente fazendo por temáticas.

Depois que eu explico mais sobre o programa e as emissoras em que exibido, o participante 2 elogia a TVT, dizendo que é uma emissora diferente, diz que tentou baixa o app no celular, mas não deu certo. “Eu acho que é um canal bacana e que deveria ter um canal aberto da TVV.

Eu (Victor Faria), explico que a TVT é um canal aberto, assim como a Rede Minas, mas que não passa em todos os lugares só em regiões específicas.

## EXIBIÇÃO DO PROGRAMA ARTIVISMO – EDIÇÃO 05/02/18

### GRUPO FOCAL PARTE 2

PERGUNTA: O que vocês acharam do programa?

7 - Eu gostei do programa, eu achei interessante, eu gostei da forma em que as temáticas são debatidas, só que eu não sei se eu estivesse assistindo TV, procurando uma coisa aleatoriamente, e passasse pelo canal, não tivesse contexto e não soubesse do que se trata eu não sei se eu pararia para assistir.

PERGUNTA: Por que?

7 - Porque eu acho que quando estamos assistindo TV, geralmente esperamos alguma coisa que você saiba o que está acontecendo, e esse programa sem um contexto prévio, eu não sei se eu entenderia a proposta dele, se eu não soubesse antes. Mas sabendo eu acho interessantíssimo. Mas eu não sei se de surpresa eu entenderia o que está querendo dizer, até porque em certas partes em que ele estavam falando da entrevista eu achei que eles se preocupam mais com falar de uma forma mais poética e mais bonita do que comunicativa em si. Por exemplo, quando ele fala que a educação não é dividir o cérebro cartesianamente, talvez ele não seja tão direto no que ele se propõe, se você pega ele fora de contexto. Não acho que é um programa que tem um público alvo tão grande como poderia ter.

6- Eu penso basicamente isso também, a partir do momento que eu assisti o programa sabendo já do que se tratava. Mas eu não sei se isso chamaria atenção sem um anúncio prévio do que vai ser abordado no programa, não “o como” eles vão abordar porque aí fica a cargo de

cada desenrolar do programa, mas alguma coisa para chamar o público para assistir seria mais interessante.

PERGUNTA: Teve alguma coisa específica que te incomodou?

6: Não. Realmente ele tem uma abordagem um pouco diferente ele mais direto do que outros programas que eu estou acostumado a assistir, que eu estava acostumado a assistir, mas eu me senti confortável assistindo ele, e isso para mim está tranquilo. Eu gostei do formato em que ele é feito a partir do momento em que eu entendi o propósito dele.

5: Eu concordo com o que eles falaram, e queria pontuar que a ideia de chamar artistas que não estão no espaço da grande mídia é sensacional, esse é o ponto principal do vídeo, isso foi o que mais gostei assim, basicamente eu concordo com o que eles disseram.

PERGUNTA: O que vocês acharam dos momentos em que ações aleatórias acontecem durante a entrevista, por exemplo, no momento que a câmera deixa de filmar o entrevistado, para fazer imagem de um acontecimento que acontece na rua ao lado?

3 - Eu acho que eu vou no oposto, eu pararia sim. Porque eu iria querer ficar tentando entender o que está acontecendo ali. Eu acho que fica explícita a intenção de provocação do programa, de provocar o expectador que já esperar de terminado formato, isso para mim já é um diferencial que me chama atenção. E a parte que você acabou de mencionar, nossa eu acho que foi providencial, parece até que foi proposital, porque ele estava falando justamente sobre o humano quer ajudar o outro em dificuldade, e nesse momento parou duas pessoas para ajudar o motorista, e ficou uma coisa assim poética pra mim, bonita, mas lógico que é uma questão de gosto também. Eu não acho que o público médio irá parar para assistir mesmo não, eu acho que o público médio ele quer outra coisa. Acho que toda mídia, ela é educacional e pedagógica em certo sentido e a gente vem de uma tradição que é imbecilizadora, a nossa tradição de televisão, ela tem o teor de nos acomodar e nos acostumar com reproduções de visão de mundo, de sociedade, reprodução e colocando tudo no mesmo lugar. Então eu acho que o telespectador menos afeito a linguagem artística, pode ser que não pare, mas quem tá procurando algo diferente ou se interessa por coisas provocadoras... Eu sou educador também, professor e eu gosto de trabalhar educação de sempre no nível da provocação, provocação no sentido de estabilizar as coisas nos seus devidos lugares, porque eu acho que a grande mídia principalmente, ela coloca tudo em caixinhas compartimentadas, e quando alguém tira isso do lugar, há uma

repulsa, e eu acho que a gente precisa se acostumar com as coisas fora do lugar. O programa me agrada e eu paria para assistir, até porque eu já conhecia a TVT.

7 - Posso só fazer um comentário, porque você (participante 3) falou sobre a linguagem artística, eu acho que aí está um território perigosos, de cairmos na armadilha de fazer arte para outros artistas, porque eu vejo a arte se retroalimentando de uma forma que eu faço uma coisa que eu quero que as pessoas no geral ouça, mas quem tá me ouvindo conhece essa linguagem e já concorda comigo, então a gente cai no ciclo de, eu estou parando para assistir essa programa que passa uma mensagem de coisas que eu já concordo, mas eu estou parando porque essa linguagem me agrada, às vezes eu acho que a gente direciona a nossa arte para um campo seguro, a gente sabe que quem vai ouvir vai concordar com a gente. Eu também sou professora e acho que esse é um programa incrível para levar para sala de aula, por exemplo. Eu usaria em uma aula de português, explicando para os meus alunos o que ele é, porque eu sei que os meus alunos não parariam para assisti-lo eventualmente. (3 concorda com a cabeça)

1 - A gente tem que perceber qual que é o objetivo do programa, se ele tem um objetivo realmente de massa, ele não vai virar um *popstar*. Agora se ele tem ideia de pescar um certo tipo de imagem, eu achei maravilha, primeiro porque a temática dos dois clipes são incríveis, já pega por toda a fotografia e o impacto da música em si, que são músicas diferentes do que já estava rolando na grande mídia isso de alguma forma já pode ficar mais curioso e falar sobre o trânsito que é uma coisas super inesperado e outro sobre violência que é uma coisas super impactante, então eu acho que vai muito do objetivo, ele está em um canal que é uma rede pública, mas que a gente sabe que não tem tanta gente que assiste, né?!

8: Eu gostei muito do programa, dos cortes, não tem uma abertura padronizada, aí do nada está a câmera solta, filma árvore, às vezes não filme a pessoa direito, já tem uma coisa diferente que te leva para um outro lugar, só que achei confuso, não entendi muito bem, pegaram uma entrevista e artistas fora da mídia, e aí não é fácil identificar se as pessoas da entrevista tem alguma relação com os clipes, achei que ficou meio solto, não que eu não goste disso, mas se eu estivesse vendo eu ia querer ficar sabendo de onde surgiu o cara, quem que é esse cara que toca essa música, ele está fora da mídia, mas de onde que vem, parece que faltou informação, não precisa ser uma narrativa construída, mas talvez mais informações.

3 - Talvez tem faltado didática, como um âncora talvez. Eu não sei se você vai fazer um programa só de arte diversas, música, pintura e ativismo, você tem que ter um objetivo.

8 - Um objetivo construído, fechado

3 - Não deve limitar a arte ali para caber dentro de um objetivo pré estabelecido, é complexo. (Se dirige a participante 7 para concorda com sua fala anterior) na poesia também muitas vezes escrevemos para outros poetas ou para uma academia e esquecemos do leitor comum, que não lê poesia nenhuma

PERGUNTA: Vocês sentem falta de um jornalista ou apresentador?

7 e 8 (concordam): não necessariamente um jornalista.

6: Eu senti falta de uma comunicação entre os tópicos que foram tratados.

1: Talvez uma chamada ou um guia.

7: Não necessariamente uma pessoa.

3: Talvez uma fala em OFF mesmo. Acho que a temática “Urbana” também ficou muito claro. Tudo traz esse espaço urbano.

6: A temática que eu percebi em comum no programa é temática Urbana.

PERGUNTA: Vocês conseguiram perceber uma ligação entre os vídeos?

Todos concordam

2: Eu quero entrar nessa discussão do espaço urbano. Primeiramente eu concordo que o programa privilegia e é de interesse mais de quem já é do ramo artístico, que agrada mais esse público. Se a proposta do programa é atingir o povão, tem que trabalhar um mucado isso daí, mas uma provocação interessantíssima do programa, assim, é ele jogar o espaço, mostrando outra possibilidade para o espaço público e que deve ser público. Você colocar uma galera andando de roller, tocando um violão em uma rua que geralmente tá parada porque tem que viver em função da indústria do carro, mano, para mim já tem uma reivindicação. A rua é sua você tem que ocupar, se a gente for traduzir isso para JF, a gente tem poucas praças que dá para você sentar e prazerosamente ocupar as praças e muitas vezes quando você faz, por exemplo, a batalha de MCs, que rola na sexta anoite, na Praça da Estação, demorou muito tempo para molecada conseguir ficar ali, porque só pelo fato de juntar o monte de jovem da periferia para cantar rap, a polícia ia lá e baixava o cacete por isso mesmo. Porque a mídia tradicional empurra um espaço urbano cada vez mais pasteurizado, uma televisão a serviço do shopping, uma televisão a serviço do hospital...

3 - É a relação entre o espaço público e o privado.

2 - Eu vi essa vantagem do programa tipo assim ... Porque eu não posso andar de bicicleta no caralho da rua? Por esse aspecto eu gostei.

PERGUNTA: Vocês conseguiram identificar quantos vídeos?

Eles ficam confuso

8 - Quatro.

3 - Três ou quatro.

6 - Três.

1 - Tinha um de grafite também né?!

Ficam perdido com essa questão no número de vídeos.

PERGUNTA: Para vocês, a estética padronizada tornaria mais entendível?

7- A mudança de padrão estético não foi uma coisa que me incomodou.

8- Tem uns vídeos diferente, uns cortes muito interessantes, parece que não são pessoas paradas.

1 e 8 concordam que a estética não incomoda.

## EXIBIÇÃO DA SEGUNDA EDIÇÃO DO ARTIVISMO - 08/02/18

1 e 6 acharam o segundo programa mais explicativo

6 e 8 acreditam que por ser a segunda edição assistida acabou sendo um facilitador, e o programa já ficou mais entendível, então não sabem dizer se a edição em si foi mais explicativa ou se eles estavam mais acostumados com a linguagem do programa.

8- Eu identifiquei seis vídeos

3- (concorda com o número de vídeo), inclusive durante a apresentação do grupo eu percebi que tinha inserção de outros vídeos.

7- (Sobre esses vídeos inseridos) eu fiquei muito em dúvida se essas imagens eram do vídeo que eles mandaram ou se o programa inseriu.

PERGUNTA: Vocês perceberam a existência de produtores repetidos durante essa edição?

2,3 E 7 – percebem que o vídeo do eu pareço suspeito são dos mesmos produtores.

PERGUNTA: Assistindo os dois programas, aleatoriamente, vocês conseguem perceber que se trata do mesmo programa?

3- Eu acho que dá.

8- Sim.

7- Sim, mas só se você tiver prestado atenção na primeira vez que você viu.

8- Sim, porque tem essa tela um pouco menor, o fundo parecido, não é a tela inteira.

7- Até pelos closes.

PERGUNTA: O que tem em comum entres os programas?

8- O cunho politico

3- Acho que a temática, e os dois tem muitas músicas. Teve reflexão sobre problemas sociais, duas inserções do racismo. Para mim seguiu uma dinâmica semelhante ao primeiro.

8- O musical e o político ficou muito forte.

PERGUNTA: E a diferença de linguagem entre o vídeos nessa edição sentiram diferença?

6- Eu achei que esse seguiu uma temática mais estreita e mais definido.

8- Eu achei esse menos diferente.

3- Teve uma animação também, um diferencial.

7- E a animação foi uma coisa diferente dentro do próprio programa.

PERGUNTA: E vocês notam alguma coisa similar do primeiro vídeo dessa edição a outras coisas da TV tradicional?

5 e 8 concordam que o primeiro vídeo dessa edição (banda de rock) lembra coisas da MTV dos anos 90.

6 Concorda que o programa lembra coisas da MTV, mas com a adição das pautas voltadas para o ativismo.

Eles concordam que o vídeo da banda tem semelhança com a TV tradicional, participante 8 lembra da inserção do GC, o 3 destaca o fato dos artistas se apresentarem (falarem os nomes antes de começar a entrevista), o que é bem comum nas emissoras comerciais.

6 diz que sente diferença entre a entrevista da banda (segundo programa) e a entrevistas do Maças Podres (programa 1).

7 acrescenta que essa entrevista da banda foi mais formal, diferente da primeira que insere imagens aleatórias.

3 acha que a entrevista com os Maças Podre tem um ar muito mais conceitual e experimental. Ainda destaca que a entrevista com o Maças Podre possibilita o telespectador fazer suposições, mas nada fica muito claro.

8- Esse te dar a informação mais clara, não precisa ficar tentando entender do que se trata.

6- O primeiro te dá um ponto para você conseguir construir seu raciocínio encima daquilo.

PERGUNTA: Vocês mandariam material para esse programa se tivessem oportunidade?

Todos dizem que mandariam o material. Os meninos da banda (4,5 e 6), os participantes 2 e 3 são enfáticos e se empolgam com a possibilidade de mandar vídeo para o Artismo.

PERGUNTA: Vocês acham que essa construção mais subjetiva pode desenvolver um pensamento crítico maior no telespectador do que um telejornal?

2- Abre uma porta.

3- Te força a olhar para um outro horizonte, você está virado para um horizonte e alguém te vira para um outro lado, pode gerar um estranhamento, pode recursar aquilo afirmando que não gostou e não vai assistir, ou talvez você assiste uma segunda vez, e o horizonte já não tão estranho, como foi com a gente. E aí abre portas, na verdade abre janelinhas, possibilidades para observar mais a temática em outros contextos, não que aquilo irá politizar ou fazer refletir automaticamente, mas aquilo pode ser um gatilho inicial para você afinar o seu olhar para outras situações do seu dia a dia, pode ser um material de reflexão, pode, mas não imediatamente, como acontece com a própria arte. Primeiramente te incômoda ou te encanta, mas também você não dá muita conta daquilo de todos os seus aspectos.

6- Eu acredito que poderia abrir um novo horizonte, você abre uma porta nova, causa um estranhamento, mas a partir do momento que ela for assimilada torna-se mais fácil daquilo ser abordado.

8- Para tudo tem um público, tem alguém para consumir, então é uma forma de começar a fazer TV diferente. Não é porque tem esse programa que todo mundo vai querer ver o fazer TV assim, é um movimento. Não é do nada que vai virar tendência só TV cult.