

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

TATIANE SALETE DE ALMEIDA BERDUSCO

**O “PAREDÃO” ESTÁ FORMADO.
VIOLÊNCIA DE GÊNERO NO BBB 16: ANÁLISE DAS DISPUTAS DISCURSIVAS,
ENQUADRAMENTOS E REDES.**

CURITIBA

2017

TATIANE SALETE DE ALMEIDA BERDUSCO

**O “PAREDÃO” ESTÁ FORMADO.
VIOLÊNCIA DE GÊNERO NO BBB 16: ANÁLISE DAS DISPUTAS DISCURSIVAS,
ENQUADRAMENTOS E REDES.**

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de pelo Programa de Pós-graduação em Sociologia do Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Nelson Rosário de Souza

CURITIBA

2017

Catálogo na publicação
Mariluci Zanela – CRB 9/1233
Biblioteca de Ciências Humanas e Educação - UFPR

Berdusco, Tatiane Salete de Almeida

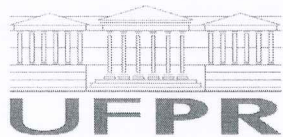
O “paredão” está formado. Violência de gênero no BBB 16: análise das disputas discursivas, enquadramentos e redes / Tatiane Salete de Almeida Berdusco – Curitiba, 2017.

119 f.; 29 cm.

Orientador: Nelson Rosário de Souza
Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Setor de Ciências Humanas da Universidade Federal do Paraná.

1. Violência contra as mulheres. 2. Violência na comunicação de massa - Gênero. 3. Redes sociais on-line - Movimentos sociais. 4. Reality shows (Programas de televisão) - Aspectos sociais. I. Título.


CDD 305.4



ATA DE SESSÃO PÚBLICA DE DEFESA DE MESTRADO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE EM SOCIOLOGIA

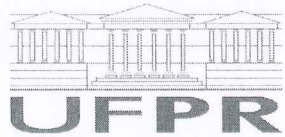
No dia vinte e quatro de Maio de dois mil e dezessete às 14:00 horas, na sala 914, Rua General Carneiro, 460, 9º, Ed. D. Pedro I, foram instalados os trabalhos de arguição da mestranda **TATIANE SALETE DE ALMEIDA BERDUSCO** para a Defesa Pública de sua dissertação intitulada **O paredão está formado. Violência de gênero no BBB 16: análise das disputas discursivas, enquadramentos e redes.** A Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em SOCIOLOGIA da Universidade Federal do Paraná, foi constituída pelos seguintes Membros: NELSON ROSÁRIO DE SOUZA (UFPR), RAFAEL CARDOSO SAMPAIO (UFPR), CARLA CANDIDA RIZZOTTO (UFPR). Dando início à sessão, a presidência passou a palavra a discente, para que a mesma expusesse seu trabalho aos presentes. Em seguida, a presidência passou a palavra a cada um dos Examinadores, para suas respectivas arguições. A aluna respondeu a cada um dos arguidores. A presidência retomou a palavra para suas considerações finais. A Banca Examinadora, então, reuniu-se e, após a discussão de suas avaliações, decidiu-se pela Aprovação da aluna. A mestranda foi convidada a ingressar novamente na sala, bem como os demais assistentes, após o que a presidência fez a leitura do Parecer da Banca Examinadora. A aprovação no rito de defesa deverá ser homologada pelo Colegiado do programa, mediante o atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca dentro dos prazos regimentais do programa. A outorga do título de mestre está condicionada ao atendimento de todos os requisitos e prazos determinados no regimento do Programa de Pós-Graduação. Nada mais havendo a tratar a presidência deu por encerrada a sessão, da qual eu, NELSON ROSÁRIO DE SOUZA, lavrei a presente ata, que vai assinada por mim e pelos membros da Comissão Examinadora.

Curitiba, 24 de Maio de 2017.


NELSON ROSÁRIO DE SOUZA
Presidente da Banca Examinadora (UFPR)


RAFAEL CARDOSO SAMPAIO
Avaliador Externo (UFPR)


CARLA CANDIDA RIZZOTTO
Avaliador Externo (UFPR)



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
Setor CIÊNCIAS HUMANAS
Programa de Pós-Graduação SOCIOLOGIA

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em SOCIOLOGIA da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da dissertação de Mestrado de **TATIANE SALETE DE ALMEIDA BERDUSCO** intitulada: **O paredão está formado. Violência de gênero no BBB 16: análise das disputas discursivas, enquadramentos e redes.**, após terem inquirido a aluna e realizado a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua Aprovação no rito de defesa.

A outorga do título de mestre está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.


NELSON ROSARIO DE SOUZA

Curitiba, 24 de Maio de 2017.

Presidente da Banca Examinadora (UFPR)



RAFAEL CARDOSO SAMPAIO

Avaliador Externo (UFPR)



CARLA CANDIDA RIZZOTTO

Avaliador Externo (UFPR)

AGRADECIMENTOS

Ao fim de 2014, estava atolada de aulas de sociologia numa escola privada de Curitiba, o Brasil tumultuado com a recente reeleição de Dilma Rousseff, as discussões acirradas numa polarização política louca e a notícia da aprovação no mestrado veio para me salvar. Registro aqui meus sinceros agradecimentos aos que se envolveram no decorrer dessa dissertação.

A minha família, principalmente minha mãe Salete e pai Ronei, que desde quando eu brincava de escolinha em casa, nunca deixaram de me apoiar nas minhas decisões e escolhas. Obrigada também a minha avó Margarida, analfabeta e empregada doméstica por décadas, graças aos esforços dela, hoje sua primeira neta diploma-se mestre. Sem esquecer das tias, Alaene e Inês Berdusco, que deram suporte com meu filho em vários momentos. Ao meu esposo Anderson que me “empurrou” do início ao fim e teve paciência nas minhas ausências. E ao meu filho Arthur, com 4 anos, que disse que não quer estudar na Federal como a mamãe, pois lá não tem desenhos nas paredes, estuda-se à noite e até nos fins de semana.

Ao meu professor orientador Dr. Nelson Rosário de Souza por respeitar meus limites e disponibilidade. Só tenho a agradecer a postura ética e humana do Dr. Nelson. Ao grupo de pesquisa “Midiaculturas” pela total parceria, troca de livros, risadas e agonias.

Às amigas que ganhei no mestrado, Kelly Mendonça, Marina Kurchaidt, Samanta Martinelli, e as que já tinha na vida Allyni Berdusco e Gabriela Zanela. Com elas, descobri que nos dias de mau humor, elas tinham doses de risada e de abraços garantidos. E ao amigo Eduardo Miranda que deu o “*play*” no meu mestrado num almoço rápido em julho de 2014 com a frase “se até eu fiz mestrado, Tati”. Não que ele fosse menos e eu mais, mas ele fez parecer possível um desejo que já estava na pasta de “arquivos desativados”.

A frase “é preciso de uma aldeia inteira para educar uma criança” ganha uma adaptação aqui: “foi preciso minha tribo toda pra se fazer um mestrado”, minha gratidão aos membros dessa “tribo”.

RESUMO

O trabalho procura mostrar que os produtos midiáticos são reflexos de uma sociedade localizada dentro de um tempo e um espaço, a partir da perspectiva teórica “miaculturas”. Os atores sociais, dentro desse viés sociológico, são reflexivos e dotados da capacidade de ressignificar. Fizemos a análise da produção midiática e seu enquadramento sobre violências contra a mulher na página oficial do *reality show* Big Brother Brasil e a comparamos com os enquadramentos produzimos por *fan pages* de movimentos sociais feministas. Para melhor entendimento desses atores sociais e movimentos feministas, fizemos o mapeamento da rede virtual das páginas com esse propósito da rede social Facebook, assim pudemos compreender traços da ação social no ambiente virtual sobre violências de gênero.

Palavras-chave: Disputas discursivas, enquadramento, “miaculturas”, *reality show*; redes.

ABSTRACT

This dissertation is an attempt to show that media products are reflexes of a time and place located society, as asserted by the “mediacultures” theory. The social actors, inside of this theoretical bias, are thoughtful and empowered with a reframe capacity. We did a media production analysis and its framework in violence against women meanings created in the official page of the reality show Big Brother Brasil and further comparison with the framework produced by the feminist movement fan pages. For a better understanding about these social actors and feminist movement, we did the network virtual mapping of some of Facebook pages, so we would be able to comprehend the social action features in the gender violence virtual environment.

Keywords: Frame dispute, “media-cultures”, reality show, networks.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – MATÉRIA VIRTUAL SOBRE BBB 16.....	82
FIGURA 2 – LAÉRCIO CHORA E GANHA ABRAÇO DE DANIEL.....	84
FIGURA 3 – POSTAGEM SOBRE “PAREDÃO” ENTRE ANA PAULA E LAÉRCIO.....	88
FIGURA 4 – LAÉRCIO SE DEFENDE DAS ACUSAÇÕES.....	90
FIGURA 5 – MATÉRIA AMENIZA ATO DE ASSÉDIO CONTRA MUNIK.....	95
FIGURA 6 – MATÉRIA AFIRMA QUE MUNIK ENGORDOU.....	95
FIGURA 7 – POSTAGEM DA PÁGINA “GELEDÉS”	101
FIGURA 8 – FEMINISMO SEM DEMAGOGIA.....	102
FIGURA 9 –COLETIVO DE JORNALISTAS FEMINISTAS NÍSIA FLORESTA.....	104
FIGURA 10 – NÃO ME KAHLO.....	105
FIGURA 11 – POSTAGEM “BOLSA DE MULHER”.....	108

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – PÁGINAS DO FACEBOOK QUE FORAM MAPEADAS.....	46
TABELA 2 – PÁGINAS <i>CLUSTER</i> 1.....	58
TABELA 3 – PÁGINAS <i>CLUSTER</i> 2.....	61
TABELA 4 – PÁGINAS <i>CLUSTER</i> 10.....	63
TABELA 5 – PÁGINAS <i>CLUSTER</i> 5.....	65
TABELA 6 – PÁGINAS <i>CLUSTER</i> 15.....	67
TABELA 7 – PÁGINAS <i>CLUSTER</i> 7.....	68
TABELA 8 – PÁGINAS <i>CLUSTER</i> 8.....	72
TABELA 9 – PÁGINAS <i>CLUSTER</i> 11.....	74
TABELA 10 – PÁGINAS <i>CLUSTER</i> 6.....	76
TABELA 11 – MOVIMENTAÇÃO DA PÁGINA OFICIAL DO BBB.....	78
TABELA 12 – DISTRIBUIÇÃO DOS COMENTÁRIOS DA POSTAGEM.....	83
TABELA 13 – DISTRIBUIÇÃO DOS COMENTÁRIOS DA POSTAGEM.....	85
TABELA 14 – DISTRIBUIÇÃO DOS COMENTÁRIOS DA POSTAGEM.....	94
TABELA 15 – DISTRIBUIÇÃO DOS COMENTÁRIOS DA POSTAGEM.....	97

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – REDE NETWORK DAS 100 PÁGINAS FEMINISTAS DO FACEBOOK MAPEADAS.....	53
GRÁFICO 2 – REDE NETWORK DAS 100 PÁGINAS FEMINISTAS DO FACEBOOK MAPEADAS – SEM GRAVIDADE.....	55
GRÁFICO 3 – REDE NETWORK <i>CLUSTER</i> 1.....	57
GRÁFICO 4 – REDE NETWORK <i>CLUSTER</i> 1.....	59
GRÁFICO 5 – REDE NETWORK <i>CLUSTER</i> 10 – SEM GRAVIDADE.....	62
GRÁFICO 6 – REDE NETWORK <i>CLUSTER</i> 5 – SEM GRAVIDADE.....	64
GRÁFICO 7 – REDE NETWORK <i>CLUSTER</i> 15 – SEM GRAVIDADE.....	66
GRÁFICO 8 – REDE NETWORK <i>CLUSTER</i> 7 – SEM GRAVIDADE.....	68
GRÁFICO 9 – REDE NETWORK <i>CLUSTER</i> 8 – SEM GRAVIDADE.....	70
GRÁFICO 10 – REDE NETWORK <i>CLUSTER</i> 11 – SEM GRAVIDADE.....	73
GRÁFICO 11 – REDE NETWORK <i>CLUSTER</i> 6 – SEM GRAVIDADE.....	75

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. BIG BROTHER BRASIL: ORIGEM E MENSAGENS	14
2.1. O surgimento de um novo programa de televisão.....	14
2.1.1. A chegada do <i>reality show</i> no Brasil.....	16
2.2. Mídia e sociedade: entre dominação e resistência	19
2.2.1. A Teoria Crítica	19
2.2.2. O espectador ganha autonomia: o olhar dos estudos culturais	21
2.2.3. Pierre Bourdieu	25
2.3. “Midiaculturas”.....	28
3. MÉTODO	34
3.1. Enquadramento.....	34
3.1.1. Enquadramento em Judith Butler - <i>Quadro de Guerras</i>	36
3.2. Estudos de recepção latino americanos	38
3.3. Análise de redes	40
3.4. Análise de conteúdos.....	41
4. DADOS	44
4.1. Coleta e sistematização dos dados.....	44
4.1.1. Facebook e páginas feministas – análise de redes	44
4.1.2. A página oficial do BBB	78
5. ENQUADRAMENTOS	80
5.1. Enquadramento de postagens da página do BBB	80
5.2. Enquadramento das postagens das páginas feministas: luta e resistência	98
5.3. Disputas discursivas e de enquadramentos.....	110
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	112
REFERÊNCIAS	116

1. INTRODUÇÃO

O *reality show Big Brother* foi criado por John de Mol, em 1999. O programa rapidamente alcançou índices expressivos de audiência na Holanda, tanto em TV aberta quanto em telefonia, pois as eliminações de participantes podiam ser feitas por telefone. O número de acessos ao site oficial também foi significativo; o site era outro canal para votação das eliminações. Em 2001, o programa já estava em 21 países, ano em que chegou ao Brasil pela rede de televisão Rede Globo.

O *Big Brother* estreou no Brasil com elevados índices de audiência e polêmicas. Outros *reality shows* já tinham sido transmitidos em rede nacional, mas o *Big Brother Brasil*, BBB, sigla que se popularizou no país, é o de maior longevidade. A essência do jogo é confinar adultos numa casa completamente monitorada por câmeras. Competições e eliminações fazem semanalmente o duelo dos competidores que vão para a votação popular por telefone e internet, chamada no Brasil de “paredão”. Os competidores que permanecerem na casa após várias semanas de confinamento, ou seja, que não forem eliminados nas votações, conquistam o direito de disputar a final concorrendo a uma premiação em dinheiro. O mais votado no dia da final é o campeão da edição.

Os espectadores têm a opção de assistir um breve resumo do dia dos competidores na versão editada do programa que vai ao ar na TV aberta da Rede Globo, ou existe a possibilidade de assinatura do canal em *pay-per-view*, onde a transmissão é ininterrupta.

A edição 2016 foi ao ar no dia 19 de janeiro de 2016 e terminou na noite de 5 de abril do mesmo ano e teve várias polêmicas discutidas pelo público. No entanto, um episódio sobre pedofilia de um participante e o assédio sexual cometido por outro participante contra a ganhadora do programa se destacaram nas redes sociais, com enfoque especial de páginas feministas. O movimento social se apropriou de tais situações para alavancar sua pauta de discussão e trazer um novo enquadramento.

Os trabalhos acadêmicos dentro da sociologia¹ que analisam o BBB o fazem como produto midiático da indústria cultural, pelo viés da Teoria Crítica. Esses trabalhos apresentam o espectador como sujeito passivo na relação com os discursos produzidos pela emissora. Também mostram o espectador como mero consumidor, tanto do produto midiático como dos produtos de patrocinadores que são mostrados nas edições.

O BBB de 2016 foi analisado dentro da perspectiva teórica francesa “miaciulturas”. A “miaciulturas” traz dos estudos culturais ingleses a ênfase nas práticas cotidianas dos públicos, entendendo-os como construtores de sentido. Assim como incorpora o conceito de esfera pública ampliada e polifônica e o interacionismo próprio da sociologia construtivista. Portanto, nossas análises tomarão o programa abandonando sua rotulação dos *reality shows* como “telelixo”, e o analisaremos com o viés de uma construção que interage com o social, merecendo, portanto, ser analisado pela sociologia.

A nossa hipótese é de que o BBB diz algo da realidade, das relações sociais e seus conflitos entre movimentos culturais. Sugerimos, portanto, que há uma troca entre produção e público. As páginas de Facebook de viés feministas utilizam as polêmicas do BBB para disputas discursivas e de enquadramento.

Muitos estudos já mostraram que o público é construtor de sentido, mas a sociologia ainda sofre certa resistência em adotar esse tipo de olhar. A sociologia da comunicação por muito tempo deu pouca atenção aos produtos midiáticos, limitando-se ao paradigma da dominação formulado por Adorno e Horkheimer (1985) e à tese da reprodução ideológica adotada por Pierre Bourdieu. Por outro lado, há outras disciplinas que valorizaram a complexidade dos produtos culturais e seguiram reconhecendo o público como construtor de sentido.

Para mostrar que o público e movimentos feministas buscam novos enquadramentos, escolhemos episódios que retrataram situações de violência contra a mulher e analisamos como eles foram enquadrados² pela emissora na página oficial do programa BBB no Facebook, assim como fizemos a análise do enquadramento

¹ Na área da Comunicação Social os trabalhos sobre BBB já demonstram o uso de outros campos teóricos.

² O termo “enquadramento” utilizado nesse trabalho será o do Erving Goffmann, mas inspirado na versão elaborada por Judith Butler. Mais à frente, detalharemos como essa ferramenta foi utilizada.

desses mesmos episódios em páginas de movimentos feministas, também do Facebook.

As questões centrais que orientam a pesquisa são as seguintes: o público acatou o enquadramento proposto pela página oficial do BBB quando o assunto foi violência contra a mulher? Que outros enquadramentos foram produzidos pelos movimentos feministas em suas páginas sobre os mesmos casos? Quais disputas por enquadramento estiveram presentes? O que essas disputas informam sobre o estágio atual das lutas sociais? Para responder às questões, fizemos a análise das postagens na página oficial do BBB e também daquelas produzidas pelos movimentos feministas em diferentes espaços da *web*.

Com tais questionamentos, o objetivo geral desse trabalho é analisar os enquadramentos propostos pela produção do BBB e as apropriações do público identificado com a luta feminista, assim como analisar as disputas por enquadramentos e os novos enquadramentos propostos pelos movimentos sociais feministas.

O trabalho está dividido em introdução, quatro capítulos e considerações finais. No primeiro capítulo, fazemos uma revisão da literatura com um debate breve com a Teoria Crítica, para mostrar o quanto ela está limitada, apesar de ser ainda tão utilizada pela sociologia brasileira. Após essa discussão, iremos nos aprofundar nos estudos culturais ingleses e na “midiaculturas” francesa, correntes teóricas que serão nosso norte nesse trabalho.

O segundo capítulo, metodológico, mostrará o percurso feito por esse trabalho. O uso do *framing analysis* e da análise de redes e o uso do *Big Brother Brasil* pelos movimentos sociais em um novo enquadramento, conforme nossas análises, em busca de um engajamento diferenciado. Com a metodologia *framing analysis*, mostraremos que escolher um *reality show* e suas polêmicas para alavancar suas pautas de discussões é uma busca pela inovação ética e afetiva.

A análise de dados será feita no terceiro capítulo, em que teremos a parte de análise quantitativa. Quantitativa, pois fizemos um levantamento da rede construída pelas páginas feministas, assim como fizemos a análise da movimentação da página oficial do BBB 16. Faremos, então, uma análise qualitativa, pois fizemos a análise de

conteúdo das postagens e comentários produzidos pelas páginas do BBB e de movimentos feministas, dentro do recorte desse trabalho, episódios de violência contra a mulher e a edição 2016.

Portanto, partindo do pressuposto da “midiaculturas” como perspectiva teórica, queremos defender que o *reality show Big Brother Brasil* é uma “midiacultura”, e enquanto tal representa a realidade e os movimentos sociais fazem uso do conteúdo produzido nesse programa comparando enquadramentos para alavancar suas pautas e lutarem por visibilidade.

2. **BIG BROTHER BRASIL: ORIGEM E MENSAGENS**

2.1. O surgimento de um novo programa de televisão

A virada do século XX para o XXI trouxe uma onda de programas de significativo sucesso de audiência e rentabilidade comercial. Programas como *Survivor*, *Big Brother* ou *Operación Triunfo*, entre outros, eram vendidos como a maior novidade televisiva dos últimos tempos. Estes programas passaram a ser denominados *reality shows* por terem como principal atração a participação de pessoas anônimas, submetidas a diferentes situações pretensamente reais.

O rótulo *reality show* é usado para designar uma ampla gama de programas televisivos, o que nos conduziria a diferentes possibilidades televisivas. Para esse trabalho, interessa um tipo específico de programa televisivo surgido a partir da década de 1990, que opera não apenas na televisão, mas em múltiplas plataformas, como a internet e a telefonia. A sua principal característica é a interação do telespectador com o conteúdo, alterando os rumos do programa.

Programas baseados na realidade já existiam antes da década de 1990, mas aqui trataremos de *reality show*, programas de televisão que se baseiam na convergência de diferentes tecnologias de comunicação. Assim, o que os difere não é o formato do programa, mas o meio pelo qual ele passa a ser veiculado, permitindo que se prenda ainda mais a atenção dos espectadores aos produtos veiculados pela indústria cultural. O melhor exemplo deste gênero é o programa *Big Brother*, objeto de estudo desse trabalho. Como veremos, ele é produzido para ser consumido: em TV aberta e por assinatura, telefone fixo ou celular, aplicativo de *smartphones* e internet.

A produtora Endemol, de origem holandesa, é líder mundial em televisão e entretenimento audiovisual. Seus produtos estão no globo todo e suas equipes operam na criação e adaptação a audiências locais. O crescimento da empresa em dimensões globais foi possível a partir do programa *Big Brother*, criado por John de Mol, em 1999. O programa rapidamente alcançou índices expressivos de audiência na Holanda, tanto em TV aberta quanto em telefonia e número de acessos ao site

oficial. Em 2001, o programa já havia sido vendido em 21 países, ano em que chegou ao Brasil pela emissora televisiva Rede Globo.

Sua primeira edição mundial foi ao ar em 16 de setembro de 1999, na Holanda, através do canal Veronica e produzido pela produtora holandesa Endemol. O programa oferecia um prêmio de US\$ 120 mil ao último, de nove participantes, a sair da casa em que estariam confinados por cem dias. Todos os acontecimentos da casa eram monitorados ininterruptamente por 24 câmeras e 59 microfones. O nome do programa foi inspirado no livro *1984*, de George Orwell (FRANZOIA, 2002) (MARTHE, 2003).

O programa *Big Brother* mostra aos espectadores a vida de um grupo de pessoas, geralmente 12, confinados em uma casa sem o direito a receber informações ou estabelecer contato com o exterior, a não ser situações de exceções permitidas pela produção, por um período de dois a três meses. Toda semana, um participante é eliminado até restar um, que é o vencedor de um prêmio em dinheiro. Estas são as regras básicas do programa, que podem sofrer variações de edição para edição, ou ainda ser adaptadas em função da cultura local de cada país onde é exibido. De acordo com a Endemol, o formato é centrado sob quatro elementos: 1) o ambiente comum em que os participantes vivem; 2) o sistema de eliminação através dos quais os participantes deixam a casa, a partir da escolha da audiência em casa; 3) as provas, propostas pela produção do programa, as quais os participantes devem completar semanalmente; 4) o confessionário, no qual os participantes devem falar sobre como estão se sentindo, suas frustrações, pensamentos e indicações.

As imagens da convivência na casa são editadas e veiculadas diariamente, com duração variada, indo desde pequenos flashes até programas com mais de uma hora de duração com interferência de apresentadores. Também é possível acompanhar o *Big Brother* através de canais de *pay-per-view*, nos sistemas de TV por assinatura, e pela internet. De acordo com Cosette Castro (2006), o *Big Brother* foi o primeiro programa do mundo a ser simultaneamente apresentado pela televisão aberta, ao vivo e editado, e na internet. Assim, o programa deixa de ser simplesmente um produto televisivo, tornando-se um produto interativo, em que a internet tem importância fundamental (COMIN, 2004).

2.1.1. A chegada do *reality show* no Brasil

O *Big Brother* estreou no Brasil na Rede Globo em 2002 com elevados índices de audiência e polêmicas. Outros *reality shows* já haviam sido transmitidos em rede nacional, como *No Limite*, pela própria Globo, em 2000, e *Casa dos Artistas*³, pela rede de televisão SBT, em 2001. Segundo a emissora Rede Globo, para não correr o risco de fracasso, eles realizaram um expressivo investimento monetário no seu *reality show*. Segundo dados da Universidade Globo, a emissora também lançou o plano de mídia mais ousado de sua história. Todos os veículos das organizações Globo trabalharam o produto *Big Brother*, envolvendo a TV aberta e fechada, internet, rádio, jornal e revista. A emissora também mobilizou grandes nomes do seu elenco de artistas para participações no programa. A produção do programa ficou sob a responsabilidade da Central Globo de Produções e de Jornalismo.

O diretor Boninho, filho de José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, personagem central na história da televisão brasileira, foi escolhido para comandar a equipe que envolvia 250 profissionais, 38 câmeras e 60 microfones. A apresentação do programa ficou a cargo do jornalista Pedro Bial⁴. O *Big Brother Brasil* seguiu os mesmos moldes e as mesmas regras das outras versões exibidas internacionalmente, mas, após a primeira série, a Rede Globo começou a operar mudanças na maneira de apresentar a rotina dos participantes no resumo diário do programa preparado para a televisão aberta. Em vez de mostrar um simples resumo dos eventos diários ocorridos na casa, como é feito – pelo menos em teoria – em outras partes do mundo, os produtores brasileiros desenvolveram uma linguagem híbrida que misturou a televisão realidade com novela. Para Martín-Barbero (2006), o melodrama constitui uma das principais matrizes culturais da América Latina, que se manifesta em diversos aspectos de nossa vida cultural. De acordo com ele, o melodrama é um espetáculo popular que, sem diálogos, estabelece uma grande cumplicidade com o público, por

³ O programa *Casa dos Artistas* foi lançado pelo SBT em 2001 e sofreu ação judicial por plágio. A emissora de Silvio Santos havia sido contatada pela Endemol e teve acesso a informações privilegiadas, mas não comprou os direitos do formato. Este programa alcançou audiências recordes para os padrões da emissora em que estava sendo exibido e provocou enorme repercussão pública. A Rede Globo e a Endemol processaram o SBT por plágio. Como consequência, a Globo teve que adiar em 6 meses a estreia do BBB1.

⁴ A atriz Marisa Orth fez dupla com Pedro Bial no início da primeira versão, mas depois foi afastada pela produção.

meio do apelo para as emoções, e se faz presente na cultura de massa contemporânea.

De acordo com Boninho, diretor local do programa,

Aqui dá certo [o *Big Brother*] pelo tipo de edição que a gente faz, que é diferente de tudo. Nos outros países, eles simplesmente mostram o que acontece. Nossa equipe bola vídeos, desenhos animados, clipes com piadas, vinhetas... Fazemos uma mistura da cultura que temos da teledramaturgia, que aplicamos bem no programa, com o lado bem humorado e escrachado do brasileiro⁵.

A adaptação melodramática brasileira do *Big Brother* provocou um impacto, segundo Boninho, que vai muito além do significativo resultado financeiro que ele gerou para a Rede Globo. O *reality show* também inspirou a criação de uma grande comunidade de fãs, composta por diversos espaços de debate.

Ao longo de quatorze anos de exibição e dezesseis edições realizadas, a versão nacional do *Big Brother* é ímpar na sobrevivência e sucesso desde a criação do formato pela holandesa Endemol. As cotas de patrocínio só aumentaram, assim como os setores da economia que escolhem o programa para fazer *merchandising*.

Os índices de audiência são expressivos⁶, tanto na TV aberta quanto nas outras mídias nas quais é vinculado. A linguagem híbrida adotada pela Globo é uma fonte de tensão dentro da comunidade formada por sites e blogs de fãs do programa. A “ficcionalização”⁷ do resumo diário, descrito anteriormente por Boninho, implica no desenvolvimento de tramas e na caracterização de participantes de maneiras as quais se mostram, algumas vezes, controversas. O participante pode, por exemplo, ser retratado de maneira a parecer um conspirador de caráter questionável, ou, ao contrário, uma vítima inocente da inveja dos seus companheiros, sem que, no entanto, ele se encaixe em alguma destas categorias de maneira clara quando analisado com atenção.

⁵ Entrevista com J.B. Boninho de Oliveira para O Globo em 08/01/2007.

⁶ Devido à confusão gerada por certo desconhecimento por parte da imprensa sobre a maneira de tratar os números de audiências referentes à TV aberta aferidos pelo IBOPE, encontramos índices divulgados por jornais e outros meios de comunicação muitas vezes contraditórios. Diferenças à parte, o *Big Brother Brasil* tem mantido, desde o seu início, índices médios na casa dos 40 pontos.

⁷ Ficção como gênero televisivo.

A exibição ininterrupta de imagens da casa do BBB através do *pay-per-view* e da internet deu aos fãs a possibilidade de acesso ao material bruto usado pela Globo na produção do resumo diário. Embora estes canais de exibição tenham inaugurado fontes adicionais de receita – permitindo uma aproximação entre o fã e o produto midiático – eles, simultaneamente, criaram possibilidades para controvérsia. A maior parte das tentativas do fã de se posicionar de maneira “independente” dos outros está relacionado ao modo como este avalia a Rede Globo e a sua condução do BBB.

Aqueles mais críticos aos interesses econômicos da emissora, e como estes inclinam em uma hibridização no gênero do resumo diário, tendem a se posicionar de maneira diferenciada dentro da comunidade. Eles condenam qualquer tentativa de transformar o *Big Brother* em uma novela baseada em realidade, independente se isso é feito de fato pela produção, ou por blogueiros, através de suas leituras que privilegiariam a interpretação do programa usando como base as estruturas narrativas da telenovela⁸.

Porém, estas discussões representam somente um dos aspectos que diferenciam um ambiente virtual de debate do outro, afinal, são vários os tipos de perspectivas adotadas por eles. Alguns fazem questão de parodiar o *Big Brother*; outros focam suas análises nas supostas estratégias de jogo dos participantes do programa; existem aqueles que se notabilizam pelas suas posições mais ‘apaixonadas’ em relação ao reality show – fazendo campanhas contra ou a favor de determinados participantes –; sem falar no grupo, descrito logo acima, dos que se mostram mais preocupados em refletir sobre a condução do programa pela Rede Globo. Para todos eles, o *Big Brother* tem diferentes significados. Ele pode ser um simples programa de entretenimento, um jogo de estratégia, um concurso de popularidade, ou uma desculpa para começar discussões criticamente engajadas.

Essas condições que acabamos de descrever fornecem material interessante para análise das disputas discursivas que abordaremos adiante.

⁸ Naturalmente, é sempre difícil definir em quais momentos existiriam manipulações intencionais realizadas pela Rede Globo, tanto das interações entre os participantes, quanto de traços de suas personalidades. Diversas vezes, deparamo-nos com intensos debates dentro da comunidade de fãs tentando avaliar se tais interferências aconteciam de fato ou não.

2.2. Mídia e sociedade: entre dominação e resistência

Nesse item, faremos uma revisão da literatura sociológica que se relaciona ao objeto de estudo *reality show*, portanto, iniciaremos com as contribuições dos estudos culturais ingleses e como apoio teórico da “miíaculturas”, conjunto de conceitos e teorias que recentemente tem conseguido suprir explicações sociológicas das demais correntes em que elas se fazem incompletas. Além disso, colocaremos contraposições à Teoria Crítica, corrente que ainda encontra força nos estudos sociológicos sobre comunicação no Brasil.

2.2.1. A Teoria Crítica

A Teoria Crítica da sociedade tem um início definido a partir de um ensaio-manifesto publicado por Max Horkheimer em 1937, intitulado “Teoria Tradicional e Teoria Crítica”. Foi utilizada, criticada e superada por diversos pensadores e cientistas sociais, em face de sua própria construção como teoria, que é autocrítica por definição. A Teoria Crítica é comumente associada à Escola de Frankfurt.

Após décadas de polêmicas e críticas acadêmicas, ainda encontramos estudos na sociologia que tem como base a Escola de Frankfurt. Importante ressaltar que o passo dado pela Teoria Crítica foi de suma importância.

O princípio da indústria cultural impõe que todas as necessidades sejam apresentadas ao consumidor como passíveis de serem satisfeitas por ela, mas, por outro lado, essas necessidades devem ser previamente organizadas de tal modo que o consumidor se veja nelas unicamente como um eterno consumidor, como seu objeto. Assim o *reality show Big Brother Brasil* seria um produto da indústria cultural criado exclusivamente de acordo com o princípio da comercialização e não segundo o seu conteúdo.

Pela Teoria crítica, o consumidor, entendido como sujeito passível por esse viés teórico, conseqüentemente ao aderir a um de seus produtos acaba por aderir à indústria como um todo. Como tal teoria explicaria os diferentes movimentos e reações nas redes sociais de diferentes vertentes ideológicas?

Ao “passear” pela *timeline* de um usuário qualquer de Facebook no período em que o BBB está no ar, costumeiramente de janeiro a abril, vemos muitas críticas ao programa. Há provocações aos espectadores do programa, sugerindo que aproveitem seu tempo com algo mais útil ou até mesmo mais inteligente. O escritor, jornalista e colunista Luís Fernando Veríssimo, em uma de suas publicações, disse:

Em vez de assistir ao BBB, que tal ler um livro, um poema de Mário Quintana ou de Neruda ou qualquer outra coisa..., ir ao cinema..., estudar..., ouvir boa música..., cuidar das flores e jardins..., telefonar para um amigo..., visitar os avós..., pescar..., brincar com as crianças..., namorar... ou simplesmente dormir. Assistir ao BBB é ajudar a Globo a ganhar rios de dinheiro e destruir o que ainda resta dos valores sobre os quais foi construído nossa sociedade (VERÍSSIMO, 2011).

A visão de Veríssimo salientada acima é bem corriqueira até nos corredores da universidade. Estudos como o de Bachinn (2008), Carvalho (2009), mostram o espectador como aquele que consome o produto passivamente. Esse tipo de crítica considera que o programa não oferece nada ao telespectador, nenhum tipo de reflexão saltaria da tela da televisão. A visão de Veríssimo é uma leitura simplista, trata-se de um olhar que hierarquiza as experiências culturais ou de entretenimento, apresentando um espectador que só quer se divertir, sem necessidade de pensar por conta própria.

Se o programa fosse tal como muitos críticos dizem, como explicar que um militante gay tenha ganhado uma das edições? Ou seja, diante de valores sociais diferentes e subalternos, o público desenvolveu uma identificação que não aconteceria caso não houvesse reflexão e abertura.

Percebemos que o *reality show* BBB não tem uma essência rígida, como se fosse produto alienador com exclusiva intenção comercial. Como construção social, é algo complexo, em parte refletindo o social e também atuando sobre ele. Há uma troca, há interação social. O público tem várias possibilidades de reação e ação ao assistir a um mesmo trecho: cooperação, acomodação, assimilação, competição ou conflito. Da mesma maneira, a emissora não está produzindo de modo distante do social, ao contrário, está olhando para ele, tentando agradar a todos e a ninguém especificamente, enfim, sofrendo as pressões sociais, errando e acertando, e também agindo sobre o social.

Divertir-se, para a Teoria Crítica, é concordar com as coisas como estão, com a sociedade da maneira em que ela se encontra. É, ainda, não ter que pensar, “(...) esquecer o sofrimento até mesmo onde é mostrado” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985: 135). É a negação do pensamento. Segundo Adorno e Horkheimer (1985), o espectador não deve ter a necessidade de nenhum pensamento próprio, pois toda reação é prescrita pelo produto: não por sua estrutura temática, mas através de sinais. Tudo aquilo que pressuponha esforço intelectual deve ser evitado. Os desenvolvimentos devem ser resultados da situação imediatamente anterior.

De acordo com a argumentação de Adorno (1971), a indústria cultural oferece às pessoas uma satisfação compensatória ao despertar nelas a sensação confortável de que o mundo está em ordem e as frustra nessa mesma ilusão de felicidade que ela propicia. Portanto, o efeito que o conjunto dessa indústria cultural produz, segundo a abordagem deste pensador, é a mistificação e o não esclarecimento; nela, a dominação técnica progressiva se transforma em engodo das massas. O que ela faz, pelo olhar de Adorno e Horkheimer, é impedir a formação de indivíduos autônomos, que sejam capazes de julgar e decidir conscientemente. Assim, a indústria cultural anula as condições prévias à existência de uma sociedade democrática, que apenas se desenvolveria através de homens não tutelados. A conclusão dos autores, portanto, é que a indústria cultural é contrária à democracia.

Cientes de que valorizar a autonomia relativa do espectador não é novidade, mas também sabendo que muitas vertentes da sociologia brasileira ainda privilegiam tal olhar, nosso estudo vem na contramão da Teoria Crítica.

2.2.2. O espectador ganha autonomia: o olhar dos estudos culturais

Iremos nos debruçar nos estudos culturais, pois há duas grandes razões para o desenvolvimento dessa pesquisa: os estudos culturais têm uma visão de que o espectador produz sentido e influenciam muito a perspectiva teórica “midia-culturas”.

Após o fim da Segunda Guerra Mundial, o mundo ocidental vivenciou a emergência da sociedade do consumo. Há neste período a grande expansão das corporações e seus modos de produção de massa e, por conseguinte, uma simultânea

ampliação do alcance e uso das mídias – em particular o rádio e a cada vez mais importante televisão – tratadas como meios propagandísticos essenciais para o contínuo aumento do consumo.

Durante o final da década de 1940 e decorrer dos anos de 1950, diversos estudiosos nos países capitalistas mais desenvolvidos passaram a elaborar teorias sobre o consumo e as mídias, em resposta às transformações da sociedade do consumo (material e simbólico) de massa. Como apontam Durham e Kellner (2006), neste período destaca-se o crescimento, no cenário norte-americano, de estudos voltados para os gostos da audiência em relação a programas de rádio e TV.

Estudiosos como o funcionalista Paul Lazarsfeld, que por conta do conflito na Europa foram forçados a se reorganizar nos Estados Unidos, desenvolveram no campo da pesquisa administrativa diversos trabalhos sobre o consumo do público em relação às comunicações de massa e acerca dos efeitos das mídias sobre o processo de construção da opinião pública (WOLF, 2005). Tal período produziu uma importante tradição de estudos empíricos das formas estabelecidas de cultura e comunicações.

Contudo, é na Inglaterra da década de 1960, período frutífero no que diz respeito à emergência de novas abordagens críticas da cultura e sociedade, que há o surgimento de um dos mais influentes e notórios projetos teórico/práticos no campo da cultura, a partir da criação do Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS), na Universidade de Birmingham. Fundado em 1964, o CCCS reuniu em seu período inicial intelectuais de formação marxista tais como: E. P. Thompson, Raymond Williams e Richard Hoggart - este último sendo o primeiro diretor do CCCS, sucedido por Stuart Hall. A tríade dos ditos “pais fundadores” dos estudos culturais britânicos desenvolveu um projeto teórico pautado pela ampliação da noção vigente até então acerca de “cultura”.

Raymond Williams (2005) empresta da antropologia a definição de cultura enquanto um modo de vida, ou seja, uma ampla e complexa gama de valores, práticas e significados que organizam a vida comum em um determinado período histórico. Importante destacar que deste modo, ele se contrapõe à concepção hierárquica de cultura, aquela que pensa a relação entre culturas em termos de superioridade e inferioridade. A partir de tal definição, o autor abarca no campo da cultura não apenas as grandes obras de arte, como também as práticas sociais que modificam as formas

de organização da sociedade, atribuindo assim valor cultural às conquistas das classes trabalhadoras, como os processos de constituição de sindicatos e partidos políticos. Dessa forma, o autor galês propõe pensar a cultura como uma esfera indissociável do mundo material (CEVASCO, 2003). Sob uma perspectiva marcadamente materialista, os intelectuais fundadores dos estudos culturais britânicos – e em especial Raymond Williams – propuseram uma reinterpretação da teoria marxista tradicional, reavaliando termos chave como “determinação”, “superestrutura” e “base”, visando à elaboração de uma teoria materialista da cultura que, por fim, tomasse as práticas e artefatos culturais enquanto forças produtivas de novos valores e significados que, ao atuarem sobre uma realidade socioeconômica da qual não são meros reflexos, como ditaria o materialismo histórico mais ortodoxo interferem em seus rumos históricos (WILLIAMS, 2005).

Na sua primeira fase, os estudos culturais se concentraram nas inter-relações entre representações e ideologias de classe, gênero, sexo, étnicas e nacionais em textos culturais, com foco especial na cultura da mídia. Diferentemente de outras perspectivas teóricas, que por vezes tomavam a dinâmica econômica como explicação suficiente para compreender os meios de comunicação, os estudos culturais acentuaram a atenção nas estruturas sociais e nos contextos históricos, enquanto fatores essenciais para a compreensão da ação da mídia (WOLF, 2005). A proposta dos estudos culturais de estudar os meios de comunicação através de análises múltiplas (política, econômica, cultural, etc) é bem explicitada no trabalho de Raymond Williams (1974) ao enfatizar a necessidade de se considerar a televisão como um complexo conjunto de práticas socioculturais particulares, nas quais estão inseridos produtores, telespectadores e diversos outros agentes e instituições sociais, todos partes de um processo de constituição mútua. Sob as concepções do materialismo cultural, o autor buscou evidenciar as inter-relações entre as mídias, destacadamente a televisão, e o todo social (ROXO; SACRAMENTO, 2010,).

Entendida pela perspectiva dos estudos culturais, a cultura da mídia seria um terreno de lutas, caracterizando-se por sua ambivalência. O objeto de estudo desse trabalho se encaixa nessa perspectiva teórica. Ou seja, os meios de comunicação não são apenas instrumentos completamente apropriados pelas classes dominantes, através dos quais se efetivam unicamente práticas ideológicas. A mídia possibilita a visibilidade de inúmeras questões públicas, fixando seu papel na reconfiguração das

relações entre os sujeitos e servindo como espaço para a estruturação, criação e recriação das identidades individuais e coletivas (HALL, 2005). Ao mesmo tempo, ela se configura como o espaço para que grupos hegemônicos disseminem discursos e ideologias, escamoteando, muitas vezes, as diferentes culturas e seus respectivos conflitos.

Analisar e compreender os discursos midiáticos na perspectiva dos estudos culturais significa observar como se dá o jogo cultural dentro da mídia, essa mistura de vozes e pontos de vista – do hegemônico e do subalterno. Um dos “avanços genuínos” (KELLNER, 2001: 55) do grupo de Birmingham em relação a abordagens anteriores sobre mídia e seus públicos, especialmente em comparação à perspectiva frankfurtiana, diz respeito ao entendimento da audiência enquanto público ativo, privilegiando a negociação de sentido que se dá no momento da recepção e salientando a possibilidade de leituras e interpretações divergentes, e muitas vezes até contestadoras, das mensagens veiculadas por jornais, rádio, televisão e filmes.

A partir de um ponto de vista mais complexo e dinâmico, os estudos culturais distinguiram-se de demais abordagens, em especial do funcionalismo rígido que qualifica a “teoria conspirativa da mídia” (WOLF, 2005: 104). Esta entende os meios de comunicação de massa como puros instrumentos de controle social a serviço das elites no poder. O grupo de Birmingham, por sua vez, enfatizava a natureza contraditória e variável dos sistemas de reprodução cultural, atentando para a relação dialética entre sistemas culturais dominantes e disposições individuais.

Dentro da tradição da pesquisa de recepção no campo dos estudos culturais, podemos salientar um marco teórico da década de 1970: a publicação do hoje célebre “Encoding and decoding in television discourse⁹” (1973), de Stuart Hall. No texto, pautado pelas noções gramscianas de ideologia e hegemonia, o autor jamaicano identifica no processo de recepção três posições hipotéticas de interpretação da mensagem midiática: posição dominante, negociada e contestadora. De maneira geral, em uma leitura dominante, o público apropria-se dos textos que reproduzem os interesses de uma classe dominante, adotando suas intenções ideológicas. Em um contexto de leitura negociada, os sentidos da mensagem são elaborados de forma dialógica com as condições particulares do receptor. Por fim, em uma leitura

⁹ Em tradução livre, “Codificação e decodificação no discurso televisivo”.

contestadora ou de oposição, o leitor entende os objetivos ideológicos da mensagem, porém a interpreta segundo uma estrutura alternativa de referência (COSTA, 2012: 113). Segundo Porto,

O modelo encoding-decoding, tal como desenvolvido por Hall (...), é um dos enfoques mais importantes no estudo das audiências da mídia. Ele tem sido uma referência importante para os estudos de recepção que surgiram na década de 1980 a partir de teorias críticas (PORTO, 2003: 11).

Uma boa dose da herança dos estudos culturais ingleses é necessária para compreender esse início de século e seus produtos midiáticos. Olhar a mídia fora do paradigma da dominação e dos efeitos pode ajudar a compreender melhor suas ambiguidades. Sim, a mídia está perpassada por conflitos, mas, ao que parece, não são disputas onde um grupo homogêneo impõe ao outro, o tempo todo e com plena garantia de sucesso, a sua ideologia. Ao contrário, compartilhamos da hipótese de que se trata de controvérsias marcadas pelo jogo de construção de hegemonia, mas perpassadas por golpes contra-hegemônicos. As disputas por reconhecimento na esfera pública elegem a mídia como lócus fundamental que não deve ser entendida como dimensão apenas reprodutiva de uma base material e sim como instituição construída/objetivada a partir de interações sociais, políticas e culturais.

2.2.3. Pierre Bourdieu

O sociólogo Pierre Bourdieu (1996) afirma que as escolhas não são simplesmente individuais, nem são feitas sob pressão do macro. Para ele, há um mix de influências. Resultam, pois, de toda herança cultural e social do indivíduo, segundo seus níveis de *capital cultural*, adquiridos por meio da família e da instituição escolar, que definem de modo relacional as atitudes frente à cultura.

Trata-se de um jogo que envolve aceitações, negociações e recusas de elementos das estruturas estruturadas e estruturantes, constituindo o *habitus*, ou seja, disposições sociais, como por exemplo, o *gosto*.

Para a compreensão do consumo midiático pelo olhar da teoria de Bourdieu, é necessário apreender o conceito *habitus*. Simplificando, trata-se de disposições duráveis, por isso a proximidade com o hábito, mas estruturantes, criadoras de práticas que podem ser reguladas ao mesmo tempo sem ser o resultado unilateral da coerção direta de determinados arranjos sociais. Assim, por *habitus* Bourdieu entende os

sistemas de *disposições* duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes, isto é, como princípio gerador e estruturador das práticas e das representações que podem ser objetivamente “reguladas” e “regulares” sem ser o produto da obediência a regras, objetivamente adaptadas a seu fim sem supor a intenção consciente dos fins e o domínio expresso das operações necessárias para atingi-los e coletivamente orquestradas, sem ser o produto da ação organizadora de um regente (BOURDIEU, 1994, p. 60-61).

Importante destacarmos aqui que o conceito de *habitus* é interessante, mas sofre um problema – uma diferença em relação a abordagem tomada nesse trabalho -, pois limita a capacidade reflexiva dos sujeitos.

Sobre indústria cultural e campo de produção, Bourdieu escreve que

O sistema de produção e circulação de bens simbólicos define-se como o sistema de relações objetivas entre diferentes instâncias definidas pela função que cumprem na divisão do trabalho de produção, de reprodução e de difusão de bens simbólicos, o campo de produção propriamente dito deriva sua estrutura específica da oposição mais ou menos marcada conforme as esferas da vida intelectual e artística – que se estabelece entre, de um lado, o *campo de produção erudita* enquanto sistema que produz bens culturais (e os instrumentos de apropriação destes bens) objetiva mente destinados (ao menos a curto prazo) a um público de produtores de bens culturais que também produzem para produtores de bens culturais (“o grande público”) que podem ser recrutados tanto nas frações não-intelectuais das classes dominantes (“o público cultivado”) como nas demais classes sociais. Ao contrário do sistema da indústria cultural que obedece à lei da concorrência para a conquista do maior mercado possível, o campo da produção e os critérios de avaliação de seus produtos (...) (BOURDIEU, 1987: 105).

Assim, o campo da indústria cultural, para Bourdieu, obedece fundamentalmente aos imperativos do mercado. Logo, seus produtos decorrem das condições de sua produção, tendo seu sistema submetido a uma demanda externa:

todos a compreendem, pois são produzidos segundo o nível do público. Nesse intervalo, o elemento base na distinção entre arte legítima e arte da indústria cultural é a proximidade com o mercado e sua relação com uma demanda preestabelecida.

Importante deixar claro que para Bourdieu, o consumo cultural é marca de distinção de classe. Ele trabalha com um conceito hierárquico de cultura e com uma concepção de dominação de classe, em que a cultura da classe dominante se impõe às classes populares através do *habitus* - fato que não nos contempla nessa pesquisa, como veremos depois. Nós trabalhamos com a concepção antropológica de cultura e com a ideia de luta hegemônica e contra-hegemônica, em que os agentes têm capacidade reflexiva/capacidade de resistência.

Bourdieu diz que o paradigma da televisão nos anos 1990, na busca por maior audiência possível, é o *talk show*, programa que se baseia na exibição de experiências vividas, frequentemente extremas, que satisfaz uma espécie de *voyeurismo* e exibicionismo do público – elementos que estão presentes no objeto de estudo dessa pesquisa. No entanto, a teoria não é suficiente para explicar as reações do espectador e as ambiguidades dos programas.

Outra crítica à sociologia de Bourdieu é sua aproximação com o funcionalismo. A cada *habitus* correspondem consumos, a cada consumo correspondem recepções de classe ou *habitus*: o universo social é uma máquina de reprodução de diferenças. Maigret (2010) ressalta que Bourdieu, embora reflexivo, “conduz também a uma constatação denunciadora” (MAIGRET, 2010: 193). Maigret continua sua crítica dizendo que pelo olhar de Bourdieu,

as elites culturais têm a liberdade de variar seus consumos e seus gostos, desde que sempre conservem uma distância com relação aos outros grupos sociais, enquanto no outro extremo do espectro social a violência conduz à ausência de escolhas e a se conformar com o que se é socialmente (MAIGRET, 2010: 193).

Bourdieu, segundo Maigret, quer denunciar o mito das grandes obras e dos autores imortais, mas permanece prisioneiro dessa mística ao superestimar seu poderio, interpretando em termos de fracasso ou de imperícias aquilo que se opõe ou que se desvia em relação a ela. O autor também analisa a maneira como a ideologia

vem torcer e pôr sob tensão as práticas dos excluídos e valorizar a dos eleitos. Mas, pela interpretação de Maigret, a realidade das práticas, para além dos efeitos da ideologia da cultura de massa, não é examinada: “Bourdieu falha completamente em dar sentido às práticas médias e populares vistas unicamente do lado da falta, do erro, da privação: elas se revelam vazias ou são assimiladas a puros *ersatz*¹⁰ das práticas cultas” (MAIGRET, 2010: 194).

Considerando as inúmeras lacunas teóricas apresentadas até aqui para entender nosso objeto de estudo, o próximo item nos traz outros olhares sociológicos possíveis.

2.3. “Midiaculturas”

O grande problema de boa parte dessas correntes sociológicas analisadas até aqui é que mostram uma desatenção sobre como as experiências e interações sociais são midiaticizadas (MACÉ, 2006). Éric Macé afirma que tal desatenção ocorreu como efeito de um elitismo cultural, que classificou de modo hierárquico as experiências, colocando no ápice a cultura legítima e desvalorizando o que é popular e massificado. Isso, somado ao entendimento de que o espectador é meramente um receptor passivo, moldou, segundo Macé, a visão psicossociológica sobre os efeitos perversos da mídia, isto é, a ideia de que o povo fragilizado estaria sendo manipulado e influenciado ideologicamente.

A corrente sociológica que começa a se apresentar aqui se chama “midiaculturas”¹¹ e ela seria a soma de conceitos fundamentais: dos estudos culturais ingleses, do construtivismo e da concepção de esfera pública polifônica. A visão primordial aqui é que o público não é totalmente passivo diante dos produtos midiáticos.

Alguns representantes dessa perspectiva são Éric Maigret, Éric Macé, Hervé Glevarec e Marie-Hélène Bourcier. Tal perspectiva, segundo Macé (MACÉ, 2006),

¹⁰ Termo germânico com conotação de imitação, elemento substituto de qualidade inferior.

¹¹ Meu primeiro contato com a teoria “midiaculturas” foi através do grupo de pesquisa “Midiaculturas” vinculado aos Programas de Pós Graduação de Sociologia e Ciência Política, coordenado pelo professor Nelson Rosário de Souza, da Universidade Federal do Paraná.

seria uma virada “pós-crítica” dos estudos culturais, pois abriu caminho para novos estudos como uma nova antropologia interessada nas dimensões de “risco”, uma antropologia da ciência e das aculturações recíprocas, como estudos do indiano Arjun Appadurai.

A “midiaculturas”¹² se propõe a apreender a cultura comum contemporânea incluindo-a na tradição compreensiva e desconstrutivista das ciências sociais. Para a perspectiva francesa, significa que os atores sociais plurais, quando se veem em conflitos, têm a capacidade de construir sentidos e ressignificar no seu encontro com os produtos da indústria cultural. Sendo assim, a chave explicativa ancorada no paradigma dos “efeitos”, ou da influência, é abandonada em favor do questionamento sobre os significados da universalização da experiência cultural com o advento da comunicação de massa (SOUZA, 2015).

Neste sentido, os próprios produtos culturais, como o BBB, refletem o contexto das interações sociais e, ao mesmo tempo, atuam sobre ele. Devem ser olhados com construtos e não com substâncias, como dispositivos de interação social (SOUZA, 2015).

A “midiaculturas” enxerga o indivíduo e os grupos com capacidade de conflitualizar as situações e relações sociais: “a ordem social não obedece a nenhuma necessidade funcional ou ideológica. A ordem social não é o efeito de dominação, mas, compromisso instável, resultado de conflitos entre movimentos sociais” (MACÉ, 2006).

Seguindo a linha de pensamento da “midiaculturas”, de que “a realidade social só existe através da soma de avatares¹³ das relações sociais que achamos na subjetividade dos indivíduos, no direito, nas instituições (...)” (MACÉ, 2006), um programa de televisão como o *Big Brother Brasil* é reflexo da sociedade real. Se o BBB está desde 2002 sendo transmitido pela emissora Rede Globo é, pelo viés da “midiaculturas”, é por ser produto de relações sociais existentes.

¹² Éric Macé defende o termo “midiaculturas” contra a fraqueza e ambivalência do termo “cultura de massa”.

¹³ Avatar para Éric Macé é a reencarnação do mesmo sob forma diferente, é a representação que faço das relações sociais que vivo.

Macé afirma que os produtores de “miaculturas” “constroem avatares da realidade social, que são configurações configurantes desta realidade” (MACÉ, 2006). Para simplificar, as ‘miaculturas’, por exemplo, os programas de televisão, são expressão das relações sociais. Se na década de 1950, um beijo gay não era transmitido, em 2014 foi¹⁴, isto é, as relações sociais permitiram, pois mudaram, e o mundo da mídia é sensível às transformações sociais.

A esfera pública, aqui, é polifônica, no sentido de que ela é fruto da intensidade de conflitos sociais animados por uma pluralidade de agentes. A esfera pública contemporânea é midiática, significa que as mídias de massa não só tornam público os temas, mas, fazem uma tradução particular. Os diferentes enquadramentos sobre os episódios de violência contra a mulher no BBB 16 nos mostrarão exatamente isso. As mídias podem expressar movimentos sociais que problematizam a realidade ou que pretendem representá-la (MACÉ, 2006).

Éric Macé analisou a versão francesa do *reality show Big Brother*, que lá recebeu o nome de “*Loft Story*”. Para o autor, o sucesso do programa na França se fez pela identificação do público com a “realidade” mostrada, e não pela passividade ou ingenuidade do espectador. Ele afirma que o programa teve êxito, pois apresentou de maneira lúdica as categorias de competição e exclusão vividas pelos jovens franceses. Macé finaliza sua análise argumentando que o produto da cultura de massa tem a capacidade de apreender o que interessa às pessoas e propõe representações aceitáveis, não desesperadoras, ao contrário, fundadas sobre a aprendizagem lúdica das regras do jogo social brutal (MACÉ, 2006).

Como estamos percebendo, a perspectiva francesa “miaculturas” fornece instrumentos necessários para a execução dessa pesquisa. Através desta lente teórica, poderemos apreender melhor a interação, por exemplo, entre um movimento articulado e complexo, como o feminista, com um programa popular, como o BBB.

Para a “miaculturas”, a televisão é uma nova forma de cultura popular, aberta à participação dos públicos, que dela se apoderam para animar seus conteúdos, dar-lhes vida na troca verbal e no imaginário de uma relação de co-

¹⁴ Beijo na novela “Amor a Vida” entre atores Matheus Solano e Thiago Fragoso. Disponível em: <http://www.dw.com/pt-br/beijo-gay-em-novela-reflete-discuss%C3%A3o-crescente-no-brasil/a-17406444>

construção do sentido que pode passar tanto pelas ficções, pelos jogos, quanto pelos *talk shows*.

O sociólogo francês Éric Maigret ressalta que a televisão,

na democracia, serve ao maior número de pessoas nas trocas cotidianas, tal como uma “cultura grande público” com relação à qual cada um se posicionaria diferentemente, compartilhando os mesmos referenciais. Para os públicos mais consumidores, geralmente mais afastados dos bens e serviços culturais tanto em termos de educação, de gostos, quanto de ofertas disponíveis, ela pode servir de porta de acesso a todas as formas de comunicação sob a forma de um “*all purpose médium*”¹⁵, que substitui o conjunto de outras formas culturais (MAIGRET, 2010: 217)

Se a televisão serve a muitos consumidores com seus produtos para várias funções, como Maigret destacou na passagem acima, fica clara a escolha, pelos movimentos sociais, do uso das polêmicas de programas de televisão, para discutirem suas pautas de reivindicações. A televisão seria o encontro de grande parcela da população que não teria acesso a outras fontes de informação. Se os movimentos feministas querem falar de assédio sexual, abre-se uma porta oportuna, por exemplo, na polêmica de uma novela ou de um *reality show*. Analisaremos nesse trabalho essa estratégia, utilizada pelos movimentos feministas, de apropriação dos conteúdos do BBB 16, procurando ressaltar seus traços polêmicos em suas páginas de Facebook.

Éric Maigret e Éric Macé acreditam que a televisão é o protótipo de uma “midia cultura” (MAIGRET, 2010: 218), uma nova forma de mediação política e estética que não repousa numa cultura da hierarquia, na separação entre arte e comunicação.

Outro conceito importante que iremos nos apropriar nesse trabalho é o de esfera pública, mas não o de Habermas, a *esfera pública* é mais ampla. A pesquisadora Nancy Fraser (2007) inclui também todos atores não burgueses que aspiram à representação, os “contrapúblicos subalternos”. Estes se encontram

num estado semioposicional e seminegociado com relação à dominação vivida, utilizam todas as formas de contestação, como a manifestação, a

¹⁵ Em tradução livre, “mídia para todas as finalidades” – informação, diversão, debates de sociedades.

passeata, a discussão doméstica, o voluntariado, sem respeitar a racionalidade prática habermasiana (MAIGRET, 2010: 339).

A democratização efetua-se através de todos os espaços pequenos ou grandes que a compõem em modos frequentemente alternativos aos imaginados por Habermas. A democratização passa pela política como pela diversão de assistir um *reality show*.

Nancy Fraser (2007) diz que a esfera pública é atravessada por conflitos que podem levar a compromissos, a busca do ideal de consenso pode prejudicar a instrumentalização do conceito. Suas fronteiras não são estáveis, estão se reconstruindo o tempo todo, pois o desafio da representatividade é imenso. A esfera pública é, ao final, simultaneamente, pluralizada, hierarquizada e conflitual (FRASER, 2007).

Ao pensarmos no objeto de pesquisa desse trabalho, percebemos que a reflexão de Nancy Fraser é bastante útil. Grupos subalternos mobilizados, ou não, por movimentos sociais, atuaram na luta por reconhecimento e pelos direitos das mulheres ou dos negros, mobilizando conteúdos do programa BBB. Esses embates aconteceram nas redes sociais onde, nitidamente, nomearam suas diferenças e forçaram a ampliação do espaço público que, portanto, não pode ser visto como exclusivamente burguês. Há vários “contrapúblicos subalternos” concorrentes e isso nos aproxima de uma democracia mais ampla.

A corrente teórica “miyaculturas” propõe-se a percorrer esse espaço público polifônico, olhando, por exemplo, como diferentes vozes emergem nos produtos da televisão ou deles se apropriam. Trata-se de observar como os saberes, as linhas discursivas, entendidas como linhas de força, são veiculadas e como elas se vinculam com os públicos e sua vida cotidiana. A televisão se torna relacional, “guiada pela perspectiva da demanda e, em seguida, compassional: ela se apega às vivências dos indivíduos estabelecendo comunidades emocionais solidárias por uma suposta troca igualitária entre oferta e demanda” (MAIGRET, 2010: 342). Maigret reforça que “os *reality shows* e os *talk shows*, que tratam essencialmente desses assuntos (da vida cotidiana), foram, nos anos 1990, o terreno privilegiado da contestação anti-

habermasiana (...)", isto é, a esfera pública se ampliou, a televisão mudou e passou a ser vista com outro olhar.

Reality shows, segundo Maigret, foram frequentemente "condenados por seu *voyeurismo* e seu exibicionismo de 'tele-lixo'" (MAIGRET, 2010: 342), também por terem linguagem denunciadora que deplora a falta de gosto e de autenticidade, as intenções comerciais, a constituição dos convidados e participantes em personagens caricaturais e a instrumentalização da fraqueza das instituições sociais. No entanto, trata-se de resgatar este gênero pela rara oportunidade que ele oferece para observação de uma experiência estética coletiva, condensadora de interações sociais complexas.

Enfim, as contribuições do gênero *reality show* são várias, pelo olhar da "midia-culturas". Podemos dar créditos a eles pela ampliação do espaço público para o testemunho do que antes era visto como íntimo e pessoal. Nancy Fraser (2007) explica a rejeição violenta de programas como BBB ou *talk shows* pelo fato de entrarem em profunda ressonância com uma forma de emancipação das minorias, em particular das femininas: "os assuntos de *talk shows* são frequentemente 'problemas de mulherzinha', que até recentemente não eram considerados dignos de entrar na arena das questões públicas e que são expostos sem preocupação com *expertise*" (MAIGRET, 2010: 343). O acesso das populações tradicionalmente excluídas do espaço público, incluindo também minorias sexuais e étnicas efetua-se pelo testemunho, pelo relato que, longe de empobrecer os debates, reforça-lhes a complexidade.

Arriscaríamos dizer que o espaço público proporcionado por um programa como o *reality show* BBB, que tem se mostrado a cada edição como um espaço público conflitual, proporciona, explicitamente, um equilíbrio das diferenças, facilitando a representação dos menos poderosos e regulando os discursos dos mais poderosos, gerando um equilíbrio maior de forças.

A escolha pelo viés teórico da "midia-culturas", portanto, feita nesse trabalho porque ele referenda o princípio de que "os meios de comunicação são extensões das lutas e das partilhas simbólicas que fazem as sociedades" (MAIGRET, 2010: 359).

3. MÉTODO

Partiremos de uma metodologia que é a *framing analysis*, inaugurada por Erving Goffman e adaptada por Judith Butler no livro “Quadros de Guerra”. Paralelamente, usaremos a análise de redes para mapear as páginas do Facebook que têm ideologia feminista. Para que possamos mostrar que agentes de alguns movimentos sociais fizeram apropriações estratégicas de conteúdos do *Big Brother* Brasil, nesse processo foram propostos novos enquadramentos, numa tática de engajamento interessante e diferenciado. Escolher um *reality show* e suas polêmicas para alavancar suas pautas de discussões é uma busca pela inovação ética e afetiva.

3.1. Enquadramento

Tomaremos nesse trabalho a noção de que o jornalismo participa da construção social da realidade, ao invés de simplesmente espelhar a realidade já existente (TUCHMAN; DANIELS; BENÉT, 1978) (PONTE, 2005) e é um ator social de grande relevo.

A perspectiva metodológica do enquadramento, mais conhecida como *framing analysis*, incide suas análises sobre o universo cotidiano elevando-o a um novo patamar dentro das ciências sociais e humanas. As ideias de Goffman sobre enquadramento resultaram em sua obra “Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise”. A ideia central dessa obra é a de que a experiência de cada indivíduo resulta de como ele enquadra a realidade ao seu redor.

A maneira como Goffman passou a analisar denominou-se como enquadramento, que seria o jeito como as informações nos são apresentadas pelos veículos de comunicação, operadores jornalísticos. O interessante é a relação com a dimensão do social identificável por quem receberá tais informações.

Goffman define o enquadramento assim:

Parto do princípio de que as definições de uma situação são construídas de acordo com princípios de organização que governam eventos – pelo menos os sociais – e o nosso envolvimento subjetivo neles; *enquadramento* é a palavra que eu uso para referir-me a uma destes elementos básicos, tais

como sou capaz de identificar. Esta é minha definição de *enquadramento*. Minha expressão análise do *enquadramento* é um slogan para referir-me, nesses termos, ao exame da organização da experiência. (GOFFMAN, 2006: 11)

Goffman destaca que o enquadramento é individual, particular, é um conceito para análises de como cada sujeito se envolve subjetivamente em uma situação social. O autor alerta-nos para observarmos como os indivíduos se utilizam dos enquadramentos como estruturas cognitivas que são fundamentais para a sua percepção e trânsito pelas diversas realidades sociais como as quais tomam contato.

O jeito como cada um enquadra o que vê a realidade é reflexo de uma estrutura cognitiva empregada subjetivamente por cada um, assim, ele põe significados aos fatos que o cercam, e isso seria o quadro (*frame*). O indivíduo é ativo, tem capacidade de reflexividade.

O ato de atribuir significado a algo que, de outra maneira, estaria desprovido de significação é chamado por Goffman de esquema primário. Uma atividade enquadrada da qual se possa extrair um sentido sem a necessidade de recorrer a outro enquadramento prévio é essencialmente primária por definição.

Na década de 1980, os enquadramentos começam a ser estudados no campo da mídia, especialmente por trabalhos de Robert Entman (1989) e Gaye Tuchman (1993). De lá para cá, foram difundidos vários métodos e técnicas para captar a essência dos quadros explorados pelos meios de comunicação, com especial atenção às notícias jornalísticas.

Os enquadramentos jornalísticos consistem em narrar um acontecimento transformado em notícia, selecionando aspectos que deem à narrativa sobre ele inteligibilidade a partir de estruturas cognitivas e quadros de referências que conduzirão a uma determinada visão, dentre uma série de outras possíveis, relativamente ao que é apresentado ao fluido da informação daí resultante (CARVALHO, 2009).

Além do jornalismo, os postulados de Goffman também influenciaram a análise da comunicação em âmbitos políticos. Trabalhos como de Snow e Benford (1998) discorrem sobre como os atores coletivos inseridos no processo de mobilização social empregam quadros interpretativos da realidade, permitindo-lhes analisar sua situação atual e promover reivindicações públicas.

O enquadramento de Goffman assim se estabelece como um valioso dispositivo teórico e, especialmente, uma boa metodologia para análise de comunicação midiática e também política.

3.1.1. Enquadramento em Judith Butler - *Quadro de Guerras*

Judith Butler transita por diversas áreas (como a psicanálise, as teorias feministas, gays e lésbicas, e o pensamento pós-estruturalista) para problematizar a identidade, revelando-a provisória e em constante reconstrução. Iremos nos apoiar em sua obra intitulada “Quadros de Guerra” (Butler, 2015).

A obra reúne um conjunto de textos voltados ao debate sobre a guerra entre os Estados Unidos e o Iraque, ocupa-se também da tortura dos prisioneiros de Guantánamo. O pano de fundo é o debate sobre quais vidas têm o direito a serem reconhecidas e, portanto, são passíveis de luto, e quais outras são construídas como descartadas. Sua atualidade no Brasil pode ser constatada todos os dias nas páginas do noticiário, onde se pode ler a diferença entre vidas que são passíveis de luto e as que não são. Butler ocupa-se tanto do enquadramento da cobertura da guerra quanto do uso da fotografia (SONTAG, 2003). É nesse contexto que a autora discute a condição de reconhecimento do homossexual, a tortura como política de Estado e a biopolítica como uma forma engenhosa de controle de corpos submetidos aos mais diversos tipos de poder.

Judith Butler tem a intensão de mostrar como a vida é frágil diante das estruturas estatais de poder e das normas de gênero, assim se utiliza do enquadramento de Goffman.

Por todo o livro, Butler questiona-se sobre a violência e a possibilidade de uma ética política que seja capaz de banalizar a violência de Estado e as novas formas de poder. Sustenta que a política necessita compreender a precariedade como condição vital generalizada. A vida entendida como vida precária implica dependência de redes e de condições sociais.

Butler critica duramente o papel dos meios de comunicação dominantes na regulação dos afetos. A mídia converte-se em parte da guerra e do aparato que leva

à destruição populações que não se encaixam, nem são adequados ao que se imagina como humano no Ocidente. As práticas de representação e as imagens resolveriam entre as possibilidades de humanizar e de desumanizar. A guerra se sustenta e funciona por meio da modelação, pelas diferentes formas de expressões midiáticas, dos sentidos e dos afetos, já que a mídia controla o que se pode mostrar e o que se deve ocultar.

O quadro, ou o enquadramento, que pretende determinar como e o que se vê, tem que circular a fim de estabelecer sua hegemonia. Como nas performances de gênero, essa circulação apresenta caráter historicamente contingente do quadro (com suas exposições e ocultamentos), revelando-o como enganoso, abrindo possibilidades insurgentes. Isso pode ser observado quando prisioneiros de Guantánamo escreveram poemas nos quais há traços de uma cultura poética que perfaz movimento contra o poder estatal. A divulgação da poesia de Guantánamo, a circulação de fotos da guerra e a imagem digital fora dos muros de Abu Ghraib sinalizam que a circulação do texto e da imagem por fora desse confinamento oferece condições para outro tipo de resposta moral.

A escolha pela teoria de enquadramento de Butler nesse trabalho fez-se porquê a autora acrescenta conteúdos importantes ao conceito de Goffman. Ela enfatiza a necessidade de se refletir sobre as representações do conflito nos meios de comunicação. Em outras palavras, as formas como o conflito é enquadrado são essenciais para garantir a legitimidade e, portanto, sua viabilidade política. Parte da missão da esquerda seria resistir aos enquadramentos impostos por forças conservadoras e imaginar novas possibilidades de apresentar os problemas para o grande público, produzindo outras formas de engajamento ético e afetivo. O uso do *Big Brother* Brasil pelos movimentos sociais em um novo enquadramento, o que vamos analisar adiante, já seria uma tática de engajamento diferenciado. Escolher um *reality show* e suas polêmicas para alavancar suas pautas de discussões é uma busca pela inovação ética e afetiva.

Dois momentos são importantes nesse movimento. O primeiro é o que Butler chama, inspirada pelo cinema de Tíng Minh-há, da possibilidade de *enquadrar o enquadramento* e, portanto, *enquadrar o enquadrador*. Uma atividade difícil e reflexiva, pois se deve questionar a moldura e mostrar que “ela nunca conteve de fato

a cena que se propunha a ilustrar, que já havia fora, que tornava o próprio sentido de dentro possível, reconhecível” (BUTLER, 2015: 24). O segundo momento importante é criar novos enquadramentos. Trata-se de uma

luta no âmbito das aparências e dos sentidos, buscando a melhor forma de organizar a mídia a fim de superar as maneiras diferenciais através das quais (...) uma vida é considerada como valorada ou, simplesmente, com uma vida a ser vivida (BUTLER, 2015: 255).

As novas maneiras de enquadrar, ou novos enquadramentos, devem ter a capacidade de mostrar que outras vidas também têm valor e que estão expostas aos mesmos desafios que as nossas, portanto, dignas de proteção.

3.2. Estudos de recepção latino americanos

Os estudos de recepção, inspirados nos estudos culturais ingleses, veem que o receptor tem recursos para dialogar com as mensagens que recebe de maneira a recriar os conteúdos. Barbero acredita que “a fonte em que bebe para negociar com as mensagens televisivas, ou melhor, interagir com elas, está na própria cultura em que está inserido” (BARBERO, 2008: 289). Para o autor, por menor que seja a influência do receptor na recepção do conteúdo, ela é significativa e é nesse ponto que se verifica o caráter comunicativo da cultura.

As pesquisas de audiência, por muito tempo, não admitiram os vários significados das palavras de um texto dirigido aos telespectadores. Hall (2006) propôs uma maneira inovadora de realizar estudos de mídia, dando espaço para pensar a comunicação como um circuito de sentidos, no qual não existe uma leitura pré-formada das mensagens. O autor aponta que apesar de polissêmica, a mensagem sempre sugere um sentido. De acordo com Schiramm, “(...) o processo de produção de sentidos é restrito tanto pelas estruturas e mecanismos internos do texto que favorecem certas leituras e bloqueia outras, quanto pelas origens culturais do receptor” (SCHIRAMM, 2006: 14).

O processo da recepção abarca cada sujeito em seus papéis sociais representados no cotidiano. Tudo isso influencia na recepção da mensagem midiática. Para Schirmann (2006), todas as funções desempenhadas pelos agentes suscitam mensagens que se interseccionam com as midiáticas. A noção de que a mensagem tem vários significados revela uma abertura de sentido do texto, com uma intenção na mensagem. No entanto, apesar do caráter polissêmico da mensagem, existe o sentido que o emissor quer apresentar.

Os estudos culturais têm uma preocupação com os *mass media* e sua capacidade de identificar as tendências da cultura contemporânea: “em determinados momentos, a cultura popular resiste e impugna a cultura hegemônica; em outros, reproduz a concepção de mundo e de vida das classes hegemônicas” (ESCOSTEGUY, 2006: 149). Escosteguy assegura que essa situação implica em um processo de reprodução e resistência que segue seu curso com viés cultural, constituído pelos sujeitos imersos nessa cultura. Esse olhar dos estudos culturais ajudará a análise aqui proposta, da recepção midiática das jovens, de páginas feministas. A intenção é averiguar os procedimentos de resistência desse grupo e compreendê-los pelas suas ações e interações, tais como curtidas, comentários, respostas nas postagens sobre o BBB.

Os estudos culturais primam pela interdisciplinaridade. Os processos de comunicação são parte das ciências sociais, estabelecendo uma vertente singular dos estudos culturais “com forte atenção na base social dos processos culturais” (ESCOSTEGUY, 2001: 43). É interessante perceber que os estudos de recepção olham para aspectos singulares da América Latina:

(...) experiência do popular vinculada ao espaço da comunicação foi protagonista da emergência dos estudos culturais no contexto latino americano. Por esta razão, o objeto preferencial de estudo desta perspectiva se concentra no espaço do popular, nas práticas da vida cotidiana, fortemente relacionadas com as relações de poder e conotação política. Esta é uma das singularidades do processo latino americano que se revela no acento do viés sociocultural. Disciplinarmente evidenciado no triângulo da comunicação, sociologia e antropologia” (ESCOSTEGUY, 2001: 49).

As investigações culturais percorrem um longo caminho até chegar ao receptor. Um dos recursos para fugir à perspectiva mediocêntrica e atentar para um receptor mais ativo sugere o efeito das mediações sobre a mensagem dos receptores.

Para Barbero (2008), a comunicação estudada na América Latina antes dos anos 1980 desconsiderou a relevância do papel do público. Na verdade, o autor chama atenção para o fato de que o estudo hegemônico dos meios não deixa margem para a investigação de uma recepção mais ativa. Assim, ele afirma que

(...) entre emissores dominantes e receptores dominados, nenhuma sedução, nem resistência. Só a passividade do consumo e a alienação decifrada na imanência de uma mensagem – texto- nunca atravessada por conflitos e contradições, muito menos por lutas (BARBERO, 2008: 282).

Os estudos de Barbero ressaltam a vida, a iniciativa e a criatividade dos sujeitos. A presente pesquisa também irá valorizar a capacidade reflexiva dos públicos. Barbero (2008) comenta que o processo de comunicação não se encontra no estudo dos meios, tampouco está nas mensagens de forma isolada, mas, na interação entre o meio e o receptor. O autor defende que um consumidor não somente crê, mas deixa pistas a respeito do que acredita, ao considerar os modos de uso dos meios.

3.3. Análise de redes

A comunicação não é algo estático. Ela existe a partir de uma rede essencialmente em movimento, decorrente da dinâmica das relações pela qual os integrantes da rede compartilham informações, percepções e valores. Nessa perspectiva, a rede é compreendida como “uma estrutura de interconexão instável, composta de elementos em interação, e cuja variabilidade obedece a alguma regra de funcionamento” (MUSSO, 2004: 31). Ao mesmo tempo em que ela constitui a realidade da organização, ela pode modificar estruturas e comportamentos.

Podemos afirmar que há uma contínua influência entre a posição e as relações que cada membro da rede estabelece com os demais. Leva-se em conta que as posições dos atores influenciam a lógica da interação, as ações, preferências, projetos e visões de mundo, assim como o acesso aos distintos recursos de poder. O grande diferencial do estudo das redes é a possibilidade de ir além dos atributos

individuais, que constituem a forma de abordagem mais comum nas ciências sociais (SOARES, 2002). Enquanto grande parte dos estudos centra-se no ator, o estudo das redes permite uma análise da dinâmica relacional (HANNEMAN, 2001). Ele possibilita até mesmo um acompanhamento comparativo de seus movimentos, pois indica “mudanças e permanências nos modos de comunicação e transferência de informações, nas formas de sociabilidade, aprendizagem, autorias, escritas e acesso aos patrimônios culturais e de saberes das sociedades mundializadas” (HANNEMAN, 2001: 123).

Nesse tipo de abordagem de rede também há a possibilidade de captar a complexidade das interações. A não linearidade possibilita um olhar aproximado da complexidade inerente às relações que os membros da rede estabelecem. A perspectiva de rede leva em conta os fluxos e a dinâmica de funcionamento das páginas nas redes sociais.

Ao analisar as interações sociais pelo olhar das redes podemos observar as relações formais e informais, perceber atores ou grupos integrados ou isolados, assim como percebermos a natureza das interações: políticas, profissionais, pessoais e institucionais. A análise pela rede também é útil para compreender a interdependência dos atores sob um enfoque de influências não apenas mútuas, mas múltiplas decorrentes das interações intra-organizacionais e inter-organizacionais.

A análise de redes é utilizada por pesquisadores de vários campos do conhecimento como saúde pública, processamento e tecnologia da informação, ciência política, sociologia, economia e geografia. Na literatura das ciências sociais, o estudo das redes conjuga conceitos como sociabilidade, capital social, poder, autonomia e coesão social com medidas como densidade e centralidade, tanto para análise das relações cotidianas, quanto para grupos de atuação coletiva (SANT´ANA, 2011). Uma representação da rede é um jeito poderoso de estudar as propriedades de um sistema.

3.4. Análise de conteúdos

O método de análise de conteúdo proporciona-nos a compreensão da construção de entendimento que os atores sociais colocam pra fora em seus discursos. Ou seja, ao analisar o conteúdo, podemos ter o entendimento das representações que os indivíduos têm sobre sua realidade, de como eles interpretam os significados a sua volta.

A análise de conteúdo não obedece a etapas rígidas, mas sim a uma reconstrução simultânea com as percepções do pesquisador com vias possíveis nem sempre claramente balizadas (BARDIN, 1994).

Para Bardin (1994), o estudar pelo prisma do conteúdo abrange as iniciativas de explicitação, sistematização e expressão do conteúdo contidos em mensagens, com a intenção de se efetuarem deduções lógicas e justificadas a respeito da origem dessas mensagens. Entender quem as emitiu, em que contexto e/ou quais efeitos se pretende causar por meio delas é essencial. Mais especificamente, a análise de conteúdo constitui

um conjunto de técnicas de análise de comunicação visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens (Bardin, 1994:42).

Podemos concluir que Bardin entende que a análise de conteúdo transita entre o rigor da objetividade e a profundidade da subjetividade. O resultado dessa oscilação entre um ponto e outro é a elaboração de indicativos que podem ser quantitativos ou qualitativos que nos podem levar a uma outra leitura da comunicação, baseando-se na dedução, na inferência. Essa outra leitura tem como intenção revelar o que está escondido, latente ou subentendido na mensagem.

Logo, a análise de conteúdo pode ser utilizada tanto em pesquisas de cunho quantitativo, quanto qualitativo nas ciências sociais. Minayo (2000) acredita que a grande importância da análise de conteúdo consiste, justamente, em sua tentativa de impor um corte entre as intuições e as hipóteses que encaminham para interpretações mais definitivas, sem, contudo, afastar-se das exigências atribuídas a um trabalho científico.

A metodologia de análise de conteúdo que será utilizada aqui para a coleta e sistematização dos dados não pode ser confundida com análise de discurso. Essa é uma abordagem filosófica que busca compreender a origem dos enunciados, sua inserção em dados contextos e a produção de significados. Como esse trabalho trabalhará com enquadramento, como apontamos anteriormente, a coleta e sistematização pela metodologia de análise de conteúdo será útil, pois se destina a classificar e categorizar qualquer tipo de conteúdo, reduzindo suas características a elementos-chave, de modo com que sejam comparáveis a uma série de outros elementos. Como Irving Janis (1982) sintetiza:

A análise de conteúdo fornece meios precisos para descrever o conteúdo de qualquer tipo de comunicação: jornais, programas de rádios, filmes, conversações quotidianas, associações livres, verbalizadas, etc. As operações da análise de conteúdo consistem em classificar os sinais que ocorrem em uma comunicação segundo um conjunto de categorias apropriadas. (JANIS, 1982: 53).

Concluimos então que a análise de conteúdo utilizada aqui será para mapear sinais e entendimentos, para a compreensão da disputa discursiva entre grupos sociais.

4. DADOS

4.1. Coleta e sistematização dos dados

O caminho percorrido por esse trabalho para a análise de dados foi a montagem de redes – mapeamento das páginas feministas. Analisamos, então, as postagens da página *web* oficial do BBB dentro do recorte estabelecido e por último as postagens sobre a mesma temática do recorte em páginas de movimentos sociais feministas, essas sempre dentro do mapeamento inicial da rede de páginas feministas.

4.1.1. Facebook e páginas feministas – análise de redes

Nos anos 1990, com a popularização do microcomputador e do acesso à internet, a plataforma de comunicação e de ação dos movimentos sociais expandiu-se para além dos panfletos e da rua. Cunhou-se a expressão “Movimentos Sociais em Rede”, principalmente após a Primavera Árabe e as Jornadas de Junho de 2013, no Brasil. Então, compreender a dinâmica dos espaços digitais é fundamental para delimitar e estudar a ação dos movimentos sociais na rede.

Qual seria o caminho para demonstrar que os movimentos sociais disputam discursivamente e que existem embates de enquadramentos com o conteúdo produzido por uma emissora de televisão?

Nesse trabalho, trilharemos pelos movimentos sociais feministas, pois esses têm demonstrado força na busca de novos enquadramentos, isto é, enquadramento de enquadramentos através dos *posts* de páginas de movimentos feministas, além de mostrar que há disputas discursivas e ressignificações de conteúdos. Outras escolhas seriam possíveis aqui, como o movimento negro, no entanto, essa pesquisa limitou-se a páginas de Facebook de movimentos feministas.

Esse mapeamento¹⁶ inicial irá facilitar o entendimento dos diferentes enquadramentos produzidos por essas páginas.

Nesse item, apresentaremos dados quantitativos. Analisaremos primeiro as páginas dos movimentos sociais feministas no Facebook e a página oficial do *Big Brother Brasil*. Quanto a páginas feministas, queremos saber se há uma ação virtual homogênea entre esses grupos, que páginas são as mais seguidas, quais têm maior engajamento, por isso construiremos a rede dessas páginas.

A informação gráfica que a rede proporciona será valiosa para percebermos se as páginas de movimentos feministas têm engajamento. Esse momento é para reconhecer o campo, portanto uma análise quantitativa da página oficial do BBB também será feita.

Para esse entendimento, precisamos gerar, utilizando a ferramenta Netvizz, montar, fazer a rede de páginas feministas do Facebook¹⁷. A delimitação do corpus desta pesquisa em *fan-pages* é uma estratégia para contornar as limitações de privacidade do Facebook e dilemas éticos de pesquisa. Assim, focamos apenas em páginas de caráter público (GIGLIETTO, ROSSI, BENNATO, 2012).

Para isso, coletamos a identificação de cem páginas feministas, que estão na tabela a seguir. Importante esclarecer que essas cem *fan-pages* reúnem páginas de diferentes tipos e modalidades: há páginas que são declaradamente de militância e luta feminista, das diferentes vertentes do movimento, como páginas de artistas que têm discurso feminista, assim como páginas de maternidade, poesia, grafite, música, entre outras artes, mas o que todas têm em comum são postagens com discurso feminista.

¹⁶ Esta etapa do desenho metodológico foi adaptada de pesquisas recentes que vêm abrindo caminho para a cartografia das mídias sociais (RECUERO, 2015; SANTOS JR, 2016).

TABELA 1 – PÁGINAS DO FACEBOOK QUE FORAM MAPEADAS

NOME DA PÁGINA	
	continua
1	A favor da despenalização do Aborto
2	A Mulher negra e o Feminismo
3	Aborto é um direito - Pela Legalização
4	Agência Patrícia Galvão
5	Aline Valek
6	Anarkomacho desnecessário
7	Anistia Internacional Brasil
8	As Minas da Historia
9	Az Mina
10	Biscate Social Club
11	Blogueiras Feministas
12	Café, Tesão, Feminismo e Revolução
13	Cantada na Rua
14	Carol Rosseti
15	Casa da Maria
16	Católicas pelo direito de decidir
17	Cfemea feminista
18	Clara Aberbuck
19	Como Assim não é feminista

20	Confeitaria Mag
21	Convenção das Bruxas Feministas Destruidoras do Patriarcado
22	Curta o Gênero
23	Diários de uma feminista
24	É pela Dignidade feminista
25	Empodere duas mulheres
26	Empreendedorismo Rosa
27	Escreva Lola Escreva
28	Feminazi stole my ice cream
29	Feminismo de $\frac{3}{4}$
30	Feminismo Deboísta
31	Feminismo na Rede
32	Feminismo Poético
33	Feminismo Político
34	Feminismo Revolucionário
35	Feminismo Sem Demagogia
36	Feminista Cansada
37	Feministas conspirando
38	Feministas do Cariri
40	Frente Nacional pela Legalização do Aborto

NOME DA PÁGINA

continuação

41	Geledés
42	Gige UFBA
43	Grafites Feministas
44	Hoje eu quero voltar sozinha
45	Imprensa Feminista
46	Indiretas Feministas
47	Instituto Maria da Penha
48	Já Falou pro seu filho hoje
49	Kaol Porfírio
50	Ladys Comics
51	Latinidades
52	Livre do Abuso.
53	Lugar de Mulher
54	Machismo chato de cada dia
55	Mães de Maio
56	Magra de Ruim
57	Marcha da Mulher Negra
58	Marcha das Vadias DF
59	Marcha das Vadias RJ

NOME DA PÁGINA

continuação

60	Marcha das Vadias Sampa
61	Marcha Mundial das Mulheres
62	Marcia Timburi
63	Maria Clara Araújo
64	Minas Nerds
65	Movimento Mulheres na Luta
66	Mulher Negra
67	Mulheres na Computação
68	Mulheres nos Quadrinhos
69	Não aguento quando
70	Não Me Kahlo
71	Não me obriguem a uma cesárea
72	NegaHamburger
73	No Fluxo você sabe que ela quer
74	Nós, mulheres da periferia
75	Novas regras da internet das minas
76	O Machismo Nosso de Cada dia
77	Olmo e a Gaivota
78	ONU Mulheres Brasil
79	Outras Meninas

NOME PÁGINA	
	continuação
80	Panmella Castro
81	Pensamento Feminista
82	Plano Feminino
83	Por uma cerveja Feminista
84	Por uma pitada de Feminismo
85	Preciso de feminismo porque
86	Putinhas aborteiras
87	Que nega é essa
88	Quebre o ciclo
89	Quem ama abraça
90	Revista Geni
91	Rio Festival de Gênero e sexualidade no cinema
92	Secretaria de Políticas para as mulheres
93	Tá, mas e ozomi
94	Think Olga
95	Transfeminsimo
96	Universidade Livre Feminista
97	Vamos Juntas?
98	Ventre Feminista
99	Vigília Feminista

NOME PÁGINA	
	continuação/conclusão
100	Vote numa Feminista

FONTE: GRUPO DE PESQUISA MIDIA CULTURAS

Cada página dessa tem a denominação de “página-semente” ou “nó”, pois de cada uma dessas páginas, outras aparecerão no gráfico da rede.

Cada ponto do gráfico a seguir representa uma página do Facebook, um “nó”. Essas páginas “curtem” ou são “curtidas” entre si, considerando as cem páginas selecionadas. O gráfico mostra as entradas e saídas de cada uma dessas páginas. Essa representação gráfica chamamos de rede, pois é a relação virtual existente no momento do processamento dos dados das páginas já citadas.

Como podemos ver, a rede¹⁸ de 100 páginas feministas nos apresentou 6853 nós, cada nó é uma página do Facebook, o que reflete uma rede complexa e percebemos grandes grupos de interação. Há páginas que têm muitas saídas, ou seja, curtem dezenas de outras páginas, assim como há páginas que possuem dezenas de entradas. Importante salientar que nesse gráfico só se considera a relação página-página, portanto os seguidores individuais, as contas de pessoas no Facebook, não são mostradas aqui. Assim como não destacamos as páginas com maior número de seguidores.

Para mapear as conexões entre os perfis e identificar agrupamentos ou, usando o termo técnico, “clusterizações”¹⁹, aplicamos no Software Gephi o filtro *Modularity Class* em Partições. O algoritmo da modularidade (*modularity class*) nos permite analisar as perspectivas da rede, ou seja, conceitos e pensamentos comuns entre os grupos, divididos por cores. Propomos uma análise das comunidades e suas

¹⁸ Após gerar o arquivo compactado da rede de cada uma das páginas na tabela, abrimos os dados no software Gephi 0.9.1 e geramos a rede dessas 100 páginas rodando a estatística *modularity class* em grau 1 de proximidade, o que gerou uma rede de 100 grafos, 6853 nós (outras páginas curtidas por essas 100 páginas) e 45.860 arestas (entradas e saídas de curtidas dessas 100 páginas).

¹⁹ Agrupamentos com afinidades e proximidades.

funções e, apesar de reconhecer a importância dos protagonistas na rede, evitamos centralizar o discurso para construir uma rede plural de mensagens e interações.

Em sua arquitetura de ligações, o Facebook possui a função de curtir fan-pages. Com isso, páginas podem seguir outras páginas, cumprindo função similar ao repositório de *links* dos *blogs*. Ou seja, cada canal estabelece conexões com outros canais com finalidades diversas, por exemplo, acompanhar o conteúdo, compartilhar ou definir um campo de atuação comum. Na prática de uso cotidiano do Facebook, para seguir outra página, o administrador deve acessar a conta de seu canal com sua senha e acionar o botão “curtir” da página desejada. Sendo assim, é uma ação que mostra estruturalmente como os canais seguem uns aos outros, a partir de escolhas feitas pelos administradores.

Se escolhermos 100 “páginas-sementes” de discussão feministas, não era pra ter uma cor só no gráfico a seguir?

GRÁFICO 1 – REDE NETWORK DAS 100 PÁGINAS FEMINISTAS DO FACEBOOK MAPEADAS



FONTE: BASE DE DADOS GRUPO DE PESQUISA MIDIA CULTURAS

No primeiro olhar desse gráfico acima já vemos que, apesar de iniciarmos com cem páginas feministas, a rede formada por elas não é homogênea, de uma cor só. Mas ao mesmo tempo vemos que a rede é grande, vasta, com mais de quatro mil páginas. Já podemos arriscar a dizer que o movimento feminista aqui analisado é diversificado, várias cores na rede, com várias maneiras de lutar.

No gráfico 1, é possível identificar um núcleo denso onde se concentram vários “clusters”, grupos, como uma rede de apoio, estabelecendo uma situação de cumplicidade entre as mulheres. A reunião por cores aproxima páginas que se relacionam mais. O que nos diz que apesar das páginas-sementes terem em comum

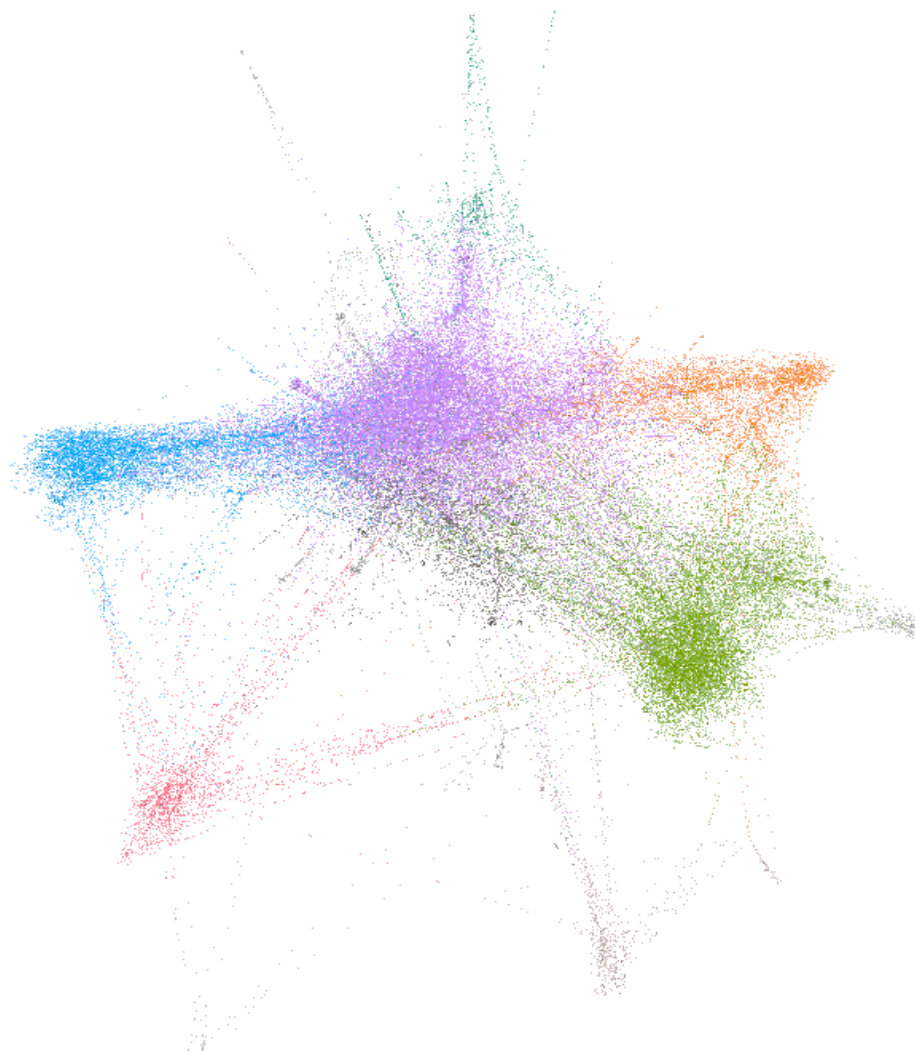
postagens de cunho feministas, a rede formada por elas é diversificada e heterogênea, portanto os movimentos feministas têm entrada e saída em vários tipos de grupos nas discussões virtuais.

Apesar de tal heterogeneidade podemos percebermos com esse gráfico acima que a internet, em alguns contextos, pode ser um espaço de organização coletiva e de vocalização das violações cotidianas sofridas por grupos minoritários, caso dos movimentos feministas, que exercem uma forma de empoderamento e mobilização social. Podemos arriscar que o gráfico 1 traduz o sentimento de “você não está sozinha!”, ou a palavra *sororidade*, que tem se popularizado nos movimentos feministas.

Importante salientar que essa rede acima só está com esse desenho gráfico pois utilizamos o recurso da gravidade, fato que faz com que os pontos, páginas, fiquem reunidos sem considerar seus distanciamentos de discussões e pautas. Simplificando: uma bolinha azul estar ao lado de uma bolinha preta, no gráfico 1, não quer dizer que essas páginas se relacionam, se estão com cores diferentes possuem discussões e formas de discussão diferentes.

Como sei se uma página está próxima ou distante da outra? Retirando o recurso da gravidade. Veja no gráfico a seguir.

GRÁFICO 2 – REDE NETWORK DAS 100 PÁGINAS FEMINISTAS DO FACEBOOK MAPEADAS – SEM GRAVIDADE



FONTE: BASE DE DADOS GRUPO DE PESQUISA MIDIA CULTURAS

Quando se utiliza o recurso estatístico de tirar a gravidade do grafo, percebemos que há vários polos de discussão (gráfico 2 - acima) e o quanto as páginas, apesar de serem de uma rede de páginas feministas, podem estar distantes. O recurso gravidade que o *software* possui nos dá a possibilidade de organizar os nós, nossos atores são páginas de Facebook, agrupados sem considerar seus distanciamentos ou proximidades de conexão. Sem acionar a gravidade, podemos perceber o quanto os atores, páginas de Facebook aqui analisadas, estão distantes ou com uma intensa relação de conexão.

Tiramos a ação da gravidade, portanto, percebemos o distanciamento das páginas, o que nos mostra que não há uma homogeneidade de discussão e pautas. Os “clusters”²⁰ estão separados e em regiões diferentes, mas há um núcleo forte com muito engajamento, no *cluster* em cor lilás do gráfico 2 (acima).

Esta é uma rede de ligações bidirecionadas. Isso quer dizer que as conexões entre os nós possuem uma função de saída e de entrada. Cada nó possui duas métricas, o grau de saída significa quantas páginas daquele universo ele segue, e o grau de entrada, o número das demais páginas que seguem um nó determinado. Para os fins da investigação deste trabalho, o grau de saída mostra o papel ativo dos canais em reconhecer seus pares dentro da rede, referenciando outros agentes de atuação feminista. Já o grau de entrada é uma importante medida de redes que mostra quão bem posicionado um agente está na estrutura da rede feminista e qual sua possibilidade de influenciar as demais páginas.

O que cada agrupamento por cor quer dizer? Vamos tirar essas “fatias” do grande gráfico e vamos analisar individualmente.

Para melhor compreensão dessa diversidade, faremos a seguir uma análise por *cluster*, colocando a rede de cada agrupamento isoladamente, todos sem a gravidade, o que nos dá uma noção mais real da relação entre essas páginas, e uma tabela com as 15 páginas de maior relação (*degree*²¹) dentro de cada *cluster*.

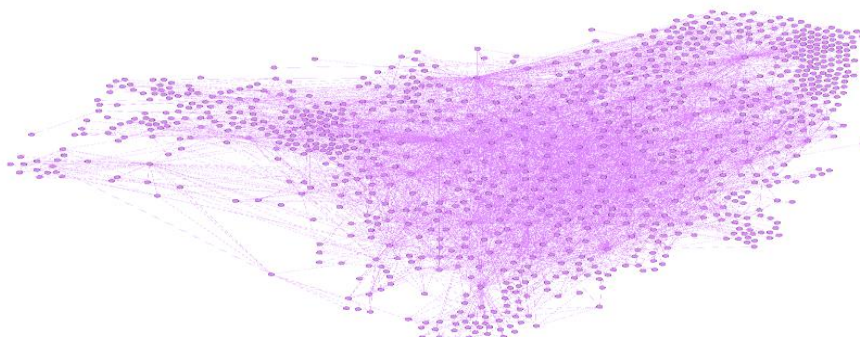
Como resultado, após gerar estatísticas por modularidade (*modularity class*), temos o agrupamento (*clusters*) de 16 diferentes comunidades. Isto é, a rede está dividida em 16 grupos, no entanto, são 10 os grupos mais expressivos, pois apresentam mais de 3% de páginas – nós - agrupadas.

O *cluster* 1, lilás, (gráfico 3 - abaixo) que está no centro da rede (gráfico 2 – acima), apresenta 29,66% das páginas totais. Nesse grupo, há 1257 páginas com 8708 arestas (curtidas entre páginas).

²⁰ Grupos formados pela proximidade estatística

²¹ Soma de *indegree* e *outdegree*, isto é, as páginas com a maior soma de entradas e saídas de curtidas dentro da rede.

GRÁFICO 3 – REDE NETWORK *CLUSTER* 1



FONTE: GRUPO DE PESQUISAS MIDIA CULTURAS

As páginas com mais curtidas e de maior influência estão na tabela 2²² a seguir, são as páginas de militância feminista que debatem o combate ao machismo e a violência contra a mulher.

O ranking de relações mostra a página “Grafites Feministas” em primeiro lugar com *degree* de 936, mas esse índice é alto em razão do número de saídas (*outdegree*), que é de 811 curtidas. As demais páginas do *ranking* são de comunidades de militância feminista mesmo com páginas com alto número de seguidores (as). Interessante é que sete dessas páginas de alta movimentação não permitem que usuários façam postagens, isto é, somente aceita que comentem as postagens da própria página, centralizando as pautas e discussões. Teríamos que questionar o motivo disso: seria por quererem se proteger de postagens de ideologias diferentes? Ou seria apenas tática de controle de pauta? Sendo páginas que representam movimentos sociais feministas, é estranho esse bloqueio de postagens de usuários. Uma investigação é necessária.

²² O ranking das 15 páginas de cada “cluster” foi feito pelo índice *degree*.

TABELA 2 – PÁGINAS CLUSTER 1

Label	<i>Indegree</i> ²³	<i>Outdegree</i> ²⁴	<i>Degree</i> ²⁵	<i>Like count</i> ²⁶	<i>Talking about count</i> ²⁷	<i>Category</i> ²⁸	<i>Users can post</i> ²⁹
Grafites feministas	125	811	936	37020	1594	Community	Yes
Blogueiras feministas	263	176	439	70070	1463	Society/Culture Website	No
Feminismo na Rede – Original	90	345	435	20182	49	Community	Yes
Católicas Direito de Decidir	91	280	371	33216	280	Non-Governmental Organization (NGO)	No
Feministas Revolucionárias	49	213	262	300269	174116	Cause	No
O machismo nosso de cada dia	185	60	245	148211	377	Community	Yes
Coletivo de Mulheres PUC-Rio	48	195	243	6112	206	Society/Culture Website	Yes
Blogueiras Negras	224	5	229	221639	1378	Society/Culture Website	No
Marcha das Vadias Rio de Janeiro	77	152	229	13360	517	Political Organization	Yes
Marcha das Vadias Campinas	38	160	198	3510	85	Community	Yes
Marcha das Vadias de Brasília	83	113	196	16478	577	Community	Yes
Geledés Instituto da Mulher Negra	187	5	192	366179	177584	Society/Culture Website	No

²³ *Indegree* – número de entradas, páginas da rede que curtiram/seguem essa página.

²⁴ *Outdegree* – número de saídas, páginas que essa página curte/segue.

²⁵ *Degree* – soma de entradas e saídas, portanto, mostra nível de relacionamento da página.

²⁶ *Like count* – número de seguidores.

²⁷ *Talking about count* – citações, mostra quantas citações a página tinha no momento do monitoramento.

²⁸ *Category* – categoria da página. Esse item é feito pelo(a) criador(a) da página, portanto não há um critério padrão, o que dificulta a análise por categoria. Exemplo: há Organizações Não Governamentais que estão categorizadas como Comunidades.

²⁹ *Users can post* – se os seguidores/usuários do Facebook podem escrever na página. Se estiver “yes”, quer dizer que os usuários podem escrever/postar na página. Se estiver “no”, quer dizer que a página é bloqueada para postagens de usuários.

Feminismo Sem Demagogia - Original	84	105	189	962937	127668	Community	No
Machismo chato de cada dia	134	54	188	34379	87	Community	Yes
A Favor da Despenalização do Aborto	87	96	183	54082	198	Cause	No

O *cluster 2*, que está na cor verde oliva, apresentado no gráfico 4 que está a seguir, tem 781 nós (páginas) reunidos com 6753 arestas (curtidas entre páginas) o que representa 18,43% da rede total. Ele reúne várias páginas do movimento de homens negros e mulheres negras, algumas revistas, a Anistia Internacional, entre outras páginas sobre criminalização da violência. Não está na tabela a seguir, mas sim na planilha completa, os vários músicos de rap que aparecem nesse *cluster*, com destaque para Emicida, Mano Brown, Criolo e Racionais MC.

GRÁFICO 4 – REDE NETWORK *CLUSTER 1*



FONTE: GRUPO DE PESQUISA MIDIA CULTURAS

Assim como no *cluster 1* (lilás) das 15 páginas ranqueadas na tabela, 7 não permitem postagens de usuários. Na tabela 3, há páginas que se classificam com organizações, comunidades, revistas e organizações políticas, além da página oficial do deputado federal Jean Willys e do jornalista André Caramante.

Um dos destaques desse *cluster* é a página “Mães de Maio”, que é uma comunidade de mulheres que perderam seus filhos e filhas em mortes violentas. A página aborda a violência institucional da polícia contra as minorias como forma de extermínio, publica muito sobre rebeliões e o não cumprimento dos direitos humanos em penitenciárias brasileiras. Dentro do *cluster* verde oliva, essa página “Mães de Maio” é a que possui maior *degree*, 760. Isso quer dizer que ela é seguida por 239 páginas da rede e segue 521 páginas. Como vemos, há um maior número de saídas, segue mais. Podemos inferir que “Mães de Maio” está acompanhando em alto nível as discussões da rede.

A página com maior número de menções (*talkin about count*) é a “Passe Livre São Paulo” - no período de análise de dados eram mais de 330 mil menções. O “Passe Livre São Paulo” é um movimento social que se diz autônomo e que luta por um transporte público sob controle popular e sem catracas.

A página do Deputado Federal Jean Wyllys, ex participante do BBB, se pauta na luta pelos direitos de minorias, com destaque a causa LGBT. Notamos que a página fez raras postagens sobre *Big Brother*, uma delas, de 2014, o ex participante critica os excessos de desprezo e ódio ao programa. Wyllys ressalta que os que criticam e falam mal do programa são os mesmo que durante o ano todo expõem suas intimidades nas redes sociais. Ele diz:

Basta que se iniciem as chamadas do BBB para que o Facebook seja invadido por postagens criticando/atacando o programa, anunciando que não se assistirá ao reality show e/ou ameaçando de exclusão os "amigos" que venham a comentá-lo (...). Nada mais contraditório! Essas pessoas passam o ano inteiro expondo suas entranhas no Facebook (da foto no espelho da academia às férias em família, passando pelo prato que comem todo dia e seus conflitos pessoais); dando detalhes minuto a minuto de suas ações e se envolvendo em bate-bocas com os "amigos" virtuais pelos motivos mais banais, mas, quando chega janeiro, arvoram-se a detonar o BBB pelo "excesso de intimidade que aquelas pessoas expõem"³⁰.

³⁰ Publicação retirada da página oficial de Jean Wyllys do dia 08 de janeiro de 2014.

E o deputado termina dizendo que é possível ter acesso a cultura (livros, teatro, shows) e gostar de novela e BBB. Jean é a prova que ter um ex participante do programa no Congresso Nacional é enigmático e revelador, ao mesmo tempo.

Quanto a luta contra a violência de gênero, as postagens da página oficial de Jean Wyllys são constantes.

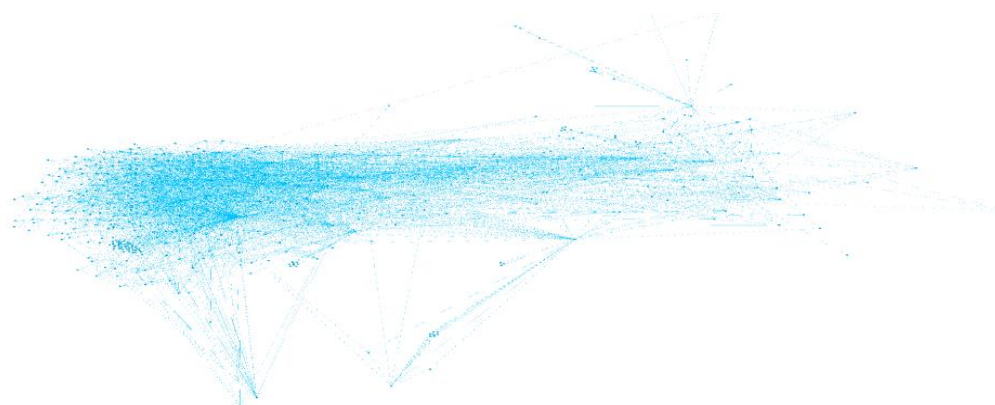
TABELA 3 – PÁGINAS *CLUSTER 2* - continua

<i>Label</i>	<i>Indegree</i>	<i>Outdegree</i>	<i>Degree</i>	<i>Like_count</i>	<i>Talking about count</i>	<i>Category</i>	<i>Users can post</i>
Mães de Maio	239	521	760	76015	16608	Organization	Yes
Anistia Internacional Brasil	125	402	527	208787	9068	Non-Profit Organization	Yes
Ponte Jornalismo	89	143	232	30617	3192	Non-Profit Organization	No
Justiça Global	64	127	191	17604	1260	Non-Profit Organization	Yes
Movimento Direito Para Quem	89	89	178	116493	3770	Political Organization	Yes
Kilombagem	23	116	139	5623	909	Political Organization	No
Observatório de Favelas	53	71	124	58067	570	Non-Governmental Organization (NGO)	No
André Caramante	21	103	124	7552	1889	Journalist	No
CSP – Conlutas	16	107	123	12171	4644	Political Organization	No
Revista Vírus	53	68	121	88178	1412	Magazine	Yes
Criminalização da pobreza e das lutas sociais no Brasil	5	115	120	997	19	Community	Yes
<i>Label</i>	<i>Indegree</i>	<i>Outdegree</i>	<i>Degree</i>	<i>Like_count</i>	<i>Talking about count</i>	<i>Category</i>	<i>Users can post</i>
Passe Livre São Paulo	98	14	112	333104	362376	Political Organization	No
Jean Wyllys	88	24	112	875158	113364	Politician	No
Contra o Genocídio do Povo Preto	33	75	108	5294	1146	Community	Yes

Pastoral Carcerária – CNBB	30	78	108	7946	3045	Non-Governmental Organization (NGO)	Yes
----------------------------	----	----	-----	------	------	-------------------------------------	-----

O *cluster* 10 apresentado no gráfico 5 (abaixo), na cor azul clara, tem 538 nós/páginas reunidas com 3948 arestas, o que representa 12,69% da rede total. Esse *cluster* reúne páginas de artistas, quadrinhos, grafite, sendo que algumas não tem relação com o movimento feminista, mas apresentam milhares de seguidores, como: Pó de Lua, Mafalda Tirinhas e Depósito de Tirinhas.

GRÁFICO 5 – REDE NETWORK CLUSTER 10 – SEM GRAVIDADE



FONTE: GRUPO DE PESQUISAS MIDIA CULTURAS

Na tabela 4 (abaixo), percebemos muitos (as) artistas que fazem sua arte com inspiração no movimento feminista, como as páginas NegaHamburger, Feminart, Mulheres nos Quadrinhos e Capitolina. Nesse *ranking* de 15 páginas, apenas 4 não permitem postagens de seguidores.

As formas de expressar o feminismo, denunciar o machismo e enquadrar as situações de violência vai se alterando. No *cluster* azul claro, vemos que o desenho, o quadrinho, uma tela à óleo e até tatuagens, caso da página NegaHamburger, são maneiras de lutar e discutir. Assim, diferentes habilidades de entendimento são contempladas. O leitor que não entende o “textão”, compreende uma charge, ou vice-versa. Importante ressaltar que a disputas discursivas se apropriam de diferentes

linguagens, como se fossem armas de uma guerra secular com vários inimigos. A arma, um desenho, por exemplo, que atinge o leitor de forma artística, sutil, suave, colorida, mas sem deixar de denunciar.

TABELA 4 – PÁGINAS *CLUSTER* 10

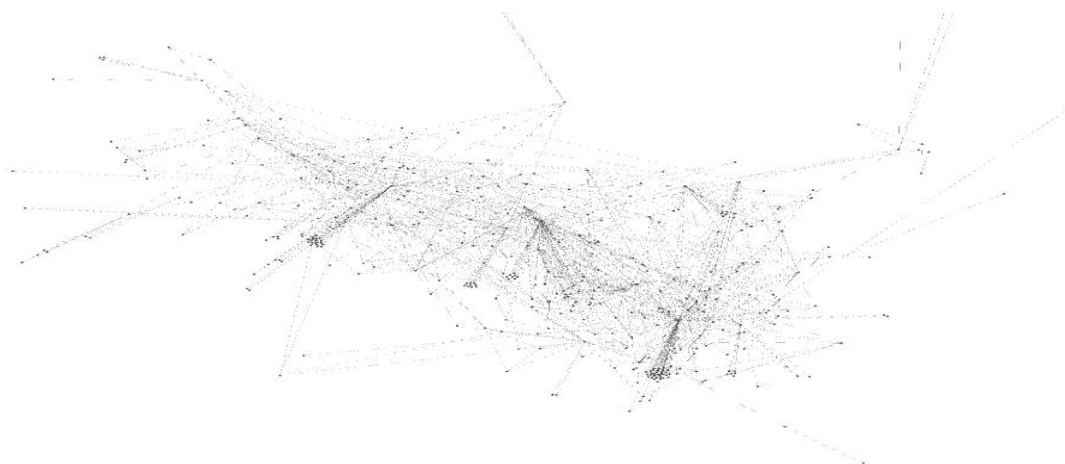
<i>Label</i>	<i>Indegree</i>	<i>Outdegree</i>	<i>degree</i>	<i>like_count</i>	<i>talking_about_count</i>	<i>Category</i>	<i>users_can_post</i>
Mulheres nos Quadrinhos	194	412	606	109942	292	Community	Yes
Inverna	50	177	227	10865	79	Magazine	Yes
Xereca	42	160	202	22884	513	Community	No
Universo em bolha de tinta	82	119	201	13758	67	Personal Blog	Yes
Feminart	28	152	180	41220	12615	Non-Profit Organization	Yes
Umbigo sujo	44	134	178	29685	70	Artist	Yes
Negahamburger	130	7	137	114306	1328	Artist	No
Zine XXX	67	69	136	7456	40	Community	Yes
Carol Rossetti	89	43	132	307116	4475	Community	Yes
Marionete	48	78	126	35119	332	Artist	No
Um dia ainda viro cartunista	30	86	116	11137	77	Just For Fun	No
Capitolina	53	56	109	36784	2812	Magazine	Yes
Magra de Ruim	90	16	106	124537	111603	Artist	Yes
Desenhos de Carvalho	3	92	95	14106	50	Artist	Yes
Rabiscos e Escarros	10	84	94	16030	942	Artist	Yes

O *cluster* 5, na cor preta, está representado no gráfico 6 (abaixo), agrupando 412 páginas com 1045 curtidas entre elas, o que representa 9,72% do total da rede. Há comunidades e organizações feministas, sendo que há um destaque para páginas de militância do movimento negro. Das 15 ranqueadas a seguir, 7 são do movimento negro.

Há nesse *cluster* algumas artistas e comediantes, como a funkeira Valeska Popozuda, a comediantes Jout Jout Prazer e a página AfroPunk.

Um dos destaques desde *cluster*, preto, está na página “*Think Olga*”, organização feminista que conseguiu sair da atuação exclusiva no meio virtual. A “*Think Olga*” é um projeto feminista criado em abril de 2013 pela jornalista Juliana de Faria. O objetivo, segundo o site da organização, é criar conteúdo que reflita a complexidade das mulheres e as trate com a seriedade que pessoas capazes de definir os rumos do mundo merecem. Notamos que na classificação de página por categoria, “*Think Olga*” é a única na tabela abaixo que se intitula “organização”, as demais se enxergam como “comunidades”.

GRÁFICO 6 – REDE NETWORK CLUSTER 5 – SEM GRAVIDADE



FONTE: GRUPO DE PESQUISAS MIDIA CULTURAS

Das 15 páginas ranqueadas, 6 não permitem a postagem de usuários.

Ao olhar para a tabela 5, vemos que “A Mulher Negra e o Feminismo” e “Latinidades Afrolatinas” são as que têm maior nível de relação com a rede, ou seja, estão produzindo conteúdo, sendo seguidas e seguindo outras páginas. São atuantes dentro do movimento. Assim como “Empodere Duas Mulheres”, página com mais de 280 mil seguidores, que produz conteúdo diário e tem um alto número de menções

(*talking about count*), mais de 215 mil, isso quer dizer que o que essa página produz é muito compartilhado e utilizado por seus seguidores. Veremos que quanto ao objeto desse trabalho, BBB 2016, a página “Empodere Duas Mulheres” entrou na disputa discursiva, fez críticas ao enquadramento da emissora Globo e produziu novos enquadramentos das situações do programa.

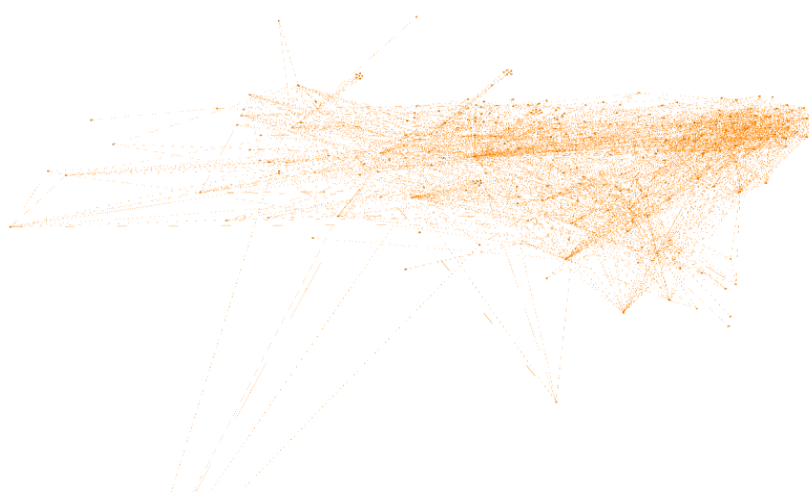
As denúncias, disputas discursivas e reenquadramentos feitos pelas páginas de feminismo negro precisaria de um estudo mais aprofundado, fato que não ocorreu nesse trabalho.

TABELA 5 – PÁGINAS *CLUSTER 5* - continua

<i>Label</i>	<i>Indegree</i>	<i>outdegree</i>	<i>Degree</i>	<i>Like count</i>	<i>Talking about count</i>	<i>Category</i>	<i>Users can post</i>
A Mulher negra e o Feminismo	122	114	236	62610	20254	Community	Yes
Latinidades Afrolatinas	49	135	184	33288	1307	Community	Yes
Think Olga	126	12	138	84079	385	Organization	No
Preciso do feminismo porque	1	114	115	21835	4593	Community	No
Empodere Duas Mulheres	70	21	91	282655	215923	Community	No
Revista AzMina	19	59	78	20141	4631	Community	Yes
2015 - Marcha das Mulheres Negras	52	22	74	26168	52	Community	Yes
Meninas Black Power	44	21	65	58308	1375	Community	No
Lugar de Mulher	47	9	56	76168	4689	Community	Yes
MAMU - mapa de coletivos de mulheres	13	43	56	3141	24	Community	Yes
Todas as vozes contra as violências de gênero	17	36	53	2728	6	Community	Yes
Imprensa Feminista	22	26	48	24902	5182	Community	Yes
Preta&Gorda	20	27	47	36209	1722	Personal Blog	No
Pensamento Feminista	18	28	46	24598	2044	Community	Yes
Black Brasil	4	39	43	86936	7688	Just For Fun	No

O *cluster* 15, apresentado no gráfico 7 (abaixo), que está na rede com a cor laranja, possui 260 páginas com 2374 curtidas entre elas, portanto, esse *cluster* representa 6,13% da rede total em termos de número de páginas. Apresenta páginas de organizações governamentais e de luta por políticas públicas. Das que estão na tabela com maiores relações na rede, apenas 4 permitem postagens de usuários.

GRÁFICO 7 – REDE NETWORK CLUSTER 15 – SEM GRAVIDADE



FONTE: GRUPO DE PESQUISAS MIDIA CULTURAS

Das 15 páginas ranqueadas na tabela 6, abaixo, do *cluster* laranja, apenas 4 permitem comentários de usuários, como páginas institucionais da ONU, do Ministério da Saúde, Ministério da Cultura, Ministério das Relações Exteriores, ONU Mulheres, Portal Brasil e a página oficial do Palácio do Planalto. O que nos mostra que os movimentos sociais feministas estão seguindo as ações do Estado, cada um atento a pauta que lhe cabe, mas podemos dizer que há um monitoramento, pelo menos virtual, das ações governamentais.

A página com maior *degree* é a “SP Mulheres”, com 329 relações interpáginas, sendo que ela segue 136 e é seguida por 193 páginas. A sigla “SP Mulheres” significa Secretaria de Políticas para Mulheres, página institucional do Governo Federal. As postagens são sobre ações do governo federal em prol de direitos das

mulheres, assim como campanhas de conscientização sobre violência contra a mulher, como a divulgação do disque denúncia 180.

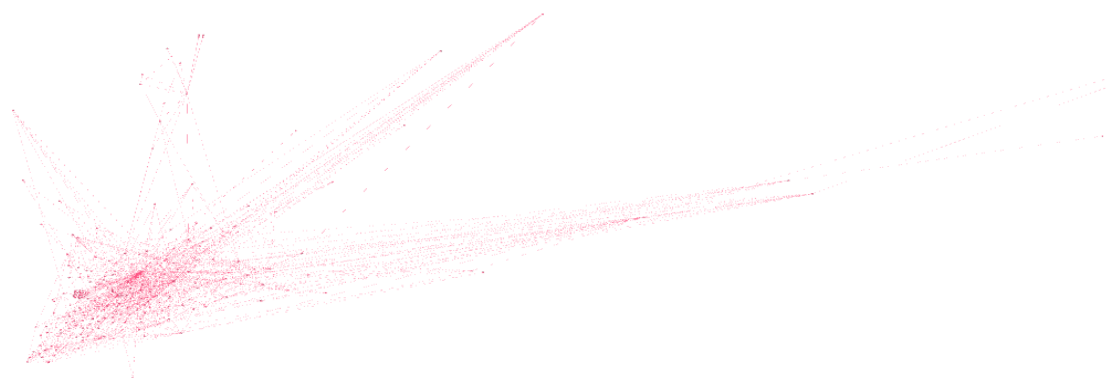
TABELA 6 – PÁGINAS *CLUSTER* 15

<i>Label</i>	<i>Indegree</i>	<i>Outdegree</i>	<i>Degree</i>	<i>Like count</i>	<i>Talking about count</i>	<i>Category</i>	<i>Users can post</i>
SPMulheres	136	193	329	61041	3153	Government Organization	No
Direitos Humanos Brasil	95	72	167	645170	88317	Government Organization	No
ONU Mulheres Brasil	63	65	128	31252	995	Organization	No
ONU Brasil	84	42	126	472056	32259	Political Organization	Yes
Ministério da Saúde	61	32	93	1446506	143211	Government Organization	No
Portal Brasil	48	45	93	761008	124972	Government Website	No
Ministério das Relações Exteriores	37	51	88	107266	7662	Government Organization	No
Secretaria de Governo	26	60	86	48698	445	Government Organization	Yes
Ministério da Cultura	41	43	84	497388	43257	Government Organization	No
Palácio do Planalto	44	39	83	453802	73036	Government Organization	No
PNUD Brasil	44	38	82	81319	3185	Non-Profit Organization	No
4CNPM	3	76	79	1804	3564	Cause	No
Ministério da Integração Nacional	28	50	78	144050	7414	Government Organization	No
Fórum Mulheres Mercosul Brasil	3	71	74	5842	692	Non-Governmental Organization (NGO)	Yes
Ministério Do Desenvolvimento Agrário	33	38	71	162958	30770	Government Organization	Yes

O *cluster* 7, que aparece na rede com a cor vermelha, está apresentado no gráfico 8 (abaixo) e representa 75,71% do total, com 242 nós (páginas) agrupados e

com 1057 arestas (curtidas entre elas). Há nesse agrupamento páginas de revistas e blogs de poesia, música e literatura. A página Confeitaria, que está com o maior número de relações é uma revista virtual de textos reflexivos sobre a vida, a literatura e a liberdade, porém está improdutiva desde julho de 2016.

GRÁFICO 8 – REDE NETWORK CLUSTER 7 – SEM GRAVIDADE



FONTE: GRUPO DE PESQUISAS MIDIA CULTURAS

Ao ranquear as páginas do *cluster* vermelho, vemos que a página “Papel e tudo” é a que possui maior número de menções, mais de 41 mil. Essa página é de um comércio de cartões com mensagens especiais. Homenagens a pessoas próximas e frases de impacto, misturadas com cor e poesia. O que uma página que vende cartões faria dentro de uma rede de páginas feministas? Fomos analisar as postagens e há uma vasta discussão sobre feminismo, machismo, racismo, depressão, gordofobia, entre outras polêmicas que são lançadas com um cartão com uma imagem e/ou uma frase de impacto. Não postam somente os produtos que comercializam, possuem postagens diárias de outras páginas, vídeos, fotos, poesias de outras pessoas, assim o movimento é intenso.

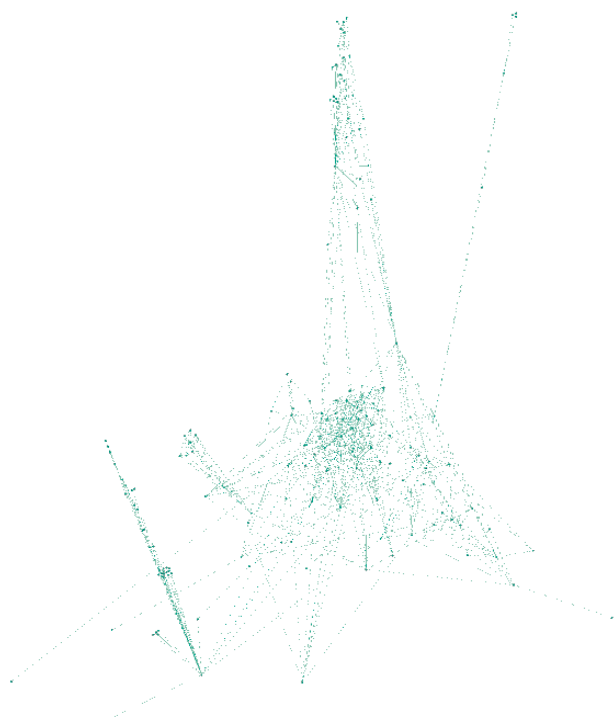
TABELA 7 – PÁGINAS CLUSTER 7

<i>Label</i>	<i>Indegree</i>	<i>Outdegree</i>	<i>Degree</i>	<i>Like count</i>	<i>Talking about count</i>	<i>Category</i>	<i>Users can post</i>
Confeitaria	42	242	284	15746	66	Magazine	No

Don't Touch My Moleskine	21	61	82	26549	35	Personal Website	Yes
Revista Tpm	51	2	53	158506	2225	Magazine	No
Follow The Colours	19	34	53	63395	14515	Arts/Humanities Website	Yes
Fábrica de Escrita	5	35	40	216089	8176	Writer	No
IdeaFixa	23	14	37	452660	9797	Arts/Humanities Website	Yes
InspirationPage	16	15	31	29768	98	Community	No
Flip - Festa Literária Internacional de Paraty	23	6	29	98406	434	Non-Profit Organization	No
Instituto Moreira Salles – IMS	16	13	29	101663	5279	Non-Profit Organization	No
Cosac Naify	24	4	28	110789	2113	Local Business	No
Papel e Tudo	7	21	28	254919	41617	Product/Service	Yes
Companhia das Letras	20	7	27	548008	50187	Publisher	Yes
MoMA The Museum of Modern Art	24	2	26	183614	17841	Museum/Art Gallery	Yes
Feira Plana	16	9	25	17277	554	Public Places	No
The New York Review of Books	10	15	25	694838	11161	Magazine	No

O *cluster* 8, apresentado no gráfico 9, que está na cor verde escura, representa 3,75% das páginas da rede, com 159 páginas agrupadas e 629 curtidas entre elas.

GRÁFICO 9 – REDE NETWORK CLUSTER 8 – SEM GRAVIDADE



FONTE: GRUPO DE PESQUISAS MIDIA CULTURAS

Das 15 páginas ranqueadas por *degree*, apenas duas são brasileiras, portanto esse *cluster* simboliza páginas de movimentos sociais feministas de outros países. Dessas, apenas 3 não permitem postagens de seguidores - o que já as diferencia de páginas institucionais ou organizações, como vimos anteriormente. Esse grupo de páginas está totalmente aberto ao diálogo, mesmo que esse venha de pessoas externas do movimento.

Uma página com moderadoras da Argentina, com alto nível de engajamento, com 102 mil menções é a “Feminismo Radical”, representante de uma vertente do feminismo que luta por mulheres, mas que é criticada por deixar de lado a luta pelos direitos de travestis e transexuais, assim como por não permitirem a participação de homens em quaisquer de seus atos e movimentos. As postagens da página são sempre com uma linguagem direta e impactante. As temáticas das postagens são: pró aborto, rechaça a expressões religiosas patriarcais e machista. A maioria das

postagens são em espanhol, mas há algumas em português, o que nos induz a pensar que há uma parceria entre as integrantes sul-americanas.

A página nesse *cluster* com maior número de entradas e saídas, *degree*, foi a “Por uma cerveja feminista”, grupo que inicialmente criaram a página para mulheres ensinarem e contarem como produziam suas cervejas artesanais, mas que virou uma comunidade de militância feminista. As postagens são pelos direitos das minorias, com destaque a direitos das mulheres.

O maior número de menções dentro desse *cluster* é da página “*Women’s Rights News*”³¹. Definem-se como uma comunidade que promove e discute uma ampla gama de tópicos de igualdade de gênero e feminismo, estupro, cultura do estupro, direitos reprodutivos e saúde das mulheres. As postagens são em inglês, sem exceção. Mostra-se como a página “*Think Olga*” no Brasil, que produz um material por profissionais da área, especializados, isso, talvez, explique o alto número de menções e compartilhamentos, pois as postagens são com conteúdo, gráficos, dados, não apenas motivações de militância ou indignações, como boa parte das comunidades aqui analisadas.

Ao ver páginas de outros países, em outras línguas, podemos sugerir que os movimentos sociais em rede são locais e globais. Começam em contextos específicos, por motivos próprios, constituem suas próprias redes e constroem seu espaço ao se conectar às redes da internet. Mas também são globais, pois estão conectados com o mundo inteiro, aprendem com outras experiências e, de fato, muitas vezes são estimulados por essas experiências a se envolver em sua própria mobilização. Além disso, “mantém um debate contínuo na internet e algumas vezes convocam a participação conjunta e simultânea em manifestações globais numa rede de espaços locais” (CASTELLS, 2013). A manifestação “Ni una Menos”³² teve essa lógica nos últimos dois anos, a partir de uma data escolhida pelo movimento na Argentina, Buenos Aires, várias cidades da América Latina, envolvendo várias

³¹ Em tradução livre, “Notícias dos Direitos das Mulheres”.

³² Ni Una Menos (Nem Uma a Menos) nasceu na Argentina em 2015, depois de um assassinato que chocou o país. Chiara Paez, de 14 anos, foi morta pauladas pelo namorado, de 16. O corpo da adolescente grávida foi encontrado na casa dos avós do rapaz, levando a Justiça a suspeitar de que ele teria cometido o crime com a ajuda dos parentes. Dois anos mais tarde, o movimento argentino cruzou fronteiras, inspirando outros na América Latina e na Espanha.

vertentes do feminismo, combinaram uma mesma data para sair às ruas e praças para manifestar-se contra a violência contra a mulher.

TABELA 8 – PÁGINAS *CLUSTER* 8

<i>Label</i>	<i>Indegree</i>	<i>Outdegree</i>	<i>Degree</i>	<i>Like count</i>	<i>Talking about count</i>	<i>Category</i>	<i>Users can post</i>
Por uma cerveja Feminista	54	59	113	20651	2566	Community	Yes
A girl s guide to taking over the world	42	17	59	212270	838	Community	Yes
Feminismo Radical	11	36	47	63413	102725	Community	Yes
Guerrilla Feminism	32	9	41	72164	12672	Non-Profit Organization	Yes
Cranky Fat Feminist	9	27	36	15163	2949	Personal Blog	Yes
Everyday Feminism	18	15	33	405444	29577	Society/Culture Website	No
Feministing.com	32	0	32	246560	5591	News/Media Website	Yes
Feminists United	14	18	32	52078	115192	Cause	Yes
Rabid Feminist	11	20	31	24926	5336	Community	Yes
Truth about extreme Father Right™s groups	5	26	31	2130	452	Society/Culture Website	Yes
Women s Rights News	23	6	29	1062044	342460	Cause	No
Lo Personal Es Político	8	21	29	34003	56	Society/Culture Website	Yes
Feminist Frequency	27	1	28	88779	1181	Society/Culture Website	No
Radical Feminists	16	12	28	6459	1335	Community	Yes
Femicidio.net	11	16	27	16673	3347	News/Media Website	Yes

E o último *cluster* é o 11, apresentado no gráfico 10 (abaixo), que aparece na cor marrom. Ele representa 3,56% do total da rede, contém 151 páginas e 464 arestas. Reúne páginas de movimentos sociais feministas relacionado a empreendedorismo, computação e tecnologia. Poucas páginas deste *cluster* são brasileiras, assim como poucas são de movimentos sociais.

GRÁFICO 10 – REDE NETWORK CLUSTER 11 – SEM GRAVIDADE



FONTE: GRUPO DE PESQUISAS MIDIA CULTURAS

Ao analisarmos a tabela com as 15 páginas com maior engajamento dentro desse *cluster*, temos o destaque da *fan-page* “Mulheres na computação”, com 132 de *degree*, isto sendo 10 páginas da rede que a segue e 114 páginas da rede que são seguidas pelas “Mulheres da computação”. A página discute e difunde temas sobre a computação sob a ótica de mulheres.

Outra página bem semelhante a essa que citamos acima é a “Mulheres na Tecnologia”, com 39 páginas da rede seguindo-as. Nessa, além do debate e difusão de temas do mundo das tecnologias, há eventos, cursos, vídeos e tutoriais de como fazer ligações e redes elétricas, consertos de equipamentos e máquinas, sempre destinados a mulheres.

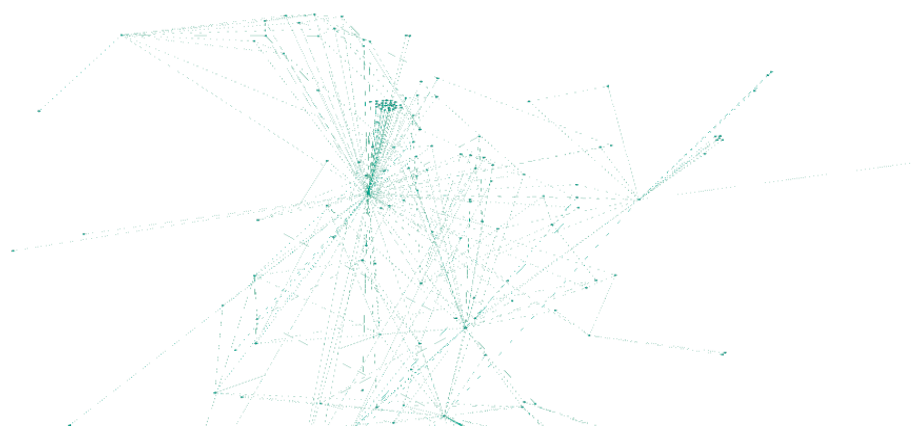
Nesse *cluster*, há várias páginas de empreendedorismo, que abordam a temática do mundo dos negócios, há o destaque para a página curitibana “Empreendedorismo Rosa”, que estimula e ajuda mulheres na área corporativa de empresas ou a mulheres lançarem seus próprios negócios. Na tabela abaixo, essa página segue 20 outras da rede e é seguida por 21 páginas, com 881 menções (*talking about*). A página não se caracteriza como uma comunidade de militância, mas tem esse viés de contribuir com mulheres empresárias e empreendedoras, o que justifica sua participação na rede aqui analisada.

TABELA 9 – PÁGINAS *CLUSTER* 11

<i>Label</i>	<i>Indegree</i>	<i>Outdegree</i>	<i>Degree</i>	<i>Like count</i>	<i>Talking about count</i>	<i>Category</i>	<i>Users can post</i>
Mulheres na Computação	18	114	132	12924	3291	Computers/Internet Website	Yes
/MNT-Mulheres Na Tecnologia	17	39	56	4382	29	Computers/Technology	Yes
Empreendedorismo Rosa	20	21	41	225049	881	Consulting/Business Services	Yes
Girl Geek Dinners Brazil	4	31	35	697	1	Non-Profit Organization	Yes
GIG@ - UFBA	2	25	27	337	15	University	No
ThoughtWorks Inc.	6	17	23	84914	1623	Consulting/Business Services	No
National Center for Women & Information Technology (NCWIT)	8	14	22	19810	569	Non-Profit Organization	Yes
Girl Effect	16	4	20	329439	640	Organization	Yes
Endeavor Brasil	13	4	17	322195	49587	Non-Profit Organization	No
Anita Borg Institute	13	4	17	16079	486	Non-Profit Organization	Yes
Grace Hopper Celebration of Women in Computing	13	3	16	37595	4137	Non-Profit Organization	Yes
Girls Who Code	14	1	15	105411	7153	Non-Profit Organization	No
Women 2.0	11	4	15	36835	173	Company	Yes
NCWIT Aspirations in Computing	3	11	14	4722	105	Computers/Technology	Yes
TechWomen	9	5	14	9944	253	Non-Profit Organization	Yes

O *cluster* 6, que está representado no gráfico 11 em cor azul, representa 3,35% do total, 142 páginas e 241 arestas. Nesse pequeno *cluster* há muitas páginas dos movimentos sociais de luta LGBT.

GRÁFICO 11 – REDE NETWORK CLUSTER 6 – SEM GRAVIDADE



FONTE: GRUPO DE PESQUISAS MIDIA CULTURAS

Ao analisarmos a tabela 10 (abaixo), que tem as 15 páginas de destaque do *cluster* de cor azul escura, vemos que a causa transexual é a que tem menos representantes nos movimentos sociais virtuais, assim como artistas transexuais, “Solange, tô aberta” é um exemplo de cantora transexual que tem página nesse *cluster*.

A página com maior número de interações, entradas e saídas de outras páginas seguidoras é a “Tranfeminismo”, com 274 de *degree*, sendo 104 páginas da rede que a segue e 170 que a “Tranfeminismo” seguem. A página se classifica na categoria website de cultura e sociedade e apresentou 609 menções no momento da coleta de dados.

A página “Tranfeminismo” se autodenomina como sendo da vertente feminista socialista interseccional aplicado às questões transexuais e também se diz um coletivo que busca empoderar e dar visibilidade à causa transexual. Outras também têm a mesma motivação em suas postagens, como a inativa “Revista Geni”, “Bissexualidades, Pansexualidades e Sexualidades não Binárias”, “Atransparência”, “EducaTrans” e “Joga pedra na Geni”.

Páginas que encaram com exclusividade a causa de travestis, transexuais e intersexo são minoria dentro da rede aqui analisada. Não cremos que suas pautas não sejam importantes, tanto que as vemos nas páginas dos outros *clusters*, que não têm como foco a luta trans.

A página “Donas da Casa” não é de luta transexual, mas apareceu nesse *cluster* pela sua curtidas, isto é, páginas que segue. A página, que não tem mais postagens desde julho de 2016, brinca com o termo “donas de casa” e se autodenominam donas das suas casas, das suas vidas, das suas poesias e das suas ideias.

TABELA 10 – PÁGINAS CLUSTER 6

<i>Label</i>	<i>Indegree</i>	<i>Outdegree</i>	<i>Degree</i>	<i>Like count</i>	<i>Talking about count</i>	<i>Category</i>	<i>Users can post</i>
Transfeminismo	104	170	274	17904	609	Society/Culture Website	No
Revista Geni	26	57	83	46615	451	Community	Yes
BeijATO	18	12	30	3540	3	Community	Yes
Coletiva Feminista Maria Bonita	4	13	17	843	26	Community	No
Bissexualidades Pansexualidades e Sexualidades Não-Binárias	7	9	16	2097	16	Community	No
Atransparencia-Rn	2	14	16	1535	3	Non-Governmental Organization (NGO)	Yes
Donas da Casa	1	14	15	1267	9	Website	Yes
Coletivo Anarca Queer BR	2	12	14	1779	6	Community	Yes
Anarco-Queer Latinoamérica.	9	4	13	6613	12	Community	Yes
Fora Eduardo Cunha	0	12	12	47680	3267	Politician	No
Somos Todas Verônica	10	2	12	18813	22	Community	No
Joga pedra na Geni	5	6	11	1806	7	Community	Yes
T-Factor	2	7	9	571	10	Community	Yes
Solange tô aberta	2	7	9	2557	62	Musician/Band	Yes
EducaTrans	8	0	8	2931	13	Education	Yes

A análise das “páginas-sementes” e a rede que elas formaram dão-nos base para entender que a ação da internet dos movimentos sociais é complexa. As pautas e maneiras de difundir ideais são diversas. A rede é heterogênea com muitos agrupamentos, sendo que cada grupo se aproxima pelo tipo de linguagem e pauta de reivindicação.

Um dado importante é que nenhuma dessas “páginas-sementes” seguiu a página oficial do BBB, apesar de várias delas discutirem e reenquadrarem o conteúdo da página do programa global. Precisaríamos nos aprofundar em estudos sobre curtidas para entender se esses grupos, movimentos sociais, entendem que o ato de curtir e seguir uma página quer dizer concordar com o conteúdo exposto pela mesma. Parece que essa lógica fez-se na análise desse trabalho. Seguir uma página seria o ato de “assinar embaixo”, dar aval as publicações.

A internet e as redes sociais digitais são apropriadas e utilizadas como ferramentas de comunicação, de organização de protestos e como uma plataforma para atingir novos públicos, estratégias que antes se restringiam à cobertura jornalística da mídia tradicional, à circulação de conteúdo produzida pelo próprio movimento e às manifestações de rua.

Reforçamos que a internet, em alguns contextos, pode ser um espaço de organização coletiva e de vocalização das violações cotidianas sofridas por grupos minoritários, caso do movimento feminista, que exerce uma forma de empoderamento e mobilização social. Mobilização que se traduz em disputas discursivas e novas formulações de enquadramentos já propostos pela mídia tradicional.

As manifestações estabelecidas pelos movimentos feministas têm na internet uma ferramenta de extrema importância, pois os movimentos podem potencializar suas ideias e demandas de uma forma mais fácil e ágil, criando redes que ligam as atoras que pela materialidade dos computadores e de dispositivos digitais acabam autônomas frente à cobertura midiática na construção de narrativas e identidade. No ambiente digital, as manifestantes podem apresentar formas mais tensas ocasionadas pela autonomia que o indivíduo estabelece nesse terreno, em que podem falsificar uma identidade virtual (BERNARDES, 2014).

Vemos também que a internet tem se tornado um espaço para que os movimentos sociais usem a informação mediante suas práticas sociais e construam suas identidades. Assim sendo, ocorre uma dependência de materiais simbólicos formados pela internet, pois esses materiais contribuem para uma nova forma de interação social. Além disso, características em rede da internet são fundamentais para guiar esse processo de apropriação dos movimentos sociais.

Um dos itens a seguir trará como a mídia hegemônica, Rede Globo, enquadra as situações de violência de gênero dentro do Programa BBB 16 em sua página oficial do Facebook, e, depois, veremos como os movimentos sociais feministas, páginas agora mapeadas nesse item, disputam por espaços e fazem novos enquadramentos.

4.1.2. A página oficial do BBB

Lembrando que esse trabalho tem como objeto o *reality show* BBB, edição 2016, e estamos investigando os enquadramentos de violência contra a mulher em sua página oficial. O objetivo é compará-los com os enquadramentos produzidos sobre esses mesmos fatos pelas *fan-pages* feministas mapeadas no item anterior. Por isso, faremos agora uma breve análise sobre a página oficial do programa, que é administrada pela emissora de televisão Rede Globo.

A edição BBB 2016 foi ao ar de 19 de janeiro a 05 de abril de 2016. A tabela 11 a seguir mostra a quantidade de postagens nesse intervalo de tempo. Separemos por semanas para termos noção da movimentação da página. Esses dados foram monitorados no dia 30 de setembro de 2016.

TABELA 11 – MOVIMENTAÇÃO DA PÁGINA OFICIAL DO BBB - continua

Mês	Semana	Dias	Post	Quantidade de likes	Comentários
Janeiro	semana 1	19 a 24	307	1.603.882	74212
	semana 2	25 a 31	393	2.915.323	145236
Fevereiro	semana 3	01 a 07	355	3.493.352	253281
	semana 4	8 a 14	291	4.506.146	262251

	semana 5	15 a 21	324	4.024.631	334505
	semana 6	22 a 28	299	4.546.144	464735
	semana 7	29/02 a 6	317	4.716.831	645929
	semana 8	7 a 13	298	4.604.028	437932
	semana 9	14 a 20	253	4.008.375	413585
Março	semana 10	21 a 27	246	4.346.712	283958
	semana 11	28/03 a 03	206	3.317.990	294936
abril	semana 12	4 a 5	69	1.635.133	188813

Percebemos o alto movimento na página oficial do programa, essa apresenta 7.019.422 seguidores³³. Durante a edição de 2016, foram 3.358 postagens com 43.718.547 *likes* e 3.799.373 comentários.

³³ Dado de 01 de outubro de 2016.

5. ENQUADRAMENTOS

Entendendo que, cada vez mais, a produção e a contestação de significados estão no centro da ação coletiva de confronto, pois dizem respeito ao sentido atribuído às lutas sociais e à realidade como um todo (MARTÍN-BARBERO, 2003), (TARROW, 2009), (HARDT; NEGRI, 2005). Por isso, concentramo-nos na dinâmica das disputas de enquadramento que se deram durante a execução do programa *Big Brother Brasil* 2016. Para cada fato, haverá a análise da produção das páginas de Facebook envolvidas, portanto, haverá agora a análise do enquadramento feito pela página oficial do BBB comparado com aquele feito pelos movimentos feministas em páginas do Facebook, que será feito no item seguinte, de forma separada.

5.1. Enquadramento de postagens da página do BBB

Nesse item, analisaremos os enquadramentos produzidos pela edição oficial da Rede Globo, ou seja, pela página do Facebook do BBB, edição 2016. Lembrando que, segundo Butler, quando um quadro é emoldurado, diversas maneiras de intervir ou ampliar a imagem podem estar em jogo. Mas a moldura tende a funcionar, mesmo de uma forma minimalista, como um embelezamento editorial da imagem, se não como um autocomentário sobre a história da própria moldura (BUTLER, 2015). Analisaremos as escolhas editoriais da Rede Globo ao enquadrar e, então, iremos enquadrar o enquadramento, isto é, analisaremos como páginas dos movimentos sociais feministas reagiram às escolhas da emissora de TV.

Judith Butler ressalta que o “enquadrar o enquadramento” parece envolver certa sobreposição altamente reflexiva do campo visual, mas para a autora “isso não tem que resultar em formas rarefeitas de reflexividade” (BUTLER, 2015: 23). Butler afirma exatamente o oposto, diz que questionar a moldura, fato que os movimentos sociais feministas fazem na análise desse trabalho, significa mostrar que tal enquadramento nunca conteve de fato a cena a que se propunha ilustrar, que já havia algo de fora, que tornava o próprio sentido de dentro possível, reconhecível. A moldura, pelo viés de Butler, nunca determinou realmente, de forma precisa o que

vemos, pensamos, reconhecemos e apreendemos. Algo ultrapassa a moldura que atrapalha nosso senso de realidade. Não fosse isso, o “enquadrar o enquadramento” não seria possível. Significa também que enquadrar envolve disputas discursivas.

Caso 1: Pedofilia

Na segunda semana do *reality show*, ocorreu uma festa onde todos participantes beberam bastante. No meio da festa, o participante Laércio³⁴ confessou ao participante Matheus que, fora do programa, já embebedou “novinhas”³⁵ para paquerar ou transar com elas. A informação se propagou entre todos participantes e Ana Paula³⁶ ficou incomodada com isso. Dois dias antes dessa festa, Ana Paula já havia discutido com Laércio por motivos de limpeza e higiene, acusando Laércio de não colaborar na limpeza da casa e ainda atrapalhar. Na ocasião, ela foi acusada pelos espectadores de ter sido grossa e mal-educada. Na madrugada após a festa, em que Laércio afirmou gostar de “novinhas”, Ana Paula, bêbada e extremamente perturbada, foi até o quarto onde Laércio dormia apenas de cueca e promoveu uma discussão colossal. Ela o acusou de ser pedófilo e pediu para ele colocar roupas pra dormir no mesmo quarto que ela. O programa não estava ao vivo na TV aberta, mas assinantes de *pay-per-view* (PPV) acompanharam o fato, relatando que Laércio não reagiu. A página oficial do BBB noticiou³⁷ a briga com a chamada “Ana Paula faz barraco e acorda Laércio aos gritos: 'Velho nojento'”, como podemos observar na imagem abaixo:

³⁴ Homem, branco, 53 anos, design de tatuagem, curitibano, apelidado de Barba Azul.

³⁵ Termo pra denominar adolescentes, meninas menores de idade.

³⁶ Mulher, branca, 34 anos, jornalista, de Belo Horizonte.

³⁷ Muitas postagens da página oficial do programa são links do site oficial da emissora (Gshow – O entretenimento da Globo), esse é um caso em que só há o título “Barraco” e o link da notícia. Disponível em: http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/agora-na-casa/noticia/2016/01/ana-paula-faz-barraco-e-acorda-laercio-aos-gritos-velho-nojento.html?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_content=bbb&utm_campaign=bbb

FIGURA 1 – MATÉRIA VIRTUAL SOBRE BBB 16

30/01/2016 05h02 - Atualizado em 30/01/2016 05h43

Ana Paula faz barraco e acorda Laércio aos gritos: 'Velho nojento'



O sono de [Ronan](#) e [Laércio](#) no Quarto Roxo é interrompido por [Ana Paula](#), furiosa, entrando no quarto. Aos berros a jornalista manda Laércio se vestir: "Você está no quarto com duas mulheres, então faz o favor de vestir uma roupa".

FONTE: PORTAL GSHOW/JANEIRO DE 2016

O enquadramento oficial do programa colocou Ana Paula como a agressora e Laércio como a vítima. A escolha da foto é significativa, ela aparece em pé apontando o dedo para ele deitado e acuado, também confirmando a noção de que ela está atacando Laércio. Trata-se, podemos dizer, de um exemplo bastante literal do que temos chamado de enquadramento no sentido da edição intencional do que fica dentro ou fora de uma determinada imagem, ou de um discurso, e dos efeitos que essas escolhas têm na disputa discursiva. Como todo enquadramento, no entanto, esse modo de contar a história é fundamentalmente incompleto e falível, pois só mostra o que um lado da disputa discursiva quer salientar.

A postagem em tela teve 10712 curtidas e 1479 comentários³⁸, ou seja, uma postagem com muita procura se comparada a outros que possuem uma média de 1200 curtidas e 200 comentários.

Com o auxílio do Netvizz, essa postagem foi revertida para uma planilha e foi possível fazer a análise de 595 comentários³⁹. Nessa análise de conteúdo dos comentários, separamos esses em 4 tipologias, como vemos na tabela a seguir.

TABELA 12 – DISTRIBUIÇÃO DOS COMENTÁRIOS DA POSTAGEM

Tipologia	Quantidade	Porcentagem.
0 Sem relação	20	3,36%
1 Concordam	410	68,90%
2 Discordam	157	26,38%
3 Imparcial	8	1,34%
Total	595	99,98%

Comentários que foram classificados como 0 (zero) são aqueles que não têm relação alguma com a postagem, isto é, são pessoas que marcam outras pessoas, são comentários relacionados a outros participantes.

Comentários classificados com 1 (um) concordam com o enquadramento da página oficial do programa, isto é, se colocaram a favor do participante Laércio e/ou contrários a participante Ana Paula. Palavras como “louca”, “doida”, “exagerada”, “mimada”, “madame”, entre outras, foram utilizadas para caracterizar Ana Paula como a errada e Laércio como o correto. A *hashtag* #foraAnaPaula foi comumente encontrada nesses comentários.

Os comentários classificados como 2 (dois) são situações onde as pessoas discordavam do enquadramento da postagem, ou seja, colocaram-se a favor de Ana

³⁸ Dado monitorado em 01 de outubro de 2016.

³⁹ Para essa postagem analisei aleatoriamente 592 comentários (amostragem), o que corresponde a 40% do total da postagem.

Paula, portanto, contrários a Laércio. Nesses comentários, foi comum a *hashtag* #foraLaercio, assim como as palavras “pedófilo”, “nojento”, “babaca”, entre outros xingamentos a Laércio.

Por último, houve comentários imparciais, neutros, classificados como tipologia 3 (três). Aqui, observou-se pessoas relativizando, dizendo que não dá para julgar sem saber, que ambas partes podem ter razão, ou que ambas partes não têm razão.

Na noite seguinte à discussão, a página oficial do BBB publicou sobre o atrito dos participantes com a manchete “Laércio desabafa com Matheus: Última coisa que eu quero é envergonhar minha mãe”. A postagem teve 10 mil curtidas, 39 compartilhamentos e 451 comentários. A foto utilizada na postagem mostra o participante cabisbaixo conversando com Matheus.

No mesmo enquadramento, outra postagem ressalta o desapontamento do Laércio, e dessa vez a manchete é “Laércio chora e desabafa, estou muito mal”. Podemos observar na imagem abaixo:

FIGURA 2 – LAÉRCIO CHORA E GANHA ABRAÇO DE DANIEL

Laércio vai até o Quarto do Líder desabafar com os brothers. Ele confessa que está abalado por conta da confusão com Ana Paula, que começou na Festa Pub BBB, e recebe conselhos de Daniel, Tamiel e Renan. Laércio chora e desabafa, enquanto recebe um abraço apertado de Daniel: "Estou muito mal.. Só não quero cometer nenhuma injustiça, só isso". Por dentro, meu coração está apertado, não consigo me comunicar com ninguém".



Laércio chora e ganha abraço de Daniel (Foto: TV Globo)

A página oficial do BBB optou por enquadrar o participante Laércio como vítima e injustiçado, tanto que na postagem destaca a frase “só não quero cometer nenhuma injustiça, só isso. Por dentro meu coração está apertado, não consigo me comunicar com ninguém”. Essa postagem que estamos analisando obteve 21 mil curtidas, 136 compartilhamentos e 1057 comentários.

Novamente com o auxílio do Netvizz, essa postagem foi revertida para uma planilha e foi possível fazer a análise de 420 comentários, uma amostragem de 40% do total de comentários da postagem analisada. Novamente, classificamos dentro da mesma tipologias, como vemos na tabela a seguir.

TABELA 13 – DISTRIBUIÇÃO DOS COMENTÁRIOS DA POSTAGEM

Tipologia	Quantidade	Porcentagem.
0 Sem relação	12	2,85%
1 Concordam	218	51,90%
2 Discordam	175	41,66%
3 Imparcial	15	3,57%
Total	420	99,98%

Percebemos que 2,85% dos comentários não tiveram relação com o enquadramento da postagem - eram torcidas por outros participantes, como *hashtags* que mencionavam o nome de alguns participantes seguidos da palavra “campeão (ã)”. Já os comentários que se sensibilizaram com o enquadramento de Laércio como vítima da situação, classificados pelo número 1 (um), reduziram em relação a postagem anterior classificada, caindo para 51,90%, mas ainda assim representam a maioria dos comentários. Enquanto que os comentários que enxergavam o

enquadramento da página oficial do BBB como errado, isto é, que Laércio não era o “coitado” da história aumentou, sendo 41,66% da amostragem.

O que teria mudado em um dia para que os seguidores do BBB começassem a questionar o enquadramento proposto pela emissora? O mundo virtual é muito rápido e as muitas informações da vida de Laércio fora do programa apareceram, como algumas denúncias de garotas menores de idade que teriam se relacionado com ele anos anteriores, *prints* de conversas pelo aplicativo *Whatsapp* de Laércio com as garotas e *prints* de páginas que o participante do BBB seguia/curtia em redes sociais como Facebook e Instagram, essas com perfil racista e outras que denunciavam sua apreciação por meninas adolescentes.

O enquadramento do sofrimento e choro do participante Laércio repetiu-se pela página oficial do BBB até o dia seguinte da sua eliminação, dia que foi ao programa “Mais Você”, apresentado por Ana Maria Braga.

O uso da imagem da mãe do participante também foi recorrente nos enquadramentos da *fan page*. Uma das postagens tem a manchete “Mãe de Laércio critica acusações de Ana Paula ao *brother*. ‘Não pode ficar falando coisas assim’”. O conteúdo da postagem mostra que a mãe do participante não acha justa as acusações e destaca a fala dela: “só porque está com raiva se acha no direito”, sobre as declarações de Ana Paula. O enquadramento é mais uma vez de que Laércio está sendo perseguido por Ana Paula, essa por estar confinada, perdeu a razão e foi agressiva com ele. A mãe de Laércio tem mais uma fala colocada na postagem mostrando Ana Paula como alterada: “ele está fazendo amizade com todos. Gosto muito daquela turma, a única mais alterada é ela”. Essa postagem teve 13 mil curtidas, 77 compartilhamentos e 906 comentários, o que novamente mostra-nos que o assunto tem alta movimentação na página BBB se comparada as demais postagens do dia e semana.

Podemos relacionar os enquadramentos até agora expostos aqui com os discursos presentes na sociedade brasileira, que são machistas, como este, de desqualificar a mulher dizendo que é emocional e não racional. Muito comum associar a mulher ao desequilíbrio. As palavras: “louca”, “desequilibrada”, “maluca”, “descompensada”; aparecem em muitos comentários da postagem, o que nos diz muito sobre as práticas do cotidiano da nossa sociedade. Na cultura ocidental, é

bastante comum associar o feminino à loucura e basta um rápido olhar na Antiguidade Clássica para constatar essa afirmação. O conceito de intemperança difundido nessa época é vinculado a uma passividade que a aproxima da feminilidade. Michel Foucault discorre durante sua obra intitulada “História da Sexualidade” que ser intemperante é encontrar-se num estado de não resistência e de submissão em relação à força dos prazeres (FOUCAULT, 1980), ser incapaz dessa atitude de virilidade consigo que permite ser mais forte. De acordo com esse esquema de moralidade, a mulher é o ser que não possui controle e domínio sobre seus desejos.

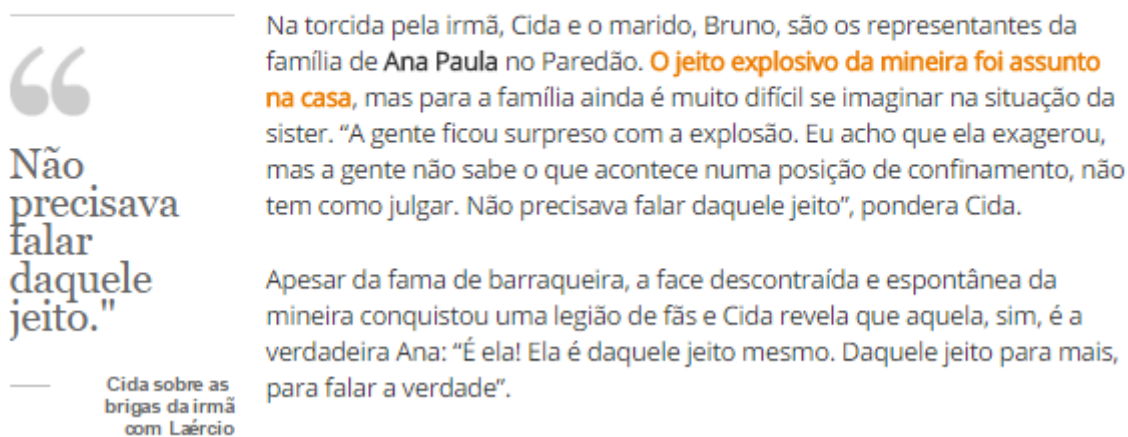
A opinião dos familiares dos participantes envolvidos, Ana Paula e Laércio, foi utilizada pela emissora no dia do ‘paredão’, duelo de votação pra eliminar um dos dois, na noite de 02 de fevereiro de 2016. Duas postagens usando a imagem e opinião da mãe de Laércio e uma usando a imagem e opinião da irmã de Ana Paula.

A postagem que aborda a imagem e opinião da irmã de Ana Paula teve 9,8 mil curtidas, 24 compartilhamentos e 662 comentários. A manchete “Irmã de Ana Paula fala sobre briga da *sister* com Laércio: ‘Acho que ela exagerou’”. A emissora coloca, mais uma vez, Ana Paula como a culpada da briga. E no texto da postagem destaca o trecho em que ela diz que a irmã não precisava ter brigado, menciona “seu jeito explosivo” e culpa o confinamento.

Abaixo, é possível visualizar uma parte da postagem. Percebe-se nítido enquadramento de Ana Paula como a descontrolada, a que perdeu o controle. O texto, em destaque ao lado esquerdo, ressalta isso.

FIGURA 3 – POSTAGEM SOBRE “PAREDÃO” ENTRE ANA PAULA E LAÉRCIO

O Paredão desta **terça, 2/2**, promete colocar um ponto final no embate que marcou a segunda semana do **BBB**. **Ana Paula**, indicada pelo líder **Daniel**, e **Laércio**, que recebeu sete votos da casa, disputam a preferência do público **após inúmeros desentendimentos**.



FONTE: GSHOW/2016

Não foram utilizadas fotos de Ana Paula com familiares, ao passo que as postagens de Laércio utilizaram imagens dele com sua mãe.

A noite do dia 02 de fevereiro foi de disputa entre Ana Paula e Laércio, o “paredão”, portanto os comentários e postagens sobre a discussão deles foram bastante pautados na página oficial. O “paredão” tornou-se o momento da verdade, como se a eliminação de um ou de outro fosse o veredicto de quem estava certo na discussão de duas noites anteriores. As *hashtags* #ForaAnaPaula e #ForaLaércio se destacaram nas redes sociais. Apesar desse trabalho não usar o Twitter como fonte de pesquisa, o *top trend* das noites de 01 e 02 de fevereiro de 2016 foram #BBB16, #ForaLaércio, #ForaAnaPaula e #LaércioPedófilo, *hashtags* que também apareceram em muitos comentários tanto na página oficial do programa como em outras páginas que noticiavam o “paredão”. Laércio foi eliminado com 54% dos votos, que puderem ser feitos no site do programa, por telefonia fixa ou pelo aplicativo do programa em celulares ou *tablets*.

Um fato interessante foi que na rede social Twitter, assim como no Facebook, membros de agrupamentos feministas promoveram uma campanha pela votação desse “paredão”, descrito acima, pela eliminação de Laércio. Como veremos no item a seguir, algumas páginas de Facebook de viés feminista reenquadraram esses episódios que a emissora Globo enquadrou e aqui analisamos. Nos comentários das

publicações de Facebook, as seguidoras das páginas feministas estimulam as demais a irem no site do BBB para votarem, muitas copiaram o link da votação para facilitar o acesso para as demais pessoas, assim como usavam as *hashtags* #LaercioPedofilo, #ForaLaércio e #MachistasNãoPassarão. *Hashtags* que se repetiram no Twitter em postagens de perfis com mesmo nome que páginas do Facebook, como “Feminismo Sem Demagogia”, “Empodere Duas Mulheres” e “Feminismo Revolucionário”⁴⁰.

Na manhã seguinte da eliminação, o designer de tatuagem foi ao programa de Ana Maria Braga, mas que no dia estava sendo apresentado por Cissa Guimarães e André Marques. O programa “Mais Você” e a página oficial do BBB publicaram uma postagem enquadrando a defesa de Laércio, não a acusação, como vemos na imagem a seguir:

⁴⁰ Não apresentamos dados concisos do Twitter, pois a rede social somente armazena em seu banco de dados os *tweets* de uma semana. O monitoramento e coleta deveriam ter sido feitos na semana das postagens, assim, poderíamos monitorar as *hashtags*, mas quando soubemos desse critério, os episódios já haviam passado.

FIGURA 4 – LAÉRCIO SE DEFENDE DAS ACUSAÇÕES

03/02/2016 09h27 · Atualizado em 21/07/2016 18h33

Laércio se defende das acusações de Ana Paula: 'Quando falei que namoro meninas de 16 anos?'

Eliminado do 'BBB16' também fala, no 'Mais Você', sobre episódio da cueca: 'Percebi a intenção dela de se passar por vítima'



FONTE: GSHOW/FEVEREIRO DE 2016

O enquadramento desta postagem privilegiou a defesa e não o conteúdo da acusação. E ele diz “percebi a intenção dela de se passar por vítima”; assim foi a sequência da conversa, ele atribuindo a Ana Paula a razão de sua saída:

Aquele comentário foi uma grande mentira, porque o jogo tinha começado fazia tempo. Fazia alguns dias que eu já tinha percebido as provocações. Extrapolou bastante, fiquei perplexo com a atitude dela. Foram termos muito fortes. Com alguns não me importei, porque ela estava alterada, tinha bebido na festa. Acredito que ela ficou com os nervos à flor da pele⁴¹.

⁴¹ Fala retirada do programa “Mais Você” exibido na emissora Rede Globo no dia 03 de fevereiro de 2016.

Para completar a defesa do designer de tatuagem, o programa “Mais Você” convidou uma advogada, Silvana Góis, doutora em direito público, para definir pedofilia e crimes sexuais. Na sua fala, a advogada afirmou que não é crime se relacionar com pessoas acima de 14 anos se elas consentirem, portanto, na visão dela, Laércio não teria cometido crime⁴².

Ao terminar a fala da advogada, Cissa Guimarães e André Marques legitimaram a defesa do “Barba Azul” dizendo que possuíam amigos com 16 ou 17 anos que seriam mais responsáveis do que eles, adultos. Na sequência, Laércio disse que a jornalista Ana Paula teria ciência da lei, mas que quis usar o fato para “derrubá-lo”, como se fosse algo imoral, segundo a fala dele⁴³.

A participação de Laércio no programa “Mais Você” confirmou, ao vivo, o enquadramento nas postagens na página oficial do BBB, qual seja: de que Laércio foi vítima de uma armação da jornalista Ana Paula. A apresentadora Cissa Guimarães até gesticula e abre os braços dizendo “gente, estamos em 2016”⁴⁴, querendo dizer que Ana Paula estaria atrasada e Laércio praticando atos conforme as regras sociais atuais permitem.

A postagem sobre o programa “Mais Você” foi a última na página BBB. O ex BBB foi preso em Curitiba, no mês de maio de 2016, sob a acusação de estupro de vulnerável. A delegada responsável pelo caso contou à imprensa que as investigações foram iniciadas devido a denúncias recebidas ainda na época em que Laércio participava do programa da Globo. Segundo ela, “no programa, ele já anunciava algumas práticas duvidosas e recebemos diversas denúncias a nível nacional. A investigação começou sigilosa e discreta, mas prosseguiram e acabamos identificando vítimas”⁴⁵.

Até abril de 2017, o designer de tatuagens encontrava-se detido aguardando julgamento. No entanto, a página oficial do BBB não mencionou a prisão de Laércio. No

⁴² Fala retirada do programa “Mais Você” exibido na emissora Rede Globo no dia 03 de fevereiro de 2016.

⁴³ Fala retirada do programa “Mais Você” exibido na emissora Rede Globo no dia 03 de fevereiro de 2016.

⁴⁴ Fala retirada do programa “Mais Você” exibido na emissora Rede Globo no dia 03 de fevereiro de 2016.

⁴⁵Entrevista concedida ao site GShow, disponível em: <http://ego.globo.com/famosos/noticia/2016/05/ex-bbb-laercio-e-preso-por-estupro-de-vulneravel-em-curitiba.html>. Acesso em 02/06/2016.

entanto, o Portal “G1”, também da Rede Globo, noticiou em sua página a prisão. Os comentários da postagem do “G1” foram, em sua maioria, no sentido de questionar a prisão ou o crime. O comentário selecionado a seguir é exemplar de um conjunto que seguiu o mesmo padrão:

Só pelo que a menina falou ele já foi preso?! Se duvidar ela até apagou algumas partes da conversa. Infelizmente, tem muita menina nessa faixa etária que já tem vida sexual muito ativa, sendo assim tinha que ser preso muito cara por aí... Vai saber se foi só ele... Só tá preso porque a mídia caiu em cima⁴⁶.

Como se percebe na fala dessa pessoa, há uma tentativa de deslegitimar o discurso da vítima. A estratégia de deslegitimar o discurso da mulher é comum no cotidiano social. O termo para isso é *gaslighting*⁴⁷, fato corriqueiro nas situações vivenciadas pela participante Ana Paula.

Gaslighting é a violência emocional por meio da manipulação psicológica que leva a mulher e todos ao seu redor acharem que ela enlouqueceu ou que é incapaz. É uma forma de fazer a mulher duvidar do seu senso de realidade, de suas próprias memórias, percepções, raciocínio e sanidade. Muitos comentários em postagens na página oficial do BBB traziam essa caracterização de Ana Paula, como se ela tivesse surtado e estivesse delirando, uma característica cultural recorrente na sociedade brasileira. Muitos seguidores escreveram frases associadas a *gaslighting* para Ana Paula: “Ana está delirando”, “Ana louca pare de surtar”, “Essa mulher precisa ter mais senso de humor e aprender a relevar as coisa”.

Outra situação que representa muito a sociedade brasileira atual é a romantização da pedofilia. Ao fazer o discurso de eliminação do participante Laércio, Pedro Bial cita “Anita” e “Lolita”, personagens polêmicas da literatura que abordam questões como o estupro e a pedofilia:

⁴⁶ Disponível em: <http://g1.globo.com/pr/parana/noticia/2016/05/operacao-da-policia-civil-do-pr-prende-suspeitos-de-abusar-de-menores.html>. Acesso em 02 de junho de 2016.

⁴⁷ O termo *gaslighting* surgiu por causa de um filme de mesmo nome, de 1944, em que um homem descobre que pode tomar a fortuna de sua mulher se ela for internada como doente mental. Por isso, ele começa a desenvolver uma série de artimanhas – como piscar a luz de casa, por exemplo – para que ela acredite que enlouqueceu.

Você que apesar da cara de vilão, quer ser um homem bom. Você é quem não vê cara, não vê coração. Você que prometeu ser o vilão e cumpriu o muito pelo contrário. Você que dorme de cuecas, já que não pode dormir nu como de costume. Você e suas Lolitas, suas Anitas e a maioridade. Você e sua idade. Você que passa do ponto. Você e pronto. Vem para cá, Laércio!⁴⁸

A ação do apresentador, ao romantizar a pedofilia e o estupro, não foi a primeira nem a última feita pela televisão. Amenizar, suavizar, relativizar e até mesmo romantizar as situações de assédio, pedofilia e estupro ainda fazem parte do nosso viver social. Claro que há resistência, disputas discursivas e reenquadramentos, mas simbolizam sim a sociedade patriarcal que vivemos. A emissora representa essa sociedade, produz para ela e por ela, portanto seus produtos não seriam aberrações da representação social.

Caso 2 – Assédio sexual Munik x Ronan

Outra situação de violência contra a mulher envolveu os participantes Ronan e Munik. Ronan tinha 27 anos e era negro, curitibano, estudante de filosofia e ex-morador de rua. Munik estava com 19 anos e era goiana, estudante e venceu a edição 2016 do BBB.

Na fase final da edição 2016, quando sobraram apenas 4 participantes, Ronan começou a se insinuar afetivamente e fisicamente com Munik. A página BBB enquadrou a situação como se fosse uma paquera romântica. Mostrava um rapaz carente, pelos meses de isolamento, investindo numa moça muito simpática e com estética socialmente favorável.

Em 31 de março, uma postagem ressaltou esse perfil carente de Ronan com a manchete “Você não me abraça mais, não me beija mais”, usando a fala de Ronan para Munik. A postagem teve 18 mil curtidas, 64 compartilhamentos e 1059 comentários. Os comentários foram classificados seguindo a tipologia que já descrevemos anteriormente, onde analisamos se o público acata ou não o

⁴⁸ Fala do apresentador Pedro Bial exibida durante o episódio do dia 02 de fevereiro de 2016 do BBB 16.

enquadramento proposto. A tabela a seguir mostra a classificação de 423 comentários coletados e lançados numa planilha pelo Netvizz.

TABELA 14 – DISTRIBUIÇÃO DOS COMENTÁRIOS DA POSTAGEM

Tipologia	Quantidade	Porcentagem.
0 Sem relação	28	6,61%
1 Concordam	276	65,24%
2 Discordam	111	26,24%
3 Imparcial	8	1,89%
Total	423	99,98%

A classificação da amostragem dos comentários, que representam aproximadamente 40% do total da postagem, mostra-nos que a maioria aceitou o enquadramento proposto pela página do BBB, sendo 65,24%, isto é, 276 comentários, não necessariamente de pessoas diferentes, que olharam a postagem e aceitaram que Ronan estava carente e solicitando carinho a Munik. Muitos comentários “aconselham” a participante a ceder aos pedidos do *brother*, como se ela fosse ler. Muitos comentários usam a *hashtag* #Ronik, que significa a junção dos nomes dos participantes. Esse ato de unir nomes de duas pessoas significa que estão *shipando*⁴⁹ o casal, é uma expressão de que o público gostaria de ver o casal junto.

Já uma parcela dos comentários analisados na amostragem, totalizadas em 26%, discordaram da postagem. Por dois motivos: não achavam que Ronan e Munik fariam um bom casal ou achavam que Ronan estava assediando sexualmente a *sister*.

⁴⁹ *Shippar* é um termo originado do sufixo das palavras inglesas *friendship* e *relationship* (amizade e relacionamento), quando os fãs gostam tanto de um casal que juntam partes dos nomes dos integrantes pra criar um só.

No dia 02 de abril, uma postagem mostrou a persistência de Ronan no relacionamento com Munik. A manchete diz “Ronan oferece beijo, mas Munik nega”. A situação ocorreu antes de dormirem e o texto da postagem descreve a situação assim: “A goiana se cobre com um edredom e se despede de Ronan. O curitibano oferece um beijo de “boa noite” para a *sister*: “Você quer que eu vá aí te dar um beijo?”. “Não”, responde ela. Ronan insiste: “Tem certeza? Eu posso levantar e ir aí te dar um beijo”. Novamente Munik diz que não. O enquadramento tentou suavizar o assédio do rapaz.

Podemos notar com os dados apresentados até o momento que a mídia interage com o social, procurando agradar o tipo médio de espectador, mas, ao mesmo tempo, é relativamente suscetível às pressões sociais.

No dia 03 de abril, uma postagem falava que Ronan agarra Munik, mas também amenizou a situação com o comentário da participante: “me solta, menino! Um calor desse”. O quadro adotado apresentou um contexto de brincadeira, no qual não teria nenhum tipo de maldade ou interesse sexual.

FIGURA 5 – MATÉRIA AMENIZA ATO DE ASSÉDIO CONTRA MUNIK

03/04/2016 13h20 - Atualizado em 03/04/2016 16h50

Ronan agarra Munik e ela pede: 'Me solta, menino! Um calor desse'



FONTE: GSHOW/ABRIL DE 2016

A situação dele tentar beijar e agarrar Munik refletiu nas redes sociais, como veremos mais à frente quando analisaremos o enquadramento das páginas feministas sobre essa mesma situação.

A página oficial do BBB em nenhum momento enquadró a situação de Ronan como assédio contra Munik; pelo contrário, a romantização e amenização foram o fio condutor das postagens. Porém, nos comentários percebemos que o enquadramento adotado não foi aceito por todos. Seguidores da página do BBB destacaram a insistência de Ronan como negativa.

Caso 3 – Estética das participantes

A edição de 2016 do BBB contou com mulheres de diferentes biótipos e idades. Foi essa edição que contou, pela primeira vez, com uma participante da terceira idade, Geralda, de 63 anos.

A participante Munik, ganhadora da edição 2016, teve uma postagem na página oficial do BBB para falar do quanto ela tinha engordado. A postagem ressaltou que a participante entrou na casa com 53,2 quilos e que estava terminando a jornada com 56 quilos, como vemos na imagem abaixo:

FIGURA 6 – MATÉRIA AFIRMA QUE MUNIK ENGORDOU

Munik foi quem mais sentiu o ponteiro da balança aumentar. A suster entrou na casa com 53,2 kg e está com 56 kg. Em pé de guerra com a balança, Munik até reclamou que engordou.



Munik foi a que mais engordou na casa (Foto: TV Globo)

A postagem rendeu muitas manifestações críticas, tanto na página oficial do BBB, quanto fora. Houve 13 mil curtidas, 82 compartilhamentos e 511 comentários. Os comentários afirmavam que era exagero do enquadramento do programa falar da estética da participante e muitos até criticaram o enquadramento das fotos escolhidas para mostrar que Munik havia engordado. Alguns seguidores diziam que queriam estar “gordos” como ela, já outros afirmavam que ela havia engordado, pois na casa do BBB só comia, dormia e falava.

Ao classificarmos pela tipologia de aceitação ou não do enquadramento proposto pela página do BBB, analisamos 200 comentários, o que equivaleria a aproximadamente 40% do total da postagem. Utilizando novamente o Netvizz, obtivemos os seguintes dados:

TABELA 15 – DISTRIBUIÇÃO DOS COMENTÁRIOS DA POSTAGEM

Tipologia	Quantidade	Porcentagem.
0 Sem relação	13	6,5%
1 Concordam	81	40,5%
2 Discordam	94	47%
3 Imparcial	2	1%
Total	200	95%

Os dados da tabela mostram-nos uma clara divisão de opinião do público que comentou a postagem. Pela primeira vez, o número de comentários que discordou (47%) do enquadramento da postagem superou a concordância (40,5%). Acreditamos que o fato se deu pelo exagero da cobrança com a estética da participante Munik, argumento que apareceu em muitos comentários. Importante ressaltar que os 13 comentários classificados como 0 (zero), que se enquadram na tipologia de comentário sem relação com a temática da postagem, eram manifestações de torcida pelos poucos integrantes ainda na casa.

Maria Claudia, 19 anos, *youtuber*, de Santa Cruz no Rio Grande do Norte e branca, foi uma das que recebeu muitas críticas pela sua estética. A participante do BBB 16 tem o perfil “gordinha” e já era famosa no Youtube por vídeos que brincavam com sua própria estética. O programa em sua página oficial do Facebook não fez nenhuma postagem sobre a estética dela, mas em muitos comentários, os seguidores ressaltavam sua gordura, fato que se destacou mais quando ela começou a se relacionar com o participante Matheus. Comentários como “Matheus só está com essa gorda para não ser eliminado” ou aproximações a isso eram constantes.

Atualmente, o padrão brasileiro de beleza feminino estampado nas imagens midiáticas é um corpo magro, malhado, seios grandes, bumbum perfeito, pernas torneadas e barriga chapada. Assim vemos nas atrizes das telenovelas, propagandas e programas de auditório. O telespectador médio vê o BBB como um programa de entretenimento, portanto o perfil estético das mulheres é relacionado a de outros programas, o que faz haver uma pressão social pela estética padrão.

O cinema, a TV e a publicidade não enxergam a mulher gorda como qualquer outra, não exploram sua personalidade sem levar em consideração o físico ou apelar para o humor. A mídia age como se ser gorda não fosse natural (não somente gorda, como ser baixinha, ter um corpo sem curvas ou uma deficiência física). O mercado é cruel com quem está fora dos padrões e a sociedade também, os espectadores do programa não seriam diferentes.

5.2. Enquadramento das postagens das páginas feministas: luta e resistência

A terceira onda do movimento feminista identificada por Nancy Fraser (2007) dá-se pela sua característica transnacional. Segundo a autora, as feministas perceberam que ações de decisões de Estados nacionais podem ter consequências além de suas fronteiras geográficas, além da importância da opinião pública, “que flui com supremo desprezo por fronteiras através dos meios de massa globais e da cibertecnologia” (FRASER, 2007: 303). Assim sendo, podemos falar em uma globalização do movimento feminista, na qual pautas ultrapassam fronteiras, como por exemplo, a pressão internacional para que países que permitem a mutilação genital

feminina proibam a prática, ou a atenção da mídia mundial para o estupro coletivo de uma estudante na Índia.

A autora aponta o papel dos meios de comunicação e da internet para esse processo. Eles são o suporte de visibilidade das pautas, mas também podem se configurar como meios de ativismo e de reunião. Ou seja, a atuação dos movimentos sociais feministas dentro do ciberespaço é um importante campo de análise.

Mostraremos e analisaremos agora os enquadramentos produzidos pelos movimentos sociais feministas no Facebook. Como já dito no início do item anterior, aqui faremos a análise do “enquadrar o enquadramento”. Muitas das postagens em páginas de movimentos feministas foram produzidas após o enquadramento da situação de violência contra a mulher pela página oficial do BBB.

Nas páginas analisadas, não há reunião de fãs do BBB, o que atrai comentários e curtidas é a luta por direitos e contra a violência. Como Butler ressalta: “a comoção nunca é somente nossa: a comoção é desde o começo, transmitida de outro lugar” (BUTLER, 2015: 81). Vemos nessas páginas de Facebook que a comoção quanto às situações de violência contra a mulher no BBB 2016 predispôs outras mulheres a perceberem o mundo de determinada maneira, a acolher certas dimensões do mundo e resistir a outras. Uma luta em comum existe. Mas como fazer as pessoas se comoverem com uma situação já enquadrada pela emissora de TV do BBB? Butler responde que a comoção depende do apoio social. Só podemos sentir comoção e a reivindicar como nossa com a condição de que já estejamos inscritos em um circuito de comoção social.

Seguindo as ideias de Butler, é possível perceber que a comoção, a crítica e a reivindicação por mudanças nas situações de violência contra a mulher do programa BBB 16 teriam maior probabilidade de emergirem a partir de páginas e agentes próximos aos movimentos sociais do circuito feminista.

Outra situação importante, também imbricada à teoria de Butler, é sobre o resultado do “enquadrar o enquadramento”. Uma atitude ética não aparece de repente logo após que os enquadramentos interpretativos habituais são destruídos, nem uma consciência moral pura surge, uma vez que as algemas da interpretação cotidiana sejam eliminadas. Isto é, as interpretações postas pela página oficial do BBB assim

que desconstruídas e ressignificadas pelos movimentos sociais feministas não se transformam em atitudes éticas espontaneamente.

Como mudanças poderiam vir, então? Butler sugere que “só desafiando a mídia dominante que determinados tipos de vida podem se tornar visíveis ou reconhecíveis em sua precariedade”; ela continua: “para reconhecer a precariedade de uma outra vida, os sentidos precisam estar operantes, o que significa que de ser travada uma luta contra as forças que procuram regular a comoção de formas diferenciadas” (BUTLER, 2015: 83). Se a grande mídia produz e regula boa parte da comoção, o que as páginas feministas fazem é tentar tocar tal força. O esforço de reenquadrar, proporcionar um outro olhar, outros caminhos de análise de um mesmo episódio é uma maneira de atingir a grande mídia, não no sentido de ofendê-las, mas sim no de tocá-la para que a visão heteronormativa perca forças, para que a mulher ganhe novos significados.

Caso 1 – Pedofilia

Iniciamos a análise de postagens sobre violência de gênero no BBB 16 com a postagem da página “Geledés – Instituto da Mulher Negra”, feita no dia 06 de fevereiro. Essa página possuía no momento da análise 640.271 seguidores. A mapeada rede de *network* mostrou que 187 páginas que a seguem e que a página “Geledés” curte apenas 5 páginas, ou seja, é uma página que centraliza muita a pauta de discussão, já que além dos compartilhamentos de contas individuais do Facebook, há o compartilhamento de outras páginas, principalmente dessas que são seguidoras.

Vejamos imagem desta postagem:

FIGURA 7 – POSTAGEM DA PÁGINA “GELEDÉS”



Geledés Instituto da Mulher Negra
6 de fevereiro · 🌐

Segundo cenas exibidas no (tornado) tradicional “reality show” da Rede Globo, o participante, de pouco mais de 50 anos de idade, afirmou que gosta mesmo “é das ‘novinhas’”, que já teria tido namoradas com idades em torno de 15, 16 anos, e ainda que , algumas vezes, teria precisado “embebedá-las para ‘facilitar as coisas’”
#geledes #questoesdegenero #pedofilia

Sobre meninas, meninos e o amor, o estranho amor - Geledés
Nesta semana, tomou conta das redes sociais a história “do tal Laércio-do-BBB”. Segundo cenas exibidas no (tornado) tradicional “reality show” da Rede Globo, o participante, de pouco mais de 50 anos de...
GELEDÉS.ORG.BR

👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar

👍 329 Principais comentários ▾

FONTE: GELEDÉS INSTITUTO DA MULHER NEGRA FACEBOOK/2016

A postagem acima teve 329 curtidas e 56 comentários⁵⁰. O enquadramento mostra Laércio como o acusado de pedofilia. Essa postagem ocorreu após a eliminação do Laércio do programa e depois da sua participação no programa matinal “Mais Você”. O texto de “Geledés” critica a naturalidade com que a emissora trata o assunto. O título da coluna já demonstra crítica: “Sobre meninas, meninos e o amor, o estranho amor”. O título desta coluna faz referência ao filme “Amor, estranho amor”, de 1982, que se notabilizou por uma cena de sexo protagonizada por Xuxa Meneghel e pelo ator Marcelo Ribeiro, que tinha então 12 anos. Outra referência foi ao filme “Meninos e Lobos”, que é sobre pedofilia.

⁵⁰ Disponível em: <http://www.geledes.org.br/sobre-meninas-meninos-e-o-amor-o-estranho-amor/>. Acesso em 05 de junho de 2016.

Ao fazer a análise de conteúdo dos 56 comentários dessa postagem, percebemos que a grande maioria concordou com o enquadramento da postagem, ou seja, veem Laércio como o agressor - pouquíssimos comentários discordando do enquadramento de “Geledés”. Na página do BBB, os comentários eram curtos e com muitas palavras de torcida; já aqui na página “Geledés” há comentários com uma vasta argumentação, pelo motivo de que aqui encontramos militantes de um movimento social, e lá são fãs de um ou outro participante do programa.

Outra página que se discutiu a visita de Laércio ao programa “Mais Você” e questionou o enquadramento dado pela emissora Globo foi a “Feminismo Sem Demagogia”. A postagem aparece a seguir.

FIGURA 8 – FEMINISMO SEM DEMAGOGIA



FONTE: FEMINISMO SEM DEMAGOGIA – ORIGINAL FACEBOOK/2016

Notemos que há um enquadrar o enquadramento da Globo -Tanto que o título da postagem é “O BBB e o acolhimento de mais um machista pela Globo”. A postagem

foi feita por uma das administradoras da *fan page* e critica duramente o enfoque dado pelo programa “Mais Você”. A administradora da página escreveu “pois é, já podem imaginar que vou comentar sobre o participante Laércio do BBB né? Mas não é só dele, mas também da redoma de proteção que a mídia vem se estabelecendo para protegê-lo ou colocar panos quentes nos casos de abuso e machismo”. Então aqui não há só uma discussão se houve crime de pedofilia, mas sim como a emissora conduziu o enquadramento da situação.

A moderadora da página continua seu texto criticando os apresentadores do “Mais Você” por amenizarem a situação do abuso ao levarem a opinião de uma advogada afirmando que só é estupro se não houver consentimento. Além disso, o texto da página “Feminismo Sem Demagogia” aborda a postagem sobre Laércio, em defesa do mesmo, feita pelo apresentador global Tiago Leifert.

A postagem termina com o seguinte parágrafo:


Agora se por uma lado eu vejo a mídia colocando o tal do Laércio como coitadinho, Ana Paula é a bruxa má implicando com coisas pequenas, e o argumento que é utilizado para desqualificá-la é que as demais mulheres da casa não acharam ruim, apenas ela, como se fosse necessário o aval de todas as mulheres do mundo para se apontar o machismo alheio. Inclusive este é tipo de desqualificação mais comum para minimizar as denúncias de vítimas de estupro, como só a vítima assistiu? É a palavra de uma contra todo o Sistema, machismo na telinha da Globo, mais uma vez a gente vê por aqui!⁵¹

Como vemos, o enquadrar o enquadramento segue como estratégia dos movimentos sociais feministas nas redes sociais, uma forma de por à prova a maneira como a mídia hegemônica enquadra.

Quando o participante Laércio foi preso, as páginas feministas voltaram a postar sobre o caso de pedofilia. A postagem do “Coletivo de Jornalistas Feministas Nísia Floresta” a seguir mostra bem como isso ocorreu.


⁵¹ Texto de moderadores retirado da página de Facebook “Feminismo sem Fronteiras” de 5 de fevereiro de 2016. Acesso em 05 de junho de 2016.

FIGURA 9 – COLETIVO DE JORNALISTAS FEMINISTAS NÍSIA FLORESTA

 **Coletivo de Jornalistas Feministas Nísia Floresta**
17 de maio de 2016 · 🌐

Na tarde de ontem, após a prisão do ex-BBB Laércio, investigado por estupro de vulnerável pela Polícia Civil do Paraná, várias manchetes de portais de notícia afirmavam que ele havia tido um "relacionamento" com a vítima, então com 13 anos. Nós, do Coletivo de Jornalistas Feministas Nísia Floresta, criticamos o uso de termos como "relacionamento" e "relação sexual" para se referir a casos de estupro, pois sexo e relacionamento amoroso pressupõem consentimento, e menores de 14 anos não podem consentir neste sentido, de acordo com a legislação.

O G1, um dos portais de notícias a cometer esse erro, retirou o termo da manchete, e posteriormente publicou uma matéria para discutir esta questão, entre outros temas. A presidente da Comissão de Estudos sobre Violência de Gênero (CEVIGE) da OAB-PR, a advogada Sandra Lia Bazzo, e a integrante do Coletivo, a jornalista Vanessa Fogaça Prateano, deram entrevista para a matéria. Confira:



Prisão de ex-BBB expõe 'ranço machista e sexista', diz advogada

Laércio de Moura foi preso em Curitiba suspeito de estupro de vulnerável. 'É preciso educar as pessoas para a igualdade de gênero', diz militante.

G1.GLOBO.COM

FONTE: COLETIVO DE JORNALISTAS FEMINISTAS NÍSIA FLORESTA FACEBOOK/2016

A postagem do coletivo feminista enquadrando os enquadramentos sobre a prisão de Laércio. O coletivo, administrado por jornalistas mulheres, fez uma análise dos enquadramentos produzidos pelos veículos de informação. Esses colocavam, principalmente, que Laércio estava sendo preso por ter se “relacionado” ou ter tido “relação sexual” com as menores de idade. Palavras que, segundo a postagem do

coletivo, são escolhidas para mostrar que houve consentimento das menores de idade, assim deslegitimando as situações de abuso.

A postagem do coletivo feminista ainda destaca que o Portal G1 também tinha usado o termo “relacionamento” em uma de suas manchetes, mas após pressão de integrantes do movimento feminista, corrigiu a manchete e ainda produziu uma reportagem para discutir a temática. Judith Butler diz que esse é o caminho, criticando os grandes veículos de comunicação para que esses mudem de postura.

A página “Não Me Kahlo” também enquadrou o enquadramento da emissora Globo usando um *print* da própria notícia.

FIGURA 10 – NÃO ME KAHLO



FONTE: NÃO ME KAHLO FACEBOOK/2016

Percebemos no *print* da postagem que a página feminista riscou o termo “relacionamento” e diz na legenda da imagem que “ESTUPRO não é relacionamento, Globo”. Os comentários, 1100 nessa postagem, giraram em torno do enquadramento da emissora, na tentativa de romantizar o abuso.

Nessa postagem, há muitos comentários sobre o que é abuso ou não, pois no contra-argumento de que não há abuso, os argumentos são de que houve

consentimento por parte das menores de idade. Então, um dos comentários, para rebater a lógica de que menor consentiu, diz:

Vamos tirar o sexo um pouquinho da jogada, pra tentar colocar na cabeça de uma galera por aí, o que rola de verdade. Uma garota chega numa concessionária e diz: - Oi, quero comprar um carro. O vendedor diz: - Quantos anos vc tem? Ela:- 13. Vendedor: - Desculpe mas não posso te vender um carro. Menina: - Mas eu tenho o dinheiro, já sei até dirigir. Eu quero comprar o carro! Vendedor: - Acontece que não posso fazer isso, a lei não me permite. Entenderam??⁵².

Outro comentário atribuiu o enquadramento da emissora Globo ao fato de Laércio ser um contratado da Globo: “Se fosse um negro da comunidade, estava ESTUPROU (em caixa alta mesmo). Mas o cara teve um contrato na Globo. Sabe como é, né!”⁵³. Então, nem todos atribuem o enquadramento da Globo ao machismo.

Quando a temática foi pedofilia, os movimentos sociais feministas se fizeram mais presentes nas disputas por enquadramentos. Podemos sugerir que foi porque a situação do participante Laércio foi polêmica mesmo, mas acreditamos que por ser uma pauta de interesse de quase todas as vertentes do feminismo, das radicais às moderadas, a disputa por novos enquadramentos foi mais praticada. A pauta pedofilia é ainda um tabu nos veículos de comunicação; a situação de Laércio não podia ser descartada, já que para os movimentos sociais feministas virtuais era uma boa oportunidade de alavancar a discussão e assim o fez.

As disputas por novos enquadramentos propostos pelos movimentos sociais nos dizem sobre o estágio atual das lutas sociais, um momento que muitos temas têm emergido, pois a atuação dos movimentos sociais têm se intensificado com o uso da internet, principalmente a internet sem fio, com o uso de smartphones.

Caso 2 – Assédio Ronan x Munik

⁵² Anônimo, retirado da página de Facebook “Não me Kahlo”, postagem de 16 de maio de 2016. Acesso em 05 de junho de 2016.

⁵³ Anônimo, retirado da página de Facebook “Não me Kahlo”, postagem de 16 de maio de 2016. Acesso em 05 de junho de 2016.

Várias páginas feministas compartilharam uma reportagem do Jornal Extra com a manchete “BBB 16: Advogada diz que insistência de Ronan com Munik é assédio”. O texto diz:

Na internet, algumas pessoas criticaram Ronan, acusando-o de assédio. Advogada e ativista do Coletivo Não Me Kahlo, Bruna Leão lembra que, apesar de os amigos tentarem amenizar, as atitudes do estudante podem ser assim configuradas:

— O assédio é uma forma de violação ao corpo da mulher sem o consentimento, e pode acontecer de diversas formas. Como ela reclama, ele deveria, a partir disso, parar. Depois, Ronan ainda disse: “Sem raiva”, como uma forma de deslegitimar a raiva que ela está sentindo. Isso também é uma forma de abuso⁵⁴.

O enquadramento é diferente da romantização feita pela página oficial do BBB. Os movimentos sociais feministas em suas páginas expõem Ronan como um agressor, não um romântico insistente, como a página do BBB o enquadrou. Munik nesse enquadramento é vista como a vítima de um assédio, não como uma amada sendo cobiçada por seu possível amor.

Os comentários da postagem também diferem da postagem do BBB. Aqui, há pessoas definindo o que é assédio, trazendo exemplos e muitos com frases concordando com a postagem da página feminista.

Em outra postagem, essa da página “Não me Kahlo”, um texto publicado no site “Bolsa de Mulher” é compartilhado.

⁵⁴ Retirado de Jornal Extra, 29 de março de 2016. Acesso em 05 de junho de 2016.

FIGURA 11 – POSTAGEM “BOLSA DE MULHER”

Insistência de Ronan com Munik poderia ser considerada assédio? Entenda



ESCRITO POR
MARIANA BUENO



PAULO BELOTE/REDE GLOBO

Os participantes do BBB 16 Ronan e Munik acabaram se tornando não só aliados no jogo, mas também grandes amigos. Mas, quando um novo participante entrou na casa, Ronan começou a demonstrar um ciúme excessivo e chegou a comentar que estaria apaixonado por ela. Desde então, ele vem tentando ficar cada vez mais próximo, com abraços, beijos e elogios que nem sempre agradam a sister.

Ronan está passando dos limites?

Em conversa com Geralda, também participante do programa, Munik confessou que se sente incomodada com a postura de Ronan e que, por mais que tente se esquivar, acaba não conseguindo, pois, como são amigos, também não quer magoá-lo.

FONTE: “NÃO ME KAHLO” FACEBOOK/2016

A abordagem é mais suave e o texto vai usando o caso de Ronan e Munik do BBB 16 para dizer o que é assédio, como identifica-lo e denunciá-lo⁵⁵. Mais uma mostra de que o que acontece no BBB é utilizado pelos movimentos sociais para esclarecer suas lutas e reivindicações.

Dentro da página “Não Me Kahlo”, onde esse texto foi compartilhado, os comentários são diversificados: há vários que dizem que a situação é assédio mesmo, já há outras pessoas que acham que não. O que destacou foi o comentário, com centenas de curtidas, de uma seguidora da página onde ela argumenta:

A romantização do assédio não é novidade, só lembrarmos da emblemática foto de um marinheiro beijando uma moça na *Times Square*, Ny, a moça da foto, Greta Zimmer Friedman, alegou tempos depois que o homem era forte demais, que ele a beijo e ela não autorizou. A foto virou símbolo de um casal apaixonado, mas é símbolo de uma sociedade patriarcal secular que pratica violência contra mulheres. Ou difundimos nossas vozes ou continuaremos sendo caladas por beijos indesejados⁵⁶.

A prática de tornar uma situação de violência em um caso de paixão é corriqueira nas telenovelas brasileiras. A jornalista Luara Colpa, do Jornal Virtual Bhaz, motivada pela denúncia da atriz Susllem Meneguzzi Tonani contra o ator José Mayer, fez um rápido levantamento de capas de revistas sobre telenovelas⁵⁷ que nos mostram a “naturalização” da violência contra a mulher nas tramas. Algumas frases das capas dizem “Teobaldo expulsa Helena de Casa: ele só pensa em se vingar” Ou “Ciúme doentio de Carlos acaba com a vida de Helena”.

Além das capas de revistas, podemos lembrar que o ator José Mayer interpretou Pedro na novela *Laços de Família*, em que se envolvia com uma menor de idade vivida por Deborah Secco. Nessa trama, especialmente, o abuso era constante. Além de “seduzir” e se envolver com muitas mulheres, criando rivalidade entre elas, o personagem ainda naturalizava o fenômeno “galã coroa com uma

⁵⁵ Disponível em: <http://www.vix.com/pt/bdm/comportamento/insistencia-de-ronan-para-ficar-com-munik-pode-ser-considerada-assedio-entenda>. Acesso em 06 de junho de 2016.

⁵⁶ Comentário de Camila Amorim em postagem do dia 07 de maio de 2016 na página de Facebook “Não Me Kahlo”.

⁵⁷ Sobre a romantização dos abusos: <http://bhaz.com.br/2017/04/03/rede-globo-e-a-romantizacao-dos-abusos/>. Acesso em 11 de junho de 2016.

novinha”. Pedro seduzia e violentava todo o tempo. Dizia que estava “dando um corretivo” à adolescente.

As novelas não são objetos de estudo desse trabalho, mas simbolizam também a maneira como a sociedade e a televisão se relacionam. A situação dos participantes Munik e Ronan não foi a primeira nem a última a ser veiculada pela televisão brasileira. Inúmeros outros produtos televisivos poderiam ser usados aqui para simbolizar que a cultura do assédio sexual contra mulheres é veiculada naturalmente nas emissoras de televisão brasileiras.

Caso 3 – Estética das participantes

As situações de críticas aos corpos das participantes mulheres, como mostrado no enquadramento feito pela página do BBB, foi a menos explorada pelos movimentos sociais feministas. Percebemos que pouquíssimas páginas de Facebook se debruçaram nessas situações de violência, ou seja, sobre o fato da participante Munik engordar, a participante Maria Claudia ser gorda e Geralda ser idosa/velha.

Arriscamos em dizer que a pauta da pedofilia e do assédio foram privilegiadas, pois geraram mais reações do público médio e também por essas páginas de cunho feministas estarem atentas a outros produtos culturais e midiáticos. Um levantamento da cronologia de pautas seria necessário para tentarmos entender a motivação que deixou de lado essa temática.

5.3. Disputas discursivas e de enquadramentos

Vimos no início desse capítulo que o *reality-show* BBB 16 esquadrou várias situações polêmicas em sua página oficial no Facebook. Casos que demonstram a violência de gênero. A reação do público seguir da página do BBB 16 não foi a de total acato, podemos afirmar que há um embate e resistência sobre as situações analisadas, assim como vimos que há uma grande parcela que concorda e reafirma os enquadramentos propostos pela Emissora Globo. Não há uma relação de poder,

ou dominação, pelo contrário, há uma troca. A escolha dos teóricos da “miaculturas” para compreender essa relação produção x público foi propícia.

As postagens de *Fan pages* com olhar feminista deixaram a entender que os movimentos sociais, que utilizam a internet como instrumento de luta, produzem enquadramentos do enquadramento, isto é, utilizaram o quadro proposto pelo BBB para discutir, ressignifica, mostrar outros quadros possíveis.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a análise de dados e revisão da literatura, apresentaremos alguns apontamentos importantes.

Concluimos que os produtos culturais, como o BBB, refletem o contexto das interações sociais e, ao mesmo tempo, atuam sobre ele. Devem ser olhados como construtos e não com substâncias, como dispositivos de interação social.

Notamos que a internet tem se tornado um espaço para que os movimentos sociais usem a informação mediante suas práticas sociais e construam suas identidades. Assim sendo, ocorre uma dependência de materiais simbólicos formados pela internet, pois esses materiais contribuem para uma nova forma de interação social. Além disso, características em rede da internet são fundamentais para guiar esse processo de apropriação dos movimentos sociais.

Acreditamos importante salientar que os movimentos são constituídos de indivíduos, que se entusiasma quando são mobilizados para um objetivo que apreciam, o que está diretamente relacionado à esperança, que é um ingrediente fundamental no apoio à ação com vistas a um objetivo. Mas, para a formação de um movimento, essa ativação emocional deve se conectar a de outros indivíduos, o que é feito por meio de um processo de comunicação de uma experiência individual para outras. E, em nossa época, as redes digitais são os veículos de comunicação utilizados pelos movimentos sociais – por isso a relevância das redes digitais para formar um processo de comunicação que propague os eventos e as emoções dos movimentos.

A ação dos movimentos sociais feministas na internet pôde ser analisada e compreendida com ferramentas estatísticas. A formação dos gráficos da rede de *fan pages* disse-nos que não temos um movimento homogêneo. Apesar do rótulo “feminista” generalizar-se, vimos que a ação deles é diferenciada, como pautas de reivindicações e ferramentas de difusão estratégicas para diferentes públicos. Assim como a relação entre páginas não é universal, isto é, não é porque a página X, classificada como feminista, interagirá com a página Y, também classificada como feminista. Vimos que dois itens proporcionam a interação desses atores: o tipo de

linguagem (poesia, grafite, linguagem acadêmica, música) ou a pauta de reivindicação (feminismo negro, radical, maternidade, aborto, etc.).

Quando analisamos as postagens e comentários nas *fan pages* propostas, vimos que a ação dos públicos oscilou de acordo com a temática, não existindo um padrão engessado de ação dos públicos.

O público seguidor da página oficial do BBB tem a tendência a acatar o enquadramento proposto pela emissora, mas os índices de análise dos comentários oscilaram entre postagens, houve situações que a maioria esmagadora concordou, mas houve também casos que houve uma divisão do acatamento, como a situação sobre a estética das participantes. O que nos mostrou que o público tem capacidade reflexiva e balança de diferentes maneiras, ou seja, não é o padrão de ação a concordância com o enquadramento, apesar de ser ainda maioria.

A emissora de televisão, produtora do BBB, mostrou-se interativa com o social, procurando agradar o tipo médio de espectador, mas, ao mesmo tempo, é relativamente suscetível às pressões sociais. Portanto, uma ação engessada não se mostra aqui.

Nas postagens na página do BBB, notamos também que há muitas reações emotivas, isto é, nota-se que há torcida pelos participantes, um comportamento de fãs, sendo assim a beleza do seu ídolo, a maneira (não o conteúdo) como ele falava ou o jeito de se vestir ou arrumar o cabelo gerava tanto comentário quanto as ações em si. Observamos uma parcela considerável de comentários dessas postagens que traziam reflexão, argumentação, contra argumentação, principalmente nas postagens que abordavam, nem que fosse indiretamente, a temática pedofilia.

Sobre os enquadramentos produzidos pelos movimentos sociais em páginas feministas, percebemos que essas não seguiram o enquadramento da *fan page* do BBB, pelo contrário, produziram uma disputa de enquadramentos. Muitas vezes usavam o “enquadramento original”, o produzido primeiramente pela emissora, para gerar um novo enquadramento, tentando denunciar as situações de violência, assim como produzindo novos enquadramentos sobre a mesma temática. Mas o “ponta pé” inicial, na maioria dos casos, era o “enquadramento original” produzido pela emissora de TV.

Os comentários dentro das postagens dessas páginas vieram num percurso um pouco diferente, eles traziam muito mais argumentação do que os produzidos na página do BBB, assim como continham contra argumentação, outros exemplos de violência e dados estatísticos (principalmente sobre feminicídio).

Trazer outras situações de violência que se assemelhavam ao que se passava no BBB se deu como uma estratégia recorrente. Como já dito anteriormente, sensibilizar indivíduos em redes com histórias de outros indivíduos, sensibilizando pelo emotivo, tem se mostrado eficaz, principalmente dentro de páginas feministas. Assim, podemos arriscar em dizer que há um diálogo do *online* com o *offline*, histórias de violência dentro do mundo físico são relatadas no mundo virtual e vice-versa. Algumas iniciativas concretizaram-se no *offline*, dentro dos movimentos feministas virtuais, como a publicação do livro “Meu Primeiro Assédio”, que reuniu centenas de relatos produzidos nas redes sociais com a *hashtag* #meuprimeiroassédio, em 2015.

As disputas por novos enquadramentos propostos pelos movimentos sociais dizem-nos sobre o estágio atual das lutas sociais. Vivemos um momento em que temas antes não discutidos hoje estão em pauta, pois a atuação dos movimentos sociais tem se intensificado com o uso da internet, principalmente a internet sem fio, com o uso de celulares. O acesso de boa parte dos brasileiros à internet e redes sociais, unido à ação dos movimentos feministas, proporcionou o alavanque de pautas importantes, como pedofilia e assédio sexual.

Pela análise das postagens das páginas feministas, percebemos que uma luta para produzir uma outra comoção é feita. A estratégia dessas páginas de ressignificar o enquadramento do programa mostra o quanto nosso referencial teórico “midiaculturas” mostra-se num caminho viável à sociologia.

Notamos também que uma das dimensões mais desafiadoras do aparato conceitual desenvolvido por Butler em “Quadros de Guerra” é justamente a questão da agência. Trata-se, por um lado, de uma questão fundamental (já que um dos objetivos da obra é refletir sobre possibilidades de ação política contra a guerra) e de um dos pontos mais elusivos (ou escorregadios) no pensamento da autora. A teoria é bastante poderosa para pensar a possibilidade de desconstruir enquadramentos hegemônicos e produzir novas perspectivas sobre essas questões, mobilizando outros afetos éticos e políticos. A complexidade de sua concepção de sujeito (tanto

de indivíduo quanto de atores coletivos), no entanto, dificulta o exercício de análise de processos concretos de mobilização e transformação. Afinal de contas, quais foram os efeitos políticos dos enquadramentos produzidos no caso Laércio/pedofilia? A mobilização foi sem dúvida eficaz no sentido de colocar em debate na esfera pública a questão da violência sexual contra menores. A mobilização teve como consequência uma ação do Ministério Público do Paraná que culminou na prisão do ex-participante do BBB Laércio. Mais uma situação que podemos dizer que saiu do *online* para o *offline*.

A hipótese da perspectiva “miaculturas” de que os produtos midiáticos são reflexo das relações sociais parece se confirmar, assim como verificamos uma esfera pública polifônica que subjetiva e ressignifica as ações da mídia. E a internet funciona, para os movimentos em rede, como um mecanismo de resistência e oposição ao domínio da mídia tradicional. Defendemos, portanto, que o *reality show Big Brother Brasil* é uma “miacultura”. Sendo assim, representa a realidade e os movimentos sociais que fazem uso do conteúdo produzido nesse programa comparando e produzindo novos enquadramentos para alavancar suas pautas e lutarem por visibilidade.

Muitos pontos ficaram sem esclarecimento, portanto seria necessário um aprofundamento em algumas situações, como as outras situações de grupos minoritários, como o público LGBT ou afrodescendentes, em edições do BBB; uma classificação ideológica das páginas ditas feministas e a compreensão do agendamento das mesmas; além de análises de outros produtos culturais da mídia, suas reações nas redes sociais e vice-versa.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, Max. **A Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ADORNO, Theodor. **Televisão, consciência e indústria cultural**. In: Cohn, G. *Comunicação e Indústria Cultural*, 1a ed., SP: Companhia Editora Nacional, 1971.

_____. **Indústria Cultural**. In: Cohn, G. *Comunicação e Indústria Cultural*, 1a ed., SP: Companhia Editora Nacional, 1971.

BARBERO, J. M. **Dos meios às mediações**. Tradução: Alcides R. Polito, 2006.

_____. **América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social**. In: WILTON, M. *Sujeito o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

BACCHIN, Rodrigo Boldrin. **Big Brother: a TV na era da globalização**. 2008. 176 p. Dissertação de Mestrado em Sociologia. Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2008.

BARDIN, I. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições Setenta, 1994.

BERNARDES, Marcia. **Uma reflexão inicial sobre feminismo na internet: gênero e corpo**. In: *Congresso internacional comunicação e consumo*, 2014.

BORELLI, Sílvia. **Big Brother Brasil – novo formato ou hibridação de conhecidas formas?** In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de & BUONANNO, Milly (orgs.) *Comunicação Social e Ética: Colóquio Brasil-Itália*. São Paulo: Intercom, p.356-371, 2005.

BOURDIEU, P. **Razões Práticas: sobre teoria da ação**. Campinas: Papius, 1996.

_____. **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

_____. **Sobre a Televisão: seguido de A influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BUTLER, Judith. **Quadros de guerra: quando a vida é passível de luto?** Trad. Sérgio Tadeu de Niemeyer Lamarão e Arnaldo Marques da Cunha. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

CARVALHO, Carlos Alberto. **O enquadramento como conceito desafiador à compreensão do jornalismo**, 2009. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/resumos/R14-0206-1.pdf>. Acesso em 24 de abril de 2016.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança – movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CEVASCO, Maria Elisa. **Dez Lições sobre Estudos Culturais**. São Paulo: Boitempo, 2003.

CASTRO, Cosette. **Contexto midiático: o sistema nacional no espaço global**. Disponível em: http://www2.metodista.br/unesco/agora/PMC_Acervo_eixos_focais_txt_1_contexto_miatico.pdf. Acesso em 18 de maio de 2016.

COMIN, Arnaldo. **A TV que corre riscos**. Meio & Mensagem, São Paulo, 12/01/2004. Disponível em: <http://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>. Acesso em 04 de fevereiro de 2016.

COSTA, Jean Henrique. **Stuart Hall e o modelo “encoding and decoding”: por uma compreensão plural da recepção**. Revista Espaço Acadêmico. Maringá, n. 12, p. 111 – 121, set. 2012.

DURHAM, M. G. e KELLNER, D. **Media and Cultural Studies: Keywords**. Malden: Blackwell, 2006.

ENTMAN, R. **Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm**. Journal of Communication, n° 43, 1993.

ESCOSTEGUY, A. C. **Cartografias dos estudos culturais: uma versão latinoamericana**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

FRAU-MEIGS, D. **Big Brother and reality TV in Europe: towards a theory of situated acculturation by the media**. European Journal of Communication. Vol. 21(1), p. 33-56, 2006.

FRANZOIA, Ana Paula. **Curiosidade real**. Época, São Paulo, 18/03/2002. Disponível em: <http://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>. Acesso em 31 de março de 2016.

FRASER, Nancy. **Mapeando a imaginação feminista: da redistribuição ao reconhecimento e à representação**. Estudos Feministas, Florianópolis, v. 15, 2007.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade 1: A vontade de saber**. 3. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1980.

GIGLIETTO, Fabio; ROSSI, Luca; BENNATO, Davide. **The open laboratory: Limits and possibilities of using Facebook, Twitter, and YouTube as a research data source**. Journal of Technology in Human Services, v. 30, n. 3-4, p. 145-159, 2012.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

_____. **Da diáspora: Identidades e mediações culturais**. Org. Liv Sovik; Tradução Adelaine la Guardia Resende *et all*. Belo Horizonte: Edição UFMG; Brasília: representações da UNESCO no Brasil, 2003.

HANNEMAN, R. A. **Introduction to Social Network Methods**. Riverside: University of California, 2001.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: Edusc, 2001.

MAIGRET, Éric. **Sociologia das Comunicações e das Mídias**. São Paulo: Editora Senac, 2010.

MARTELETO, Regina M. **Redes sociais, mediação e apropriação de informação: situando campo, objetos e conceitos na pesquisa em ciência da informação**. Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação. Brasília, v.3, n.1, p.27-46, jan/dez., 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Pistas para entre-ver meios e mediações** In MARTÍNBARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*. Comunicação, Cultura e Hegemonia, 4ª, Rio de Janeiro, ed.UFRJ, 2006, pg. 11-21.

MINAYO, M. C. de S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 7. ed. São Paulo: Hucitec, 2000.

MUSSO, P. **A filosofia da rede**. In: PARENTE, A. (Org.) *Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2004.

RECUERO, Raquel. **Contribuições da Análise de Redes Sociais para o estudo das redes sociais na Internet: o caso da hashtag# Tamojuntodilma e# CalaabocaDilma**. Fronteiras-estudos midiáticos, v. 16, n. 2, p. 60-77, 2014.

ROXO, Marco Antônio; SACRAMENTO, Igor. **Thompson/Williams: para uma história cultural da comunicação**. Interin (Curitiba), v. 9, p. nº 3, 2010.

SANT'ANA, Lidiane Ferreira. **Análise de Redes Sociais como Metodologia para a Comunicação no Contexto das Organizações**. V ABRAPCORP, 2011.

SANTOS JR, Marcelo Alves dos. **Vai pra Cuba!!! A Rede Antipetista na eleição de 2014**. Marcelo Alves dos Santos Junior. – 2016.

SCHRAMM, L. **Comunidades interpretativas e estudos de recepção: das utilidades e inconveniências de um conceito**. In: JACKS, N. de; SOUZA, M. C. J. (org.). *Mídia e recepção: televisão, cinema e publicidade*. Salvador: EDUFBA, 2006.
SOARES, Weber. **Para Além da Concepção Metafórica de Redes Sociais: fundamentos teóricos da circunscrição topológica da migração internacional**.

In: XIII Encontro da Associação Brasileira de Estudos Populacionais. Ouro Preto, Minas Gerais. Nov., 2002.

SONTAG, Susan. **Diante da dor dos outros**. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2003.

SOUZA, Nelson Rosário. **Aculturação e Identidade: o caso do seriado “sexo e as nega”**. VI ComPolitica. Puc Rio 2015.

TUCHMAN, G.; DANIELS, A. K.; BENÉT, J. **Hearth & Home: Images of Women in the mass media**. New York: Oxford University Press, 1978.

VERÍSSIMO, Luis Fernando. **Big Brother Brasil – uma vergonha!** Disponível em: <http://www.recantodasletras.com.br/resenhas/2790149>. Acesso em 07 de setembro de 2016.

WILLIAMS, Raymond. **Base e superestrutura na teoria cultural marxista**. Revista USP. São Paulo, n. 65, p. 210-224, março/maio, 2005.

_____. **Television: technology and cultural form**. London: Routledge, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.