

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
NÍVEL MESTRADO

FABRICIA BOGONI

AUDIOVISUALIDADES DO SEM-ROSTO NA TV ABERTA BRASILEIRA

São Leopoldo

2018

FABRICIA BOGONI

AUDIOVISUALIDADES DO SEM-ROSTO NA TV ABERTA BRASILEIRA

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Orientadora: Profa. Dra. Sonia Estela Montañó La Cruz

São Leopoldo

2018

B675a Bogoni, Fabricia.
Audiovisualidades do sem-rostro na TV aberta
brasileira / Fabricia Bogoni. – 2018.
161 f. : il. ; 30 cm.

Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do Rio
dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da
Comunicação, 2018.

“Orientadora: Profa. Dra. Sonia Estela Montaña La
Cruz.”

1. Televisão – Brasil. 2. Comunicação de massa –
Aspectos sociais. 3. Comunicação e cultura. I. Título.

CDU 659.3

FABRÍCIA BOGONI

AUDIOVISUALIDADES DO SEM-ROSTO NA TV ABERTA BRASILEIRA

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS.

APROVADA EM 28 DE AGOSTO DE 2018.

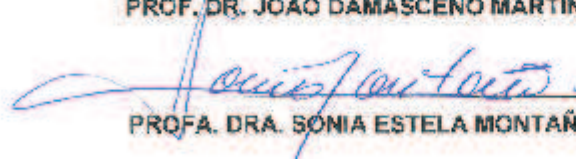
BANCA EXAMINADORA



PROFA. DRA. CYBEL ALMEIDA MORAES – UNISINOS



PROF. DR. JOÃO DAMASCENO MARTINS LADEIRA – UNISINOS



PROFA. DRA. SONIA ESTELA MONTAÑO LA CRUZ – UNISINOS

RESUMO

Esta dissertação constrói o conceito de sem-rostos. Trata-se de uma cartografia realizada na TV aberta brasileira, particularmente, no SBT e na Rede Globo, com o objetivo de encontrar imagens nas quais o rosto é escondido com algum recurso audiovisual. Longe de pensarmos que se trata da ausência de rosto, pensamos o sem-rostos como uma atualização (DELEUZE, 2004) do rosto nos mundos televisivos, construído de forma tecnocultural, em uma cultura para a qual o rosto é uma questão central de identidade. A pergunta que acompanhou toda a pesquisa foi, então, quais os sentidos identitários que o sem-rostos adquire no interior dos mundos televisivos e o que ele diz sobre a televisão e sobre a tecnocultura contemporânea? Para responder a pergunta e decodificar o sem-rostos nos mundos televisivos, adotamos a Metodologia das Molduras (KILPP, 2010) e os seus procedimentos de intuição, flaneuria, cartografia, desconstrução e dissecação e os seus eixos de molduras, ethicidades e imaginários. Para pensar a televisão e as suas imagens e montagens, nos auxiliamos dos autores Flusser (2011), Eisenstein (2002b), Aumont et al. (1995), Aumont e Marie (2003), Canevacci (2009) e Kilpp (2003, 2010). Para pensar o rosto, foi importante o auxílio de Deleuze (1984), Deleuze e Guattari (1996), Canevacci (2009) e Gomes (2016). Para a análise, escolhemos alguns tempos televisivos que tem a presença de sem-rostos no SBT e na Rede Globo como corpus pela diversidade de sentidos dados entre essas emissoras e entre os sem-rostos abordados. Entre as conclusões, percebemos que o sem-rostos, ao mesmo tempo em que se esconde o rosto, aponta para o rosto ocultado. Esta dinâmica audiovisual resulta em uma imagem-afecção (DELEUZE, 1984), uma qualidade de todo o programa e de toda a TV, uma audiovisualidade. É possível chegar a essa audiovisualidade pela desconstrução de um conjunto de rostos que estão moldurando aquele sem-rostos, entre outros, o rosto da emissora e o do programa, junto com os imaginários convocados nessas relações todas.

Palavras-chave: Sem-rostos. Televisão. Mundos televisivos. Audiovisualidades.

RESUMEN

Esta disertación construye el concepto de sin-rostro. Se trata de una cartografía realizada en la TV abierta brasileña, particularmente, en el SBT y en la Rede Globo, con el objetivo de encontrar imágenes en las que el rostro es escondido con algún recurso audiovisual. Lejos de pensar que se trata de la ausencia de rostro, pensamos el sin-rostro como una actualización (DELEUZE, 2004) del rostro en los mundos televisivos, construido de forma tecnocultural, en una cultura para la cual el rostro es una cuestión central de identidad. La pregunta que acompañó toda la investigación fue, entonces, ¿cuáles son los sentidos identitarios que el sin-rostro adquiere en el interior de los mundos televisivos y lo que él dice sobre la televisión y sobre la tecnocultura contemporánea? Para responder a la pregunta y decodificar el sin-rostro en los mundos televisivos, adoptamos la Metodología de las Molduras (KILPP, 2010) y sus procedimientos de intuición, flaneuría, cartografía, desconstrucción y disección y sus ejes de molduras, ethicidades e imaginarios. Para pensar la televisión y sus imágenes y montajes, nos auxiliamos de los autores Flusser (2011), Eisenstein (2002b), Aumont et al. (1995), Aumont y Marie (2003), Canevacci (2009) y Kilpp (2003, 2010). Para pensar el rostro, fue importante el auxilio de Deleuze (1984), Deleuze y Guattari (1996), Canevacci (2009) y Gomes (2016). Para el análisis, elegimos algunos tiempos televisivos que tienen la presencia de sin-rostro en el SBT y en la Rede Globo como corpus por la diversidad de sentidos dados entre esas emisoras y entre los sin-rostro abordados. Entre las conclusiones, percibimos que el sin-rostro, al mismo tiempo en que se esconde el rostro, apunta hacia el rostro oculto. Esta dinámica audiovisual resulta en una imagen-afección (DELEUZE, 1984), una cualidad de todo el programa y de toda la TV, una audiovisualidad. Es posible llegar a esa audiovisualidad por la desconstrucción de un conjunto de rostros que están moldeando aquel sin-rostro, entre otros, el rostro de la emisora y el del programa, junto con los imaginarios convocados en todas esas relaciones.

Palabras clave: Sin-rostro. Televisión. Mundos televisivos. Audiovisualidades.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Filme Outubro	25
Figura 2 – Filme Lúcia e o sexo	35
Figura 3 – Filme Réquiem para um sonho	36
Figura 4 – Filme WALL-E	37
Figura 5 – Filme Os três macacos	37
Figura 6 – Filme O fabuloso destino de Amélie Poulain	38
Figura 7 – Filme Perfume: a história de um assassino	38
Figura 8 – Planos fechados do telejornalismo	39
Figura 9 – Filme Enoch Arden	42
Figura 10 – Filme Las dos tormentas	42
Figura 11 – Filme Lo viejo y lo nuevo	43
Figura 12 – Filme Lulú	44
Figura 13 – Filme Lluvia	46
Figura 14 – Máscara-mosaico de Mixtec	51
Figura 15 – Máscara funerária do rei de Micenas	51
Figura 16 – Visus Greta Garbo, Joan Collins e Orlan	53
Figura 17 – Sequência de frames do promo <i>SBT, A TV que tem torcida</i>	60
Figura 18 – As cores no <i>Topa Tudo Por Dinheiro</i> em 1997 e no <i>Programa Silvio Santos</i> em 2017	64
Figura 19 – As cores em diferentes programas do SBT nos anos 2000	65
Figura 20 – Visus Matheus Ueta no SBT	67
Figura 21 – Visus <i>Personas</i> Carlos Alberto de Nóbrega e Ratinho no SBT	69
Figura 22 – <i>Persona</i> Patrícia Abravanel como apresentadora substituta em programas da <i>persona</i> Silvio Santos no SBT	70
Figura 23 – Visus <i>Persona</i> Patrícia Abravanel no SBT	71
Figura 24 – Entradas da Seleção Brasileira de 1994 e das <i>personas</i> do SBT	73
Figura 25 – Construção do boneco <i>Silvinho</i>	74
Figura 26 – <i>Silvinho</i> em vinhetas do SBT e no <i>Programa Silvio Santos</i>	75
Figura 27 – Pegadinha <i>Pegar Curioso</i>	80
Figura 28 – Sequência de frames de <i>Pegar Curioso</i>	81
Figura 29 – Sequência de frames de <i>Plantão do Sombra</i>	89
Figura 30 – A apresentação das partes envolvidas no caso de DNA	99

Figura 31 – O advogado do <i>DNA</i>	101
Figura 32 – A massagem na <i>persona</i> sem-rostos Gabriel.....	102
Figura 33 – O leão da <i>International Ratinho Production</i>	103
Figura 34 – Cabeça da reportagem de Maurício Ferraz	112
Figura 35 – <i>Persona</i> sem-rostos entrevistada por Maurício Ferraz	115
Figura 36 – <i>Personas</i> sem-rostos da grande reportagem sobre a automutilação na adolescência	120
Figura 37 – Introdução especial e cabeça da grande reportagem sobre a automutilação na adolescência.....	121
Figura 38 – A rostificação do corte da grande reportagem sobre a automutilação na adolescência.....	124
Figura 39 – A automutilação de algumas <i>personas</i> sem-rostos da grande reportagem.....	127
Figura 40 – A rostificação do corte (de partes do corpo automutiladas) da grande reportagem	127
Figura 41 – Cabeça da reportagem do Repórter Secreto Eduardo Faustini.....	130
Figura 42 – O “fantasma” que não tem medo de fantasmas.....	133
Figura 43 – O rosto do Repórter Secreto Eduardo Faustini	134
Figura 44 – O sem-rostos e a defesa da questão pública.....	134

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 DO REPÓRTER SECRETO ÀS AUDIOVISUALIDADES DO SEM-ROSTO NA TV ABERTA BRASILEIRA.....	11
2.1 LEVANTAMENTO DE ESTADO DA ARTE E PESQUISA DA PESQUISA	15
3 O SEM-ROSTO COMO IMAGEM TELEVISIVA.....	20
3.1 O SEM-ROSTO COMO IMAGEM TÉCNICA.....	20
3.2 O SEM-ROSTO COMO PRODUTO DA MONTAGEM	23
3.3 O SEM-ROSTO COMO ETHICIDADE TELEVISIVA	30
4 O SEM-ROSTO COMO ROSTO NOS MUNDOS TELEVISIVOS.....	33
4.1 ENQUADRAMENTOS DO ROSTO	33
4.2 DO PRIMEIRO PLANO AO ROSTO	40
4.2.1 Imagem-Afecção	40
4.2.2 Rostidade	47
4.2.3 Visus.....	49
4.3 ROSTICIDADE	53
5 O SEM-ROSTO NA TV ABERTA BRASILEIRA	55
5.1 O SEM-ROSTO NO SBT.....	57
5.1.1 O Rosto Do SBT.....	58
5.1.2 O Sem-Rosto No Programa Silvio Santos	78
5.1.3 O Sem-Rosto No Programa Do Ratinho.....	84
5.1.3.1 O Sombra.....	87
5.1.3.2 O Gabriel	97
5.2 O SEM-ROSTO NA REDE GLOBO.....	106
5.2.1 O Rosto Da Rede Globo: O Padrão Globo de Qualidade	106
5.2.2 O Sem-Rosto No Fantástico	109
5.2.2.1 A Testemunha Que Denuncia A Corrupção	111
5.2.2.2 A Automutilação E As Personas Sem-Rosto.....	119
5.2.2.3 O Repórter Secreto Eduardo Faustini.....	129
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS: DO AUDIOVISUAL ÀS AUDIOVISUALIDADES DO SEM-ROSTO NA TV ABERTA BRASILEIRA	135
REFERÊNCIAS	143

1 INTRODUÇÃO

Há muitos rostos na TV. Alguns deles são exibidos diariamente e durante anos, outros aparecem uma vez, alguns aparecem sozinhos, e outros, em conjuntos; mas esta pesquisa teve início porque me chamou a atenção uma forma de rosto muito específica: aquela na qual ele está borrado, deformado, ocultado de alguma forma. Estou chamando esse rosto televisivo de sem-rosto. Os sem-rosto aparecem em todos os canais das emissoras da TV aberta brasileira e de formas variadas. Mas preciso relatar como cheguei a esse ponto.

Em um passeio pela programação dos canais da TV aberta brasileira, é possível assistir a programas infantis, de auditório, de entrevistas, de variedades, jornalísticos, de reportagem, esportivos, humorísticos e religiosos assim como *game shows*, *reality shows*, novelas, filmes e séries. Em todos, independentemente da categoria, veem-se rostos. Rostos de apresentadores, âncoras, jornalistas, repórteres, humoristas, autoridades religiosas, competidores, confinados, atores, personagens,... Eles podem ser facilmente reconhecidos. O sem-rosto aparece na figura da fonte que não quer ser identificada, da vítima, da testemunha, da criança e do adolescente, da criança e do adolescente autor de ato infracional, do produtor de programa, do repórter sem rosto,...

Inicialmente, o meu interesse de pesquisa era mais específico. Vou explicitá-lo desde o *insight* que tive na época em que eu desenvolvia o meu trabalho de conclusão para o curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). No TCC, eu estudei como e por que dois jornalistas investigativos de TV da região sul do Brasil - Fábio Almeida, da Rede Brasil Sul de Televisão (RBS TV), e James Alberti, da Rede Paranaense de Comunicação (RPC TV) - utilizaram ferramentas de Reportagem com Auxílio de Computador (RAC) para apurar e processar informações de suas investigações. Analisei os métodos das reportagens *Jacuí: Crime e Agonia*, de 2013, e *Diários Secretos*, de 2010. Dentre as leituras para o meu trabalho, eu me deparei com a definição de reportagem investigativa de TV e com uma de suas especificidades, o repórter sem rosto. A perspectiva, essencialmente prática, apontava para a necessidade do jornalista investigativo de TV manter o anonimato, preservar a sua imagem e ficar atrás das câmeras. Assim, garantiria o bom desenvolvimento do seu trabalho, as suas futuras investigações e a sua própria segurança. De fato, isso é observado pelos profissionais. Fábio Almeida é, literalmente, um repórter sem rosto que não se expõe na frente das câmeras. James Alberti é produtor, portanto, não assume a função de repórter. Mas não fiquei satisfeita. De alguma forma, eles se colocavam nas suas reportagens. Por experiência como espectadora, lembrava-me de ter visto mãos, pés, sombras.

Só que eu não podia, naquele momento, investigar como apareciam nas imagens de TV, pois teria outra pesquisa. Então, o que fiz foi guardar a inquietação para mim.

Algum tempo depois, por acaso, assisti à reportagem de estreia¹ do Repórter Secreto Eduardo Faustini para o quadro *Cadê o dinheiro que tava aqui?*² do *Fantástico*³. De imediato, percebi uma mudança nas imagens. Faustini tinha um apelido, aparecia diante das câmeras com uma silhueta gráfica de cor azul e desempenhava a função de repórter. Até o momento, o jornalista investigativo somava cerca de 20 anos de experiência no programa. (EDUARDO..., 2015). O premiado repórter sem rosto do *Fantástico* já havia feito diversas denúncias de impacto e relevância sobre variados temas. Dentre as mais marcantes, as das matérias *Corrupção em São Gonçalo*⁴, de 2002, e *A Cara da Corrupção*⁵, de 2012. (EDUARDO..., 2015; O REPÓRTER..., 2013; REDE GLOBO, 2002; REDE GLOBO, 2012). O comum era vê-lo infiltrado, fazendo-se passar por outra pessoa, em imagens de microcâmera escondida⁶. Por vezes, um segundo repórter gravava as passagens e os *offs* e entrevistava algumas fontes, estabelecendo, assim, uma parceria com Faustini. Em outras, reivindicava-se um narrador⁷. O Repórter Secreto, diferentemente, estava acompanhado de cinegrafista, trazia na mão o microfone, entrevistava cidadãos, questionava envolvidos nas "falcatruas" e cobrava de autoridades o destino de milhões de reais roubados dos cofres públicos. O efeito técnico e estético utilizado para evidenciá-lo e ocultá-lo ao mesmo tempo assim como o que na época eu via como a ousadia do jornalista de se colocar em frente às câmeras despertaram em mim a

¹ A matéria abordava casos de desvio de dinheiro público por meio da contratação de empresas prestadoras de serviços e fornecedoras de produtos na Prefeitura de Anajatuba, no Maranhão.

² O quadro estreou em 02 de novembro de 2014. Nele, o Repórter Secreto Eduardo Faustini investiga denúncias de corrupção e roubo de dinheiro público em pequenas cidades do Brasil. As pautas são levantadas com a ajuda dos telespectadores, que podem enviar denúncias ao jornalista através do site do *Fantástico*.

³ O programa é apresentado aos domingos à noite por Tadeu Schmidt e Poliana Abritta no canal de Rede Globo.

⁴ O jornalista substituiu por um mês o posto do então Secretário de Governo, Planejamento e Controle Interno da cidade de São Gonçalo, no Rio de Janeiro, para mostrar as negociatas e propostas de propina de fornecedores da prefeitura. Por esse trabalho, Faustini conquistou os prêmios Esso e Líbero Badaró e menção honrosa Embratel.

⁵ O jornalista ocupou o posto de gestor de compras de um hospital público infantil para mostrar as licitações de carta marcada e os pagamentos de propina na contratação de serviços em regime emergencial. O trabalho rendeu o Grande Prêmio Barbosa Lima Sobrinho, da Embratel, e o Prêmio ETCO de Telejornalismo.

⁶ A infiltração e a microcâmera escondida são dois métodos de investigação do jornalismo investigativo de TV. Eles são utilizados quando um jornalista investigativo de TV não consegue obter a informação, o depoimento e o flagrante por ele considerados importantes para a sua investigação jornalística por outros meios. Na infiltração, o jornalista investigativo de TV ou se faz passar por outra pessoa ou esconde a sua identidade, a sua profissão e a sua intenção para descobrir uma informação, obter um depoimento e realizar um flagrante; e na microcâmera escondida, ele esconde equipamentos de gravação de áudio e vídeo ou nas suas roupas, ou nos seus acessórios (bolsas, mochilas, pastas...), ou em pontos estratégicos do local no qual se encontrará com alguém para registrar uma conversa, mostrar uma determinada situação e realizar um flagrante.

⁷ Passagem, *off*, fonte e narrador são alguns elementos de uma matéria jornalística. A passagem é o momento no qual o repórter aparece diante da câmera para dar uma informação desde o local dos fatos. O *off* é o texto em voz *off* do repórter, o qual é ilustrado por imagens. A fonte é a pessoa consultada ou entrevistada que dá, ao repórter, informações, explicações e depoimentos. E o narrador é o jornalista que apenas narra ou que apenas faz o *off* sem aparecer diante da câmera, apurar informações, entrevistar fontes, enfim, sem realizar o trabalho jornalístico.

vontade de estudar em que sentido o Repórter Secreto superava a ideia de repórter sem rosto. Retornava, portanto, aquela inquietação do TCC.

A minha proposta de pesquisa, a qual foi apresentada no processo de seleção para o curso de Mestrado em Ciências da Comunicação da UNISINOS, tinha como objetivo geral compreender a construção televisiva da *persona* Repórter Secreto Eduardo Faustini nas reportagens do quadro *Cadê o dinheiro que tava aqui?*. Utilizei a palavra *persona* para indicar aquelas pessoas que, na TV, não representam um personagem, e sim a si próprias, como repórteres, âncoras, apresentadores de programas, etc. (KILPP, 2003). Queria descobrir os sentidos desse Repórter Secreto, quem era e o que era. Pretendia apreender os sentidos com a dissecação das molduras e moldurações que constituem esse construto televisivo. Essas referências conheci ao longo do período de iniciação científica, realizado junto à professora Suzana Kilpp, criadora desses conceitos na sua tese de doutorado.

Contudo, estava um pouco confusa e sobre uma fronteira: de um lado, Jornalismo Investigativo de TV; e, de outro, TV. Ao pisar com os dois pés em território televisivo (o que aconteceu após um processo de amadurecimento do projeto, impulsionado por orientações, disciplinas e reuniões de grupo de pesquisa⁸), decidi ver uma especificidade que durava tanto no repórter sem rosto quanto no Repórter Secreto: *o sem-rosto*. Mas *o sem-rosto* em uma dimensão maior: *na TV*, de modo geral; nas emissoras de TV aberta brasileiras Rede Globo, SBT, Rede Record e Band. Assim, percebi o sem-rosto em tantos outros espaços televisivos.

Deste modo, digo que o objeto desta pesquisa são as audiovisualidades do sem-rosto na TV aberta brasileira. O objetivo geral é compreender a construção do sem-rosto nos mundos televisivos, e os objetivos específicos são: 1) cartografar e dissecar os construtos de sem-rosto nas emissoras da TV aberta; 2) autenticar as molduras e as moldurações utilizadas nesses construtos; 3) compreender os sentidos de sem-rosto construídos na TV aberta, particularmente, em duas emissoras que apresentam as maiores diferenças na oferta desses sentidos, SBT e Rede Globo; 4) compreender o que a emissora e a própria TV dizem sobre si próprias nesses sem-rosto. Compartilho o interesse de pesquisa com a linha Mídias e Processos Audiovisuais no sentido de investigar a significação e a produção audiovisual a partir das técnicas, estéticas e linguagens.

⁸ *Audiovisualidades e Tecnocultura: Comunicação, Memória e Design (TCAv)*.

2 DO REPÓRTER SECRETO ÀS AUDIOVISUALIDADES DO SEM-ROSTO NA TV ABERTA BRASILEIRA

Neste capítulo, eu abordo questões próprias da pesquisa, inclusive os procedimentos metodológicos que foram escolhidos e que permitiram a formulação do problema de pesquisa e a escolha do *corpus* que me permite ver no SBT e na Rede Globo o sem-rostos da TV aberta brasileira.

Para poder formular esse problema, me guiei pelo método intuitivo. A *intuição* é um método sistematizado por Gilles Deleuze a partir da filosofia de Henri Bergson. Na verdade, segundo Bergson, trata-se de um ato simples. Tal simplicidade pode ser alcançada a partir de três espécies de atos; as quais, conforme Deleuze (2004), constituem três regras essenciais. Duas delas, de modo especial, possuem regras complementares.

A primeira regra e a sua complementar ajudam a formular o verdadeiro problema de pesquisa por meio da aplicação da prova do verdadeiro e falso e da colocação da questão em termos de ser e misto. Para atestar se um problema é verdadeiro ou falso, consideram-se dois tipos de falsos problemas, *inexistentes* e *mal colocados*. Um problema é *inexistente* quando a sua formulação revela uma *confusão entre o mais e o menos*. Um dos exemplos de Bergson é o *não-ser*. Ele mostra que há mais na negação do que na afirmação. O *não-ser* é a ideia de ser mais a sua negação mais o motivo da sua negação. Apenas o *ser* em si é a verdade. Ao dizer que uma margarida é amarela, sabe-se que ela é assim. Mas, ao dizer que não é amarela, como saber qual é a sua cor? Um problema é *mal colocado*, por sua vez, quando a sua formulação contem um *misto mal analisado*. Nele, misturam-se coisas que diferem por natureza e que não seguem as articulações naturais de desenvolvimento. O primeiro tipo de falso problema recai sobre o segundo por ignorar diferenças de natureza. No exemplo da flor, entre as margaridas amarelas, brancas, rosas e vermelhas, há diferenças de grau. Em essência, elas são margaridas - aí reside a diferença de natureza. A margarida se diferencia de si e em si em uma diversidade de espécies coloridas. Essa é a sua articulação natural, e a isso o misto deve respeitar. Sendo assim, na formulação do problema, é preciso evidenciar *ser* e *misto*. Os termos utilizados são fundamentais para a resolução, uma vez que essa tende a corresponder-lhes.

A segunda regra e a sua complementar indicam realizar os movimentos de viravolta e reviravolta com base no misto para reencontrar as verdadeiras diferenças de natureza ou as articulações do real. Aqui, destaca-se a característica da intuição como método de divisão. De acordo com Bergson, mistos são constituídos de duas tendências, que podem ser denominadas

como modo de ser e modo de agir¹. A *viravolta* evidencia a passagem de um modo ao outro, ou, melhor, ela segue as articulações naturais de desenvolvimento, as linhas de diferenciação do ser. E a *reviravolta* converge as linhas para um ponto comum. "[...] O dualismo, portanto, é apenas um momento que deve terminar na formação de um monismo. [...]" (DELEUZE, 2004, p. 20). Esse ponto, por sua vez, como destaca Deleuze (2004), resulta em um conceito próprio àquela coisa experienciada enquanto misto. "[...] propicia, enfim, a razão suficiente da coisa, a razão suficiente do misto, a razão suficiente do ponto de partida. [...]" (DELEUZE, 2004, p. 20). Em suma, conforme o autor, a segunda regra fundamenta a *precisão em filosofia*, a qual Bergson reivindicava. (DELEUZE, 2004).

A terceira regra, por fim, sugere pensar o problema de pesquisa e a sua resolução em termos de duração. Para Deleuze (2004), ela dá sentido fundamental à intuição. Para entender por que o autor afirma isso, é necessário retomar as duas tendências que constituem o misto, o modo de ser e o modo de agir. Aqui, o modo de ser está para a duração, e o modo de agir, para o espaço. A duração está para as diferenças de natureza, e o espaço, para as diferenças de grau. Logo, a duração é como o ser que se diferencia de si, e o espaço é como a espécie que surge dessa diferenciação e que guarda em si algo daquilo que o originou. Sendo assim, é possível dizer agora que algo dura de margarida em cada uma de suas diferentes espécies coloridas. E mais: o que em comum durar de margarida nessas espécies constituirá o ponto da reviravolta de que a regra anterior falava. A duração é a essência do ser. A terceira regra ainda complementa a primeira: para apreender a duração de algo, de largada, deve-se colocar o problema de pesquisa nesses termos. Afinal, como observa Deleuze (2004, p. 21), "[...] um problema tendo sido bem colocado, tende por si mesmo a resolver-se".

Como se atualizam as imagens de sem-rostos? Surgiu, assim, o objeto que dá título a esta pesquisa: *as audiovisuais do sem-rostos na TV*. Considero, agora, além do repórter sem rostos, outras manifestações de sem-rostos na TV que foram cartografadas ao longo de dois anos.

Adoto a expressão *sem-rostos* para denominar as *personas* e os personagens que a televisão mostra escondendo de alguma forma os seus rostos. E parto de um misto que a experiência me proporciona, *o sem-rostos na TV*, o qual é preciso dissociar. O virtual é o rostos, e o atual é o sem-rostos na TV, isto é, o sem-rostos é uma forma de atualização do rostos na televisão.

¹ Pode-se pensar também em virtual e atual, respectivamente.

Nesse sentido, serão praticados os movimentos de viravolta e reviravolta. Na viravolta, parte-se do sem-rostro para verificar as suas linhas de diferenciação na TV aberta brasileira. Na reviravolta, tomam-se as linhas para convergi-las em um ponto comum, que revelará um conceito, uma duração de sem-rostro, uma rosticidade². Logo, esta pesquisa tenta responder à seguinte questão-problema: *Como o sem-rostro se atualiza na TV aberta brasileira, especificamente, no SBT e na Rede Globo?*

Para responder a questão-problema, articulo à *intuição*, de Henri Bergson, a *flaneuria* e a *cartografia*, de Walter Benjamin, e a *dissecação*, da *metodologia das molduras*, de Suzana Kilpp.

A *flaneuria* é o movimento do *flâneur*. O *flâneur*, por sua vez, é uma figura das novas metrópoles do século XVIII teorizada por Walter Benjamin. Para compreender o seu modo de agir, Montañó La Cruz (2012), em sua tese, indica como referências os personagens de Edgar Allan Poe e Charles Baudelaire. Ambos possuem forte ligação com a cidade. O personagem de Poe segue um caminhante, que lhe afeta fortemente, por ruas que ainda não havia passado. Além de conhecer ruas, observou as pessoas que por elas passavam, sobretudo, a que motivou a sua caminhada. "[...] Ele procura se "apropriar" da cidade muito mais como experiência do que como conhecimento ou qualquer outra utilidade [...]." (MONTAÑO LA CRUZ, 2012, f. 21). O personagem de Baudelaire passa o tempo buscando espetáculos para os seus sentidos, geralmente, em cafés e restaurantes. Ele observa atores, escritores e artistas que nesses lugares encontra, mas também pessoas comuns. Conforme Montañó La Cruz (2012), possui um olhar em trânsito, em movimento, fragmentário e momentâneo. "Ele transita e, com isso, tem acesso a um tipo de conhecimento interno da cidade, dos transeuntes, de si próprio." (MONTAÑO LA CRUZ, 2012, f. 21). Logo, Montañó La Cruz (2012, f. 22, grifo da autora) diz que "[...] O *flâneur benjaminiano* parece tomar de Poe a intimidade com a vida da rua e de Baudelaire a assimilação da mudança de época que a cidade lhe revela.”.

Nesta pesquisa, a *flaneuria* é um movimento de vaguear pelas imagens televisivas com olhar curioso, que se deixa atrair pelo que lhe afeta ou lhe chama atenção. Nesse sentido, ela é tanto mais produtiva quanto mais livre é a forma de olhar. Como o personagem de Poe, em metáfora, o que moveu a minha caminhada foi o sem-rostro. Para observá-lo, foi preciso passar por ruas desconhecidas e torná-las familiares e por ruas conhecidas e torná-las estranhas. Em outras palavras, para observá-lo, foi preciso passar por diferentes espaços do fluxo televisivo, não habituais e habituais para mim, como a publicidade, o entretenimento, o jornalismo,... Fiz

² Rosticidade é um conceito desenvolvido pelo autor Marcelo Salcedo Gomes. Ele é muito importante na minha pesquisa e será abordado mais adiante, no capítulo 4.

isso assistindo às programações diárias dos canais das quatro maiores emissoras da TV aberta brasileira - Rede Globo, SBT, Rede Record e Band - na TV da minha casa, equipada com o sistema de transmissão e recepção de sinal de TV via satélite SKY Livre³. Aí, a experiência de flunar se transformou em conhecimento, pois muitas e diferentes manifestações de sem-rostos foram encontradas, dentre elas, as que constituíram o *corpus* deste trabalho. A flaneuria desconstruiu o olhar cego que me levava a ver o sem-rostos somente nos programas, particularmente, nos programas jornalísticos, e que me levava a pensar o sem-rostos como um recurso necessário porque a TV “não podia” mostrar o rosto em determinadas circunstâncias.

Quando novas ruas são percorridas, a cidade é vista de modo diferente. Logo, tem-se outra ideia dela, outra representação. A *cartografia* de Walter Benjamin produz mapas a partir da *flaneuria*. Porém, não são de territórios propriamente ditos. São mapas conceituais, mapas que tem como base *constelações*. Canevacci (1997) diz que Benjamin é o narrador de cidades. No século XIX, o filósofo coletava diversos aspectos culturais da capital da França para fazer *collage* e, com isso, evidenciar a Paris de sua época. Esses aspectos ou fragmentos ou estrelas compunham, em arranjo, as constelações, que, no todo, mostravam uma imagem dialética. O arranjo dessas estrelas, especificamente, pode não apenas traçar as afinidades entre elas, mas produzir significação, uma ideia. Benjamin dizia que não tinha nada a dizer, apenas a mostrar. A imagem dialética, então, bastar-se-ia por si só. Em seu trabalho, como sintetiza Canevacci (1997, p. 101), “[...] O todo constitui uma constelação reunida sobre fragmentos micrológicos do modo de viver no século XIX, a qual nos desenha o labirinto da Paris-capital.”.

Nesta pesquisa, a partir da *flaneuria*, o sem-rostos na TV foi cartografado; os tempos de TV nos quais ele se manifestou foram colecionados; alguns sem-rostos de duas emissoras, SBT e Rede Globo, foram selecionados para constituir o *corpus* e analisados para compreender os modos com os quais é construído o sem-rostos na TV.

A *dissecação* integra a *metodologia das molduras* da pesquisadora Suzana Kilpp. Essa metodologia foi elaborada por Kilpp (2010) para analisar audiovisualidades, sobretudo, para autenticar molduras e moldurações praticadas pela televisão nos seus construtos televisivos - as *ethicidades* televisivas. Ela compreende três eixos conceituais⁴ e outros três procedimentos metodológicos para além da *dissecação*, os quais são *intuição*, *cartografia* e *desconstrução*⁵. A *dissecação* - que particularmente interessa a esta pesquisa - é um procedimento técnico de

³ Com esse sistema da operadora SKY, a TV recebe cerca de 30 canais, sendo esses canais de TV aberta, de TV pública e de TV educativa.

⁴ Os eixos serão explicitados no capítulo 3.

⁵ A desconstrução, do filósofo Jacques Derrida, consiste em chegar aos elementos minoritários do objeto a partir das linhas de fuga de suas teorizações. O objeto seria experimentado e reinventado desde outras perspectivas.

intervenção nas imagens que visa evidenciar montagens, enquadramentos e efeitos que estão em opacidade, isto é, que são difíceis de perceber de imediato. Como a autora esclarece

[...] Implica dizer que para adentrar a telinha e ultrapassar os teores conteudísticos da TV – que nos cegam e ensurdecem em relação aos procedimentos técnicos e estéticos que são o modo *sui generis* da mídia produzir sentido – é preciso matar o fluxo, desnaturalizar a espetação, intervir cirurgicamente nos materiais plásticos e narrativos, cartografar as molduras sobrepostas em cada panorama, e verificar quais são e como elas estão agindo umas sobre as outras, reforçando-se ou produzindo tensões no agenciamento de sentidos. (KILPP, 2010, p. 28-29).

Dessa forma, tomando os sem-rosto do *corpus* para a análise e aplicando a dissecação, as molduras e as moldurações que constituem o sem-rosto na TV foram conhecidas e, assim, desconstruídos os sentidos dados em cada tempo televisivo específico.

2.1 LEVANTAMENTO DE ESTADO DA ARTE E PESQUISA DA PESQUISA

Após a constituição do misto e a formulação da questão-problema desta pesquisa, foi possível realizar o *levantamento de estado da arte* e a *pesquisa da pesquisa*. De modo geral, o primeiro movimento visou encontrar trabalhos próximos ao objeto; o segundo, analisar como esses trabalhos foram realizados por seus respectivos autores. Dessa forma, um indicou como o objeto tem sido estudado ou não nos últimos anos; o outro evidenciou problemas, objetivos, conceitos, metodologias, *corpus*, análises, resultados e considerações. Por fim, obteve-se um *panorama de conhecimentos e insuficiências*. Com ele, pôde-se precisar melhor a *relevância* e a *contribuição* desta pesquisa. O texto, agora, segue explicitando os movimentos, o panorama de conhecimentos e insuficiências, a relevância e a contribuição.

O *levantamento de estado da arte* foi realizado nas plataformas Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação), Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), Portcom (Portal de Livre Acesso à Produção em Ciências da Comunicação), Capes (Banco de Teses e Dissertações) e Unisinos (Repositório Digital da Biblioteca da Unisinos). Em Compós, Intercom e Portcom, buscaram-se artigos de eventos (Encontro Anual da Compós e Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação); e, em Capes e Unisinos, teses e dissertações. Consideraram-se as palavras do objeto de pesquisa como palavras-chave para as buscas: *audiovisualidades*, *sem rosto* e *TV*. Utilizaram-se ainda duas variantes: *rosto* e *televisão*. Dentre os resultados obtidos, observaram-se os dos anos de 2011 a 2016. Destacam-se aqui os trabalhos encontrados com

sem rosto, rosto e audiovisualidades - TV e televisão resultaram em pesquisas de temas variados e distantes do desta pesquisa.

Sem rosto e rosto entregaram 6 artigos, 2 dissertações e 1 tese. Predominam aí estudos realizados a partir da TV e do cinema. *Audiovisualidades*, por sua vez, listou 6 dissertações e 5 teses. As monografias são da linha Mídias e Processos Audiovisuais, do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação Unisinos. Nesse caso, os objetos são mais diversos - da web, do cinema e das novas mídias. A *pesquisa da pesquisa* foi realizada, então, a partir desses dois conjuntos de trabalho. Observaram-se os elementos de constituição das pesquisas, as abordagens de *sem rosto, rosto e audiovisualidades* e as imagens analisadas. Na sequência, seguem os dois conjuntos e as descrições sintéticas de cada trabalho.

O conjunto *sem rosto e rosto*⁶ contem os artigos de Vieira, Coêlho e Marques (2016), Lage (2015), Reinaldo e Carmo (2016), Silva (2011) e Cunha (2015); a tese de Silva (2014); e as dissertações de Cunha (2016) e Hoefel (2013). Os artigos de Silva (2011) e Cunha (2015) serão comentados com as respectivas monografias dos autores.

O rosto na imagem, a imagem sem rosto: apontamentos para pensar outramente a relação entre estética e política - artigo de Vieira, Coêlho e Marques (2016) - aborda o rosto a partir do pensamento do filósofo francês Emmanuel Lévinas. Assim, para os autores, antes de ser face humana, o rosto é potência de contato com o outro, comunicação e linguagem. Nesse sentido, o rosto que se manifesta em imagem nos diferentes meios de comunicação exige de quem o observa mais escuta do que visão. De onde o entendimento do rosto como vocalização de sofrimento, de lamento, de demanda. Esse apelo ao observador aponta para a precariedade da vida do outro e implica uma relação ética. Para Lévinas, conforme o texto explica, o rosto se faz presente nas relações face a face dos homens e, por isso, não pode ser contido na face humana propriamente dita e na sua representação. Vieira, Coêlho e Marques (2016) analisam imagens em que o rosto não necessariamente é visto, mas está ali. O que justifica o *sem rosto* do título. São três tipos de imagem abordadas no artigo: 1) o rosto no cenário da seca; 2) o rosto de mulheres sertanejas em perfis do Facebook; e 3) o rosto no comum e na vida precária da pobreza. A de tipo 1 é de portal de notícia e mostra uma mulher de costas caminhando na paisagem árida em busca de água. A de tipo 2 é de rede social e abrange publicações (fotos e relatos). A de tipo 3 é de revista e retrata fragmentos do cotidiano (o ambiente da cozinha e as roupas na cerca) de beneficiários do Bolsa Família. Em suma, Vieira, Coêlho e Marques (2016) mostram como os rostos aparecem nessas imagens, chamam a atenção para a estética e

⁶ Integra esse conjunto de trabalho o artigo *Rosticidade Televisiva*, de Marcelo Salcedo Gomes. Como ele será abordado no capítulo 4, não será mencionado aqui.

a política aí envolvidas e indicam os olhares lançados ao outro. Pensar o rosto como uma linguagem específica a ser ouvida e como potência de contato com um outro pode ser muito produtivo para a minha pesquisa.

No artigo *Testemunhos em close-up: o rosto do sofrimento na TV*, Lage (2015) analisa o rosto de duas pessoas que sofrem com a dependência de *crack*. Elas foram protagonistas de duas edições dos programas jornalísticos de TV de caráter documental *A Liga* (Band) e *A Vida de Cada Um* (National Geographic). O autor problematiza a relação entre sujeito, rosto, primeiro plano televisivo e testemunho. O testemunho se materializa no primeiro plano de TV com a exposição do rosto do sujeito que compartilha as suas dores e experiências de vida. Ao longo de seu texto, Lage (2015) aponta algumas características da prática televisiva e as suas implicações estéticas e políticas. Conforme a argumentação do autor, para além de viabilizar depoimentos pessoais, o testemunho em primeiro plano televisivo dramatiza, gera intimidade, indica o reconhecimento de humanidade comum, mostra a singularidade e a ordinariedade da vida do outro e pode provocar no espectador um sentimento de piedade. O artigo, com outros autores que trarei mais adiante, contribui para pensar o lugar do primeiro plano na TV e a sua relação com o rosto.

Faces do rosto: máscara e identidade em Les Yeux Sans Visage, de Georges Franju, de Reinaldo e Carmo (2016), toma o filme de um diretor francês para pensar o fenômeno do sem rosto no sentido de uma ausência de rosto, de uma perda de identidade. Como o título do artigo já indica, o cineasta é Georges Franju, e a obra, uma de suas mais conhecidas, *Os Olhos Sem Rosto*. As autoras apresentam a trajetória cinematográfica de Franju, a filmografia e o seu estilo de fazer cinema. Também contextualizam o filme e, aos poucos, revelam os detalhes do enredo. A personagem Christiane é obrigada a usar uma máscara para esconder o seu rosto - desfigurado em acidente de carro. Ela é isolada do convívio social e passa por transplantes de face - realizados pelo seu pai, o Dr. Génessier. As doadoras, na verdade, são sequestradas pela assistente do médico, Louise. De modo geral, a história traz as tentativas de reconstituição do rosto de Christiane e a insegurança, os medos, as frustrações e o desespero da jovem. A partir de trechos específicos, Reinaldo e Carmo (2016) problematizam rosto e máscara, identidade e sociabilidade, aceitação e reconhecimento perverso.

Na tese *Rosto cinematográfico: aproximações do sofrimento na contemporaneidade*, Silva (2014) discorre sobre o rosto cinematográfico que se realiza na técnica do *close* e sobre como ele é construído para significar sofrimento. Assim, tece relações entre rosto, sofrimento e contemporaneidade, entre rosto, *close* e cinema e entre rosto cinematográfico, temática de sofrimento, cinema contemporâneo e contemporaneidade. A partir dessas relações, analisa os

filmes *O escafandro e a borboleta* e *Cisne Negro*. Dentre as suas considerações sobre o rosto cinematográfico, no final da tese, a autora percebe individualização, intimidade, proximidade com a dor do outro, enquadramento de uma determinada realidade e força narrativa. No artigo *A Face Sombria do Fantasma em Cisne Negro*, por sua vez, Silva (2011) aborda o rosto da loucura e o relaciona à noção de fantasma. Aqui, especificamente, o interesse da autora está no imaginário e na representação cinematográfica da loucura na contemporaneidade. O filme analisado, como o título já informa, é *Cisne Negro*. Silva (2011) comenta algumas imagens e indica como esse rosto nelas se manifesta. Para auxiliá-la, convoca conceitos de mito, tragédia e *mimesis*, além de rosto e fantasma. O rosto no cinema, como abordado pela autora, será bem produtivo para esta pesquisa, que se debruça especificamente sobre essa construção adiante.

Na dissertação *A comunicação afetiva no cinema de Ingmar Bergman*, Cunha (2016) confronta a crítica de que há incomunicabilidade nos filmes desse diretor sueco. Na pesquisa, o autor defende que há comunicação neles e caracteriza essa comunicação como afetiva pelo uso frequente do primeiro plano. Cunha (2016) evidencia as figuras que a sustentam: mãos, relógios, óculos, máscaras, espelhos, estátuas e multidão. Essas figuras foram apreendidas a partir de um recorte da filmografia de Bergman. Foram analisados 16 filmes. É interessante ressaltar que esse trabalho foge do rosto humano, o que não farei na minha pesquisa, mas, ainda assim, ele contribui para pensar essa rostificação. O autor procura o rosto em partes do corpo e em objetos. Essa dissertação tem como base as teorias da comunicação, a teoria dos afetos de Benedito de Espinosa e a teoria de Gilles Deleuze sobre o cinema. Os dois conceitos com os quais Cunha (2016) mais trabalha são imagem-afecção, de Gilles Deleuze, e rostidade, de Gilles Deleuze e Félix Guattari. São eles que permitem encontrar rostos para além do rosto humano. No artigo *A rostidade no cinema de Ingmar Bergman*, Cunha (2015) parte justamente dos conceitos de imagem-afecção e rostidade para evidenciar o rosto onde aparentemente ele não está em imagens de filmes de Bergman. Ele demonstra que, na obra do cineasta, o rosto que não é rosto é tão presente quanto o rosto propriamente dito. Algumas das figuras da comunicação afetiva já eram percebidas pelo autor aqui nesse trabalho.

E a dissertação *Entre retratos e paisagens: ensaio sobre rosto no cinema*, de Hoefel (2013), apresenta uma constatação de que o rosto, no cinema contemporâneo, assemelha-se mais à paisagem do que ao retrato. O autor é motivado pela força do rosto no cinema e passa, em seu texto, pelas relações entre rosto e retrato (pintura e fotografia) e pelas representações do rosto nos cinemas mudo, clássico, moderno e, finalmente, contemporâneo. O interesse de Hoefel (2013) está no rosto do cinema contemporâneo e nas suas especificidades. Ao longo

do texto, comparecem experiências do autor como realizador audiovisual e como pesquisador. Por vezes, filmes realizados por ele são comentados para refletir sobre o rosto no cinema.

O *conjunto audiovisualidades*, por sua vez, contem as monografias da linha Mídias e Processos Audiovisuais. Destaca-se a diversidade de audiovisualidades apreendidas. Em uma ordem cronológica, são audiovisualidades de: audiovisual da web (MONTAÑO LA CRUZ, 2012); pausa audiovisual (MORAES, 2012); glifos no cinema (REDAELLI, 2012); histórias em quadrinhos digitais (AppHQs) (ALMEIDA, 2013); projetos e obras artísticas em mídias locativas ou audiovisuais locativos (LOPES, 2014); apps que exploram a cidade (TAROUÇO, 2014); técnica da arquitetura de informação em site (MACHADO, 2015); publicidade na web - YouTube (AMARAL FILHO, 2016); fotojornalismo na web (CANELLA, 2016); jornalismo audiovisual na web (SALIBA, 2016); rádio no YouTube ou radiovisual (SILVA, 2016).

O *panorama de audiovisualidades* revela que objetos na TV foram pouco estudados para apreender as audiovisualidades, pelo menos a partir do resultado de busca que tem suas limitações no funcionamento dos algoritmos e nas palavras-chaves pelas quais operei a busca.

O *panorama de rosto e sem rosto* é mais extenso. Dentre os nove trabalhos, seis foram realizados a partir do cinema, dois a partir da TV e um a partir de diversos meios. Dos nove, oito se preocupam com questões sobre rosto e apenas um sobre sem rosto. Quando questões sobre rosto, o conceito de rostidade, de Deleuze e Guattari, serviu para três trabalhos; e as relações entre rosto, estética e política compareceram em outros dois. O rosto em *close* ou em primeiro plano foi interesse de cinco trabalhos. Dentre eles, apenas um da TV. Além disso, três artigos falavam do sofrimento expressado pelo rosto no cinema e na TV. Em síntese, sobressaem, aí, as definições de rosto e a imagem do rosto no cinema.

Este trabalho trata de algo ainda não explorado, como é possível perceber. O sem-rosto se manifesta na TV de diferentes formas e também comunica. Aí está a *relevância*, entender e evidenciar como isso ocorre. A *contribuição* estará no entendimento de sem-rosto, sobretudo, de sem-rosto na TV; na apreensão das audiovisualidades de sem-rosto nesse meio; e também no conhecimento dos recursos técnicos e estéticos utilizados pela TV para construir sem-rosto.

3 O SEM-ROSTO COMO IMAGEM TELEVISIVA

Compreender as audiovisualidades do sem-rostos significa compreender ele como uma imagem que resulta de uma sociedade pós-industrial que se move pela lógica de aparelhos. (FLUSSER, 2011). Ao falar em imagens, não temos como não pensar em montagem. A montagem é entendida aqui como a justaposição de dois ou mais elementos (sonoros, visuais), mas não somente de dois fragmentos de filme. Eisenstein (2002b) nos ensina a pensar essas montagens como uma qualidade que se estende a todas as artes e à vida humana. Para viver, precisamos montar, relatos, histórias, visões de mundo. Pensando já no televisivo, o sem-rostos é entendido como montagem em uma perspectiva bem específica: uma ethicidade televisiva. (KILPP, 2003; KILPP, 2010). Um conjunto de montagens propriamente televisivas que tornam propriamente televisivo tudo o que elas moldam.

3.1 O SEM-ROSTO COMO IMAGEM TÉCNICA

Nos termos de Flusser (2011), pode-se dizer que o sem-rostos é uma imagem técnica do aparelho televisão. Mas, para compreender essa afirmação, primeiro, é preciso entender o que são imagem técnica e aparelho para Flusser (2011), e, depois, conhecer as especificidades da imagem televisiva e do aparelho televisão.

Para definir a imagem técnica, Flusser (2011) passa pela imagem tradicional e também pelo texto. Essa passagem é necessária porque, historicamente, a imagem tradicional e o texto são anteriores ao surgimento da imagem técnica e, de alguma forma, coexistem virtualmente nela.

A imagem tradicional à qual o autor se refere é aquela produzida pela mão do homem com materiais de desenho e pintura sobre uma superfície. Trata-se do desenho, da pintura. Ela representa uma coisa, geralmente, uma coisa do mundo situada no espaço e no tempo. Sendo assim, faz a mediação do homem com o mundo. É constituída pela imaginação - a capacidade de fazer e decifrar imagens ou de codificar e decodificar imagens. Segundo Flusser (2011), ao fazer ou codificar a imagem tradicional, tem-se a abstração de primeiro grau na qual duas das quatro dimensões espaços-temporais de uma determinada coisa são abstraídas para formar um plano. E, segundo o autor (FLUSSER, 2011), ao decifrar ou decodificar a imagem tradicional, tem-se a reconstituição das dimensões abstraídas e a apreensão do significado dessa imagem. Para reconstituir essas dimensões e apreender esse significado, o observador faz o *scanning*, o movimento de varredura ou de vaguear o olhar sobre a superfície da imagem. Esse vaguear do

olhar tende a ser circular, tende a rever elementos. Com ele, o observador vai estabelecendo relações entre o que vê. De acordo com Flusser (2011), o tempo desse vagar do olhar é o do eterno retorno, e o tempo desse estabelecimento de relações é o tempo da magia. Para Flusser (2011), a imagem tradicional tem caráter mágico - ela magiciza a vida, ela substitui os eventos por cenas. Ao atingir nível extremo, isso se tornou idolatria, como conta Flusser (2011). Ao invés de se orientar no mundo a partir das imagens, o homem passou a viver o mundo por meio delas. Ao invés de representações e de mapas do mundo, as imagens se transformaram em biombos. O homem ficou incapaz de decifrar ou decodificar as imagens, de reconstituir as dimensões abstraídas, de apreender os significados. Instaurou-se a crise da imagem, a qual fez aparecer o texto.

O texto explica as imagens e faz isso rasgando-as para lembrar o homem como de fato o mundo é. Ele faz a mediação do homem com as imagens. É constituído por conceituação - a capacidade de fazer e decifrar textos ou de codificar e decodificar textos ou de transformar os planos em retas. Segundo Flusser (2011), ao fazer ou codificar textos, tem-se a abstração de segundo grau na qual uma das quatro dimensões espaços-temporais de uma determinada coisa é mantida para formar uma escrita linear. Embora a intenção não fosse esta, a escrita afastou o homem ainda mais do mundo. E, de fato, "[...] Os textos não significam o mundo diretamente, mas através de imagens rasgadas". (FLUSSER, 2011, p. 19). Os conceitos que constituem os textos analisam cenas, sendo essas cenas de imagens. Sendo assim, segundo Flusser (2011, p. 19), ao decifrar ou decodificar textos, há o esforço de "[...] descobrir as imagens significadas pelos conceitos". Ao contrário da imagem, o texto desmagiciza. Ao atingir nível extremo, isso se tornou textolatria. Então, o homem teve dificuldade para fazer surgir a imagem significada textualmente e, assim, viveu outra crise. Essa, por sua vez, fez aparecer a imagem técnica.

De acordo com Flusser (2011), a imagem técnica é imagem produzida por aparelho, e o aparelho é produto da técnica ou texto científico aplicado. "A função das imagens técnicas é a de emancipar a sociedade da necessidade de pensar conceitualmente." (FLUSSER, 2011, p. 27). As imagens técnicas remagicizam e, assim, cumprem a sua função. Elas são constituídas pela imaginação, e, aqui, a imaginação, segundo Flusser (2011, p. 25), "[...] é a capacidade de codificar textos em imagens". Portanto, a codificação das imagens técnicas é mais complexa que as codificações da imagem tradicional e do texto. A abstração é de terceiro grau - uma das dimensões da coisa é convertida em texto, a qual, depois, a partir desse texto, é reconstituída formando a imagem. Como diz Flusser (2011, p. 24), "[...] imagens técnicas imaginam textos que concebem imagens que imaginam o mundo". Se codificar imagens técnicas é complexo, decodificá-las é difícil. A dificuldade consiste no fato de que elas aparentemente não precisam

ser decodificadas. Afinal, aparentemente, o significado delas já está impresso nas superfícies que as constituem. Flusser (2011) diz que quem as observa tende a vê-las como janelas para o mundo, tende a confiar no que vê. Mas, para superar essa ilusão e, assim, decifrá-las de fato, é preciso reconstituir os textos que as significam.

[...] Quando [...] corretamente decifradas, surge o mundo conceitual como sendo o seu universo de significado. O que vemos ao contemplar as imagens técnicas não é "o mundo", mas determinados conceitos relativos ao mundo, a despeito da automaticidade da impressão do mundo sobre a superfície da imagem. (FLUSSER, 2011, p. 25).

Sendo assim, a imagem técnica de sem-rosto produzida pelo aparelho televisão é mais do que o significado de sem-rosto apreendido superficialmente, é um conceito de sem-rosto, que é um modo de conceituar o mundo. É por isso que ver o sem-rosto como uma mera necessidade jurídica de não mostrar o rosto é um falso problema.

Segundo Flusser (2011), sendo ela um aparelho, a câmera é programada em hardware e software. Como hardware, é programada para produzir automaticamente fotografias. O que lhe dá aspecto instrumental. Como software, é programada para permitir ao fotógrafo fazer as fotografias que deseja. O que lhe dá aspecto brinquedo. Conforme Flusser (2011), fotografias são realizações de potencialidades da câmera fotográfica. Sendo assim, a câmera fotográfica produz tantas fotografias quanto o fotógrafo for capaz de realizá-las. Para o autor, o interesse do fotógrafo está na câmera e nas fotografias. Ele quer revelar as potencialidades do aparelho por meio das imagens técnicas. Isso faz da câmera ou do aparelho brinquedo e do fotógrafo ou do operador do aparelho jogador que brinca contra o brinquedo com o objetivo de superá-lo. Contudo, o autor ressalta que a competência do aparelho em realizar imagens é superior a do operador. O que estimula o jogador a continuar brincando.

Por trás do aparelho fotográfico e seus programas, há outros aparelhos e programas. O que significa que existem meta-aparelhos e metaprogramas. Por exemplo, o meta-aparelho e o metaprograma do aparelho fotográfico e seus programas são o aparelho fábrica de aparelhos fotográficos e seus programas.

Sendo ela também um aparelho, a televisão é programada em hardware e software, no sentido flusseriano. Cada emissora pode ser pensada como um aparelho com um seu hardware (seja ele um aparelho mais antigo, como a TV de tubo, ou um aparelho mais novo e moderno, como a SMART TV, no meio do ambiente doméstico, seja ele uma interface de celular ou um *tablet*, etc.) e um seu software (os programas que tornam possíveis os modos de funcionar da emissora, sejam programas de programação especificamente, sejam programas como o *modus*

operandi da emissora: sua estética, suas técnicas específicas, o conjunto de recursos humanos que a tornam possível, etc.). Uma das questões centrais do aparelho televisivo é o modo como atualiza suas montagens audiovisuais, tema que desenvolvo no próximo subcapítulo.

3.2 O SEM-ROSTO COMO PRODUTO DA MONTAGEM

Além de uma imagem técnica da televisão, o sem-rostos é um produto da montagem, da justaposição de determinados planos. Aqui, a montagem é trabalhada com Eisenstein (2002b). Ele valoriza a montagem como um componente essencial da produção cinematográfica. Neste trabalho, pode-se dizer que a montagem também é um componente essencial para a produção televisiva. Para esse autor, a montagem tem objetivo, função e missão. O objetivo e a função é expor de forma coerente e orgânica o tema, a trama e a ação do filme. E a missão é conferir à narrativa o máximo de emoção e de vigor estimulante. (EISENSTEIN, 2002b).

A montagem justapõe planos e obtém, a partir disso, um conceito ou uma qualidade. O resultado dessa justaposição é qualitativamente diferente de cada um dos planos aí envolvidos quando considerados individualmente. Por isso, não se parece com uma soma (um plano mais outro mais outro e assim sucessivamente), mas um produto. Então, de um lado, há o conteúdo que emerge de cada um dos planos; e, de outro, o que emerge da justaposição desses planos. Eisenstein (2002b) chama de princípio unificador o que orienta esses dois conteúdos. Por meio dele, na realização do filme, especificamente na montagem, o cineasta considera o conceito, a qualidade ou a imagem geral que quer obter para pensar a constituição dos planos. Juntos, os planos, de acordo com uma determinada justaposição, alcançarão o conceito, a qualidade ou a imagem geral desejada. Há montagem no interior dos planos - com a constituição das cenas, a interpretação dos atores e a disposição dos personagens - e entre eles - com a continuidade das ações, a lógica da história e o desenrolar da narrativa. Para Eisenstein (2002b), o plano está para as representações particulares do tema, e a imagem geral, para a imagem do tema. Em outras palavras, nesse processo,

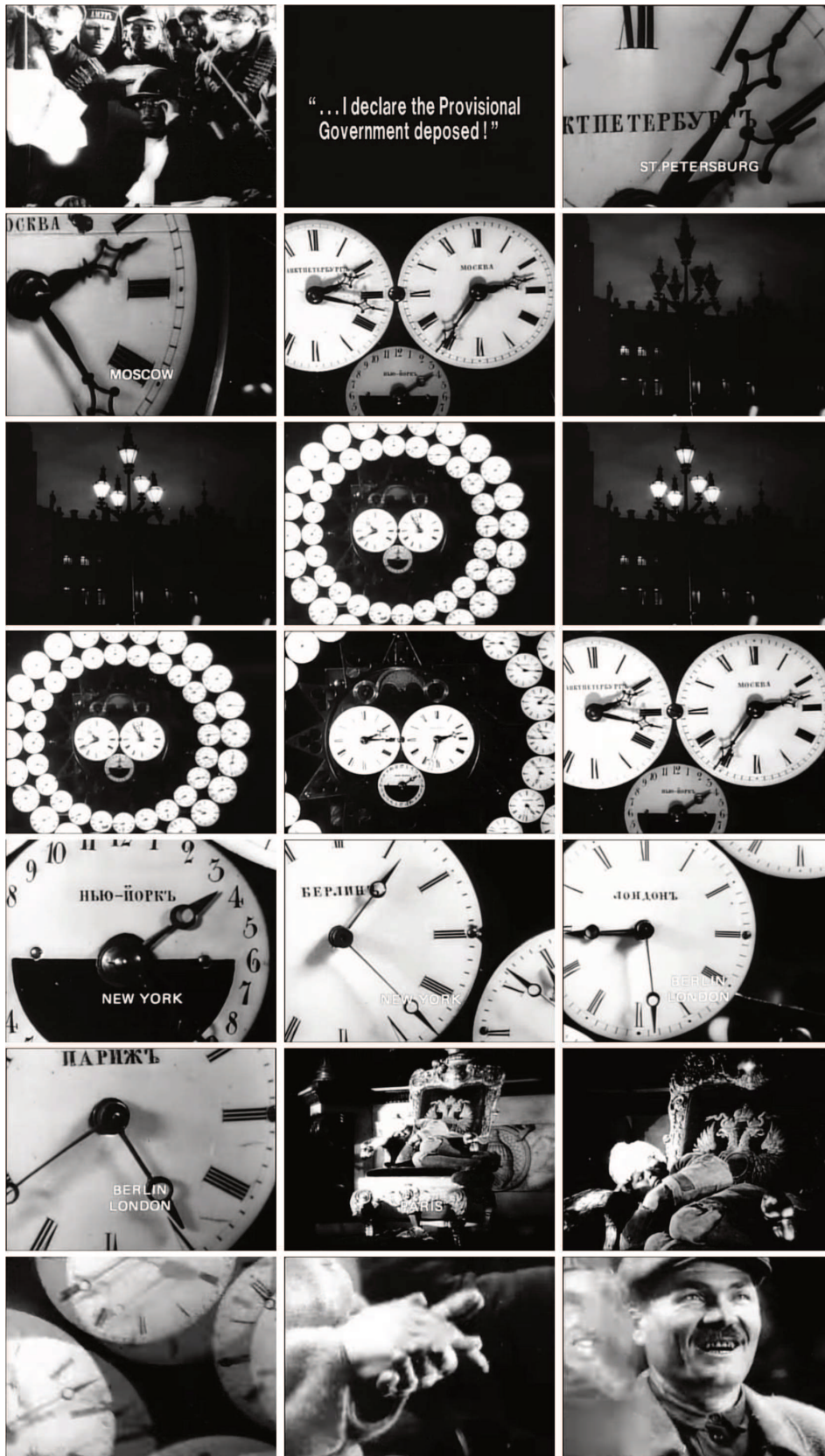
A representação A e a representação B devem ser selecionadas entre todos os aspectos possíveis do tema em desenvolvimento, devem ser procuradas de tal modo que sua justaposição - isto é, a justaposição desses próprios elementos e não de outros, alternativos - suscite na percepção e nos sentimentos do espectador a mais completa imagem do próprio tema. (EISENSTEIN, 2002b, p. 18, grifos do autor).

De acordo com Eisenstein (2002b), uma série de representações forma uma imagem. O autor exemplifica esse entendimento com as horas do dia marcadas em um relógio. Quando

o ponteiro das horas aponta para o número 5 e o dos minutos, para o 12, o mostrador indica que são cinco horas. Tal disposição é uma representação geométrica desse horário que resulta em informação. Contudo, a representação geométrica das cinco horas pode desencadear outras representações - na forma de lembranças - do que ocorre nesse período do dia (como a volta para casa após o trabalho, o trânsito agitado, o cair da tarde...), formando, assim, uma imagem desse horário, a qual causa uma determinada sensação em quem consulta o relógio. Essa hora é associada à imagem muito rapidamente pelo corpo humano. É consultada e tão logo surge a imagem correspondente. A série de representações aí desencadeada é imperceptível. O cinema utiliza um método semelhante para formar imagens de um filme, segundo Eisenstein (2002b). Ele foca o processo, a série de representações. "Uma obra de arte, entendida dinamicamente, é apenas este processo de organizar imagens no sentimento e na mente do espectador. [...]" (EISENSTEIN, 2002b, p. 21). No relato do autor, segue um exemplo de como isso ocorre na prática.

[...] Durante a filmagem de *Outubro*, nos deparamos, no Palácio de Inverno, com um curioso espécime de relógio: além de mostrador principal, também tinha uma coroa de pequenos mostradores em redor do maior. Em cada um desses mostradores estava o nome de uma cidade: Paris, Londres, Nova York, Xangai, e assim por diante. Cada um mostrava a hora destas cidades, em contraste com a hora de Petrogrado, no mostrador principal. [...] quando, em nosso filme, precisamos apresentar de modo especialmente enérgico o momento histórico da vitória e instauração do poder soviético, este relógio sugeriu uma solução específica de montagem: repetimos a hora da queda do Governo Provisório, marcada no mostrador principal pela hora de Petrogrado, em toda a série de mostradores secundários que marcavam a hora em Londres, Paris, Nova York, Xangai. Assim, esta hora, única na história e no destino dos povos, emergiu através de uma variedade enorme de horas locais, como que unindo e fundindo todos os povos na percepção do momento da vitória. O mesmo conceito foi também anunciado por um movimento rotativo da própria coroa de mostradores, um movimento que, ao aumentar e acelerar-se, também fundiu plasticamente todos os indicadores de tempo diferentes e independentes na sensação da hora histórica única... (EISENSTEIN, 2002b, p. 23-24, grifo do autor).

Figura 1 – Filme Outubro



Fonte: Elaborada pela autora, com base em Rvision TV (2016).

Se quisesse apenas indicar a hora em que ocorreu o acontecimento, Eisenstein poderia ter filmado o relógio em um plano. Mas, como a sua intenção era produzir a sensação de que o acontecimento era importante (lembramos aqui a afirmação de Flusser de que as imagens técnicas são conceitos do mundo!), utilizou uma série de representações que culminaram em tal percepção. Essas representações, especificamente, constituíram os planos. Esses, por sua vez, foram justapostos de forma a gerar a imagem da vitória.

De modo geral, Eisenstein (2002b) lista três aspectos fortes da montagem. O primeiro é que ela faz surgir uma imagem diante do espectador. A imagem do diretor é constituída por representações, e essas representações são reunidas pelo espectador, fazendo surgir a imagem intencionada. O segundo é que ela justamente considera o espectador em sua realização. Ele experimenta o surgimento da imagem tal como ela teria surgido para o diretor. O terceiro, por fim, é que ela inclui o espectador no ato criativo de constituição da imagem, uma vez que a percepção do espectador se funde com a intenção do diretor. "A imagem concebida pelo autor tornou-se carne e osso da imagem do espectador... Dentro de mim, espectador, esta imagem nasceu e cresceu. Não apenas o autor criou, mas eu também [...] participei." (EISENSTEIN, 2002b, p. 30).

O sem-rostro, então, é um produto da montagem televisiva, um conceito e uma imagem que surge diante de quem o assiste na TV. Quem vê o sem-rostro na TV vê, experimenta e cria essa imagem a partir da montagem, como listado linhas acima. Quem decodifica essa imagem faz isso a partir de seu próprio repertório, a partir de sua própria experiência, que já foi habituada pelas mídias, que apresentam essas montagens de sem-rostro. Para fazer surgir o conceito e a imagem de sem-rostro, a montagem televisiva é realizada no interior dos planos e entre os planos. Especificamente, para fazer montagens no interior dos planos, é preciso tirar o melhor das funcionalidades dos elementos da imagem *quadro* e *plano*. A partir do quadro e do plano, compõem-se imagens e enquadram-se coisas, objetos, pessoas e situações e, assim, são a elas atribuídos significados.

De modo geral, o *quadro* tem por função limitar a superfície da imagem e enquadrar os seus elementos visuais. Ele participa, portanto, da composição da imagem e da organização de elementos dentro de um limite.

O *quadro* institui um ponto de vista e mostra as coisas desde um posicionamento. Um jardim de margaridas amarelas, por exemplo, pode ser desvelado e visto de formas diferentes conforme o operador de câmera diante dele mire à frente, vire à direita ou à esquerda, mostre-o de cima ou ao nível do solo, aproxime-se ou se afaste das flores. Tecnicamente, o espaço contido dentro do quadro se chama *campo*, e o que se prolonga para além de seus limites, *fora*

de campo. (AUMONT et al., 1995). Sendo assim, o operador precisa decidir o que enquadrar desse jardim - o que é essencial conter e o que será ignorado.

Contudo, *campo* e *fora de campo* estão intimamente vinculados um ao outro e podem estabelecer comunicação entre si. Para demonstrar como o primeiro dá existência ao segundo, Aumont et al. (1995) listam três situações comuns do cinema. A primeira é a de *entradas e saídas de um personagem no campo* que podem acontecer pelos quatro lados do quadro, pela frente ou por trás do campo. A segunda é a de *interpelações* em que um personagem olha para algo ou interage com alguém que não está no quadro. A terceira é a de *enquadramento parcial de um personagem* em que parte do corpo é vista no quadro e a outra não. Juntos, *campo* e *fora de campo* constituem para Aumont et al. (1995) o *espaço fílmico* ou a *cena fílmica*. Isto é, um espaço ou cena que interessa ao filme, que pertence a sua história. Os bastidores de produção, por sua vez, constituem outro espaço, o qual Aumont et al. (1995) situam e denominam como *fora de quadro*. Não é por acaso que os autores escolhem os termos: *campo* e *fora de campo* se relacionam ao universo ficcional do filme, e *quadro* e *fora de quadro*, à técnica de produção cinematográfica.

Assim como *quadro*, a palavra *plano* pertence ao vocabulário técnico do cinema. Ela designa coisas diferentes conforme o estágio de produção de um filme. Segundo Aumont et al. (1995), na filmagem, plano pode ser equivalente aproximativo de quadro, campo e tomada e fazer referência ao enquadramento utilizado em determinada sequência; na montagem, trata-se da menor unidade de um filme com a qual se trabalha. De modo geral, os autores indicam que, tanto em um estágio como no outro, plano pode ser entendido também como o fragmento de filme entre duas mudanças de plano. (AUMONT et al., 1995).

Em Estética do Cinema, conforme apontam Aumont et al. (1995), há três contextos de plano: *unidade de duração*, *movimento de câmera* e *tamanho*. Em *unidade de duração*, plano é entendido como fragmento breve (de segundos) ou longo (de minutos). Em *movimento de câmera*, há distinção entre *plano fixo* e *plano em movimento*. O primeiro tem a câmera imóvel ao longo de todo o plano. O segundo envolve movimentos de câmera tais como *panorâmica*, *travelling* e *zoom*. A *panorâmica* consiste em virar a câmera sobre o seu próprio eixo para um lado e para outro na horizontal, para cima e para baixo na vertical ou obliquamente. Às vezes, quando na horizontal, chama-se *pan*; e, quando na vertical, *tilt*. Esse movimento lembra o giro do olho em sua órbita, segundo os autores. (AUMONT et al., 1995). O *travelling* é o passeio da câmera que pode estar nas mãos de um operador, em um carrinho ou em uma grua. Aqui, a câmera é carregada e se desloca em qualquer direção. Por isso, para Aumont et al. (1995), ele lembra o deslocamento do olhar. O *zoom* é, na verdade, um movimento da objetiva da câmera.

Ele é realizado durante a filmagem de uma cena. Quando aproxima, é chamado de *zoom-in*; e, quando afasta, de *zoom-out*. Esse movimento é mais difícil de interpretar, na visão de Aumont et al. (1995), mas pode ser associado à focalização. Em *tamanho*, o terceiro contexto de plano, há indicação aos diferentes tipos de enquadramento de um personagem. Conforme os autores, implicam-se aí duas problemáticas, a instituição de um ponto de vista e a determinação do que enquadrar com base no corpo humano.

Esse último contexto é particularmente interessante por causa da *escala de planos*. No *Dicionário Teórico e Crítico de Cinema*, Aumont e Marie (2003) falam rapidamente sobre o termo. Basicamente, os planos (enquadramentos) são denominados ou pelo tamanho do objeto ou pela distância do objeto em relação à câmera. (AUMONT; MARIE, 2003). O nome de um mesmo plano pode variar conforme a língua e a nacionalidade, mas o entendimento do que é e do que significa é comum ou próximo entre essas variações. "[...] Na tradição dos operadores franceses, ela [a escala] vai do plano geral (personagens afogadas no cenário) ao primeiríssimo plano (o rosto, ou uma parte do rosto, ocupa todo o quadro), passando pelo plano de conjunto, o plano americano, o plano médio, o plano aproximado, o primeiro plano." (AUMONT; MARIE, 2003, p. 101). Na dos americanos, conforme os autores, as designações evidenciam a distância, *close-up*, *medium shot*, *long shot*, por aí vai.

Para fazer surgir o conceito ou a imagem desejada, na montagem, pode-se utilizar voz *off*. Para Canevacci, a voz *off* é indicador com função de filtro interpretativo da comunicação visual. Ela permite construir o *comentário externo* de imagens e de histórias. (CANEVACCI, 2009). Sendo ele uma imagem, o sem-rosto pode ser comentado por voz *off* em determinadas situações, como em situações de identificação, por exemplo. Canevacci problematiza os usos da voz *off* na publicidade televisiva.

A publicidade televisiva é um resultado complexo de linguagens parciais, as quais são selecionadas pelos realizadores. O público, por sua vez, possui certo conhecimento e domínio sobre essas linguagens. O que influencia na sua compreensão do produto final - o *comercial*. A cultura também exerce influência nesse processo - os valores e os modos de percepção, por exemplo, são variáveis. (CANEVACCI, 2009). A *linguagem verbal* é uma das sete linguagens parciais da publicidade televisiva mencionadas por Canevacci (2009)¹. Ela abrange a voz *in* e a voz *off*. A voz *in* corresponde à fala de um personagem visível no campo. E a voz *off*, à fala de alguém que faz o comentário externo. Considerando apenas esse último, o autor apresenta

¹ As outras seis são *montagem*, *sonora*, *corporal*, *cromática*, *gráfica* e *visual*.

dois modelos de comercial: um é caracterizado pelo *excesso* de *voz off*, e outro, pela *ausência* ou *quase ausência*. É na descrição dos modelos que toda essa contextualização faz sentido.

Geralmente, comerciais sobre produtos de limpeza criam uma dona de casa em um comercial que se caracteriza pelo *excesso* de *voz off*. Neles, conforme o autor, com frequência, a *voz off* é masculina, de tom agressivo e autoritário por ser o elemento predominante entre os outros elementos da montagem e direcionar o olhar em um sentido único. Além disso, em extensão de vídeo, é ouvida do início ao fim, e o espectador nunca sabe ou conhece quem está falando. (CANEVACCI, 2009). Aqui, neste modelo, supõe-se que a pessoa a quem se destina o comercial é um grande público, pouco alfabetizado em linguagem visual. Por isso, a necessidade de descrever as supostas qualidades de um produto para além de mostrá-lo. "[...] Dessa forma, elabora-se uma duplicação de códigos de maior eficácia para esse alvo (visual + oral), que pode também ser triplicado, acrescentando, no final, a escrita do produto com um comentário sonoro fixo (*jingle*)." (CANEVACCI, 2009, p. 153, grifo do autor).

Os comerciais nos quais se verifica uma *ausência* ou *quase ausência* de *voz off*, por sua vez, são destinados às pessoas de camadas sociais mais altas, aos jovens, aos apaixonados por tecnologia, entre outros públicos. Aqui, ao contrário do modelo anterior, supõe-se que os alvos compreendem com facilidade a linguagem visual. Por isso, torna-se desnecessário o uso de comentário externo. Eventualmente, ao final, acompanha-se vocalmente a escrita do nome da marca para enfatizar a mensagem. O que é feito de forma discreta. "[...] A ausência desse indicador de autoridade comporta a plena participação, para as camadas selecionadas, daquela cultura visual que possui por alfabeto uma multiplicidade crescente de sinais a cada unidade de imagem e por tempos de sequências, em geral, cada vez mais curtos. [...]" (CANEVACCI, 2009, p. 154).

É possível constatar que a *voz off* encontra utilidade na publicidade televisiva quando os realizadores supõem que determinado público não compreenderá uma mensagem apenas em linguagem visual. E aí está o problema, pois

[...] a *voz off* discrimina as camadas sociais que tem como modelo comunicativo dominante a tecnologia *versus* a domesticidade, a juventude *versus* a adolescência, o emergente *versus* a maturidade, o corpo *versus* a sujeira. A cultura visual da "imagem" parece unificar aqueles tipos mais facilmente "imbuídos" de formas narcisistas que vivem nas mercadorias pós-industriais. Enquanto a cultura visual "falada" é mais adequada para quem vive nas formas higiênicas de uma sociedade

² Canevacci também comenta brevemente comerciais para crianças e adolescentes. Tendem a ter características semelhantes aos comerciais para donas de casa e domésticas (como voz de adulto, agressiva e autoritária).

ainda industrial ou paraindustrial como as crianças. (CANEVACCI, 2009, p. 155, grifos do autor).

Os comentários do autor podem ser levados para o televisivo de modo geral. Como a *voz off* constrói o sem-rostos nas diferentes imagens audiovisuais que fazem parte do *corpus* desta dissertação? Como o conjunto de elementos elencados por Canevacci - montagem (interna e externa), sonora (música e ruído), verbal (voz in e off), cromática, gráfica e visual - conformam cada um dos sem-rostos que se atualizam no *corpus* recortado para pensá-los nesta pesquisa? Como o conjunto desses elementos se organiza em cada um dos sem-rostos para dar determinada identidade a eles, isto é, para formar a ethicidade televisiva sem-rostos? Sobre esse último conceito, falarei a seguir.

3.3 O SEM-ROSTO COMO ETHICIDADE TELEVISIVA

Pensar o sem-rostos como ethicidade televisiva é optar por um lugar teórico-metodológico de pensar a televisão. Para Kilpp (2003), o que é propriamente televisivo pode ser conhecido a partir de três eixos essenciais: o das *ethicidades televisivas*; o das *molduras*; e o dos *imaginários*.

O primeiro eixo considera os construtos da TV para durações, *personas*, objetos, fatos e acontecimentos. A autora chama esses construtos de *ethicidades televisivas*. (KILPP, 2003). De onde o nome desse eixo. Para que sejam compreendidos como tais, a TV opera molduras e moldurações a partir de um imaginário comum ao emissor e ao receptor, o que, por sua vez, permite a comunicação e a apreensão dos sentidos.

O segundo abrange as *molduras*, as *moldurações* e os *emolduramentos*. As *molduras* são quadros ou territórios de significação. As *moldurações*, procedimentos técnicos e estéticos (relacionados às montagens abordadas anteriormente) realizados no interior das molduras. Molduras e moldurações ofertam sentidos a um determinado objeto, pessoa, situação, etc. Por isso, na análise de ethicidades, é preciso evidenciá-las. Os *emolduramentos*, agenciamentos de sentido. Conferem determinada perspectiva a um construto, seja do emissor que enuncia, seja do receptor que percebe. A referência dessa perspectiva é pessoal e cultural. Em outras palavras, o emissor reivindica certas molduras e moldurações para produzir sentido de uma determinada ethicidade, e o receptor capta ou não esse sentido conforme o seu próprio repertório. De certa forma, o emolduramento está relacionado aos imaginários.

O terceiro eixo aborda os *imaginários* e os *imaginários televisíveis*. *Imaginários* são entendidos como mediações ou conjunto de marcas de enunciação das culturas. *Imaginários*

televisíveis, por sua vez, como imaginários instituídos que se manifestam nas imagens da TV. Como eles são minimamente compartilhados, social e culturalmente, entre emissor e receptor, a partir deles, ethicidades televisivas emergem para serem comunicadas. Assim, ethicidades dependem de imaginários para se constituírem; e imaginários, de ethicidades para se tornarem conhecidos. "[...] a televisão seria um compósito de molduras, moldurações e ethicidades televisivas que dão a ver, com certos sentidos, os imaginários televisíveis." (KILPP, 2010, p. 21-22).

Com esse entendimento, Kilpp (2010) autenticou as ethicidades mais sólidas da TV, as quais, a seu ver, deveriam sempre ser consideradas na análise de enunciações televisivas. São: as *emissoras*; os *canais*; os *gêneros*; os *programas*; as *unidades autônomas* (*promos*, vinhetas, comerciais); os *panoramas* e as suas *moldurações intrínsecas*; a *programação*; e a *televisão*.

Os *canais* dão existência às *emissoras* e, por isso, eles são anteriores a elas. Para Kilpp (2010), de modo geral, *canais* são lugares de fala de emissoras, os quais são conquistados por meio de concessão do Estado. Sendo assim, *emissoras* são empresas autorizadas a transmitir programação nesses canais. Contudo, apesar do caráter público, canais são apropriados de tal forma pelas emissoras que parecem ser propriedade das empresas. Isso acontece porque são as próprias empresas que determinam as suas ethicidades de emissora. (KILPP, 2010).

Os *gêneros* estão relacionados aos *programas*. Para a autora, funcionam como filtros de determinado programa. São considerados por Kilpp (2010) ou como *gênero televisivo*, ou como *realidade televisiva*. No que diz respeito à realidade do programa, como ethicidade, o gênero pode ser documental ou ficcional. Aí, tem-se o gênero como *realidade televisiva*. No que diz respeito à adoção do gênero de mercado (o *best-seller*) pelo programa, o gênero pode ser mais ou menos autoral. Aí, tem-se a TV construindo o gênero como *gênero televisivo*.

Os *programas* e as *unidades autônomas* estão relacionados à *programação*. Ambos se realizam na programação em fluxo da TV. Por isso, precisam ser moldurados. *Programas* são produtos ofertados pelas emissoras aos telespectadores em seus canais. *Unidades autônomas* são *promos* e anúncios publicitários que molduram os programas. Os *promos* são logomarcas, vinhetas e chamadas que dizem respeito às emissoras e aos seus programas. Evidentemente, os anúncios publicitários são produtos da publicidade veiculados no intervalo comercial (entre blocos ou programas) ou realizados nos programas (*merchandising*). A *programação*, por sua vez, é uma ethicidade contraditória, conforme Kilpp (2010). Ela abrange a grade e o fluxo, o que está determinado para exibição em cada dia e horário em um canal e a sua realização.

Os *panoramas*, para a autora, são paisagens visuais e sonoras de um programa e de um quadro de programa. Neles, operam-se as *moldurações intrínsecas*. Essas indicam as práticas

de montagem aí realizadas. Elas se tornam visíveis quando os panoramas são desconstruídos ou desmontados. E, de acordo com Kilpp (2010, p. 21, grifo da autora), "[...] tem implicações éticas para as *personas* e para as situações intrinsecamente molduradas".

Por fim, a própria *televisão* é também uma *ethicidade*. É ela quem produz as molduras, as moldurações e as *ethicidades* que a constituem. Nas palavras de Kilpp (2010, p. 22), "[...] A televisão, na medida em que também se enuncia *ethicamente* e está sujeitada às práticas das moldurações que pratica, ela mesma é televisiva como todas as *ethicidades* de cuja enunciação participa."

Esses conceitos foram amadurecendo na produção da autora para uma metodologia de análise do televisivo: a *metodologia das molduras*, a qual já foi explicitada no capítulo 2 deste trabalho e a qual inclui um processo de dissecação de imagens.

As questões vistas até aqui como montagem, elementos da montagem, quadro, plano, movimentos de câmera, escala de planos e *voz off* trazidos por Eisenstein (2002b), Aumont et al. (1995), Aumont e Marie (2003) e Canevacci (2009) ajudam na hora de dissecar as imagens e de desconstruir os sentidos identitários dados aos sem-rostos em cada uma das emissoras que serão abordadas aqui.

Ainda é muito importante compreender, para desconstruir esses sem-rostos, o lugar do rosto no audiovisual, já que penso estes sem-rostos como um modo de atualização do rosto televisivo, e o meu virtual, eu relembro, é o rosto que se atualiza no meu *corpus* de um modo muito específico.

4 O SEM-ROSTO COMO ROSTO NOS MUNDOS TELEVISIVOS

É importante, antes de partir para a análise dos meus empíricos, me deter um pouco mais na reflexão sobre o rosto. Afinal, não custo reafirmá-lo mais uma vez: o sem-rosto é uma atualização do rosto. O rosto ocupa um lugar central na nossa cultura e nas nossas imagens. O rosto é, por excelência, o lugar da afecção, da identidade, onde as emoções e aquilo que nos identifica se dão a ver. Olhar no rosto, encarar e olho no olho são expressões culturais que deixam ver o quanto o rosto é o corpo como um todo e é a própria identidade. Nos mundos televisivos, o lugar do rosto é central. Podemos ver rosticidades que se atualizam nos mais diversos rostos humanos e não humanos na TV e podemos ver uma tendência cultural para a criação de máquinas de rostificação. É sobre isso que falo neste capítulo.

4.1 ENQUADRAMENTOS DO ROSTO

Se os diferentes enquadramentos da câmera tomam como referência o corpo humano, os diferentes enquadramentos do rosto tomam como referência o rosto de uma pessoa. Alguns o enquadram mais de perto; outros, mais de longe. Alguns o enquadram inteiramente; outros, em parte. Conforme Aumont e Marie (2003), na nomenclatura dos planos (enquadramentos) da escala de planos, considera-se ou o tamanho do objeto e da personagem no quadro, ou a distância da câmera em relação ao objeto e à personagem. Sendo assim, conforme a cultura, a língua e a nacionalidade, a nomenclatura dos planos pode variar, o que inclui a nomenclatura dos planos de rosto. Por exemplo, franceses falam de primeiro plano; americanos, de *close-up*. (AUMONT; MARIE, 2003). Mas além da nomenclatura de franceses e americanos, tem-se a destes autores. Balázs (1983) fala de *close-up*; Eisenstein (2002a), de grande plano; Mercado (2011), de diferentes *close-ups* do cinema da atualidade; Machado (1995), de *talking heads*; e Carravetta (2009), de planos fechados. Apesar das denominações, esses planos enquadram os rostos e evidenciam determinados sentidos.

Balázs chamava *close-up* a inovação que permitia se aproximar dos pequenos detalhes da vida e revelar a face do homem e das coisas. O autor escrevia sobre o cinema mudo; por isso, frequentemente, referenciava essa época. O seu modo de falar sobre esse enquadramento era poético e metafórico.

[...] Antes do cinema, você olhava para a sua vida da mesma forma que um despreparado ouvinte de um concerto ouve a orquestra executando uma sinfonia. O que ele ouve apenas é a melodia principal, enquanto que todo o resto se confunde num ruído geral. Somente os que conseguem distinguir a arquitetura dos

contrapontos de cada trecho da partitura é que podem realmente entender e apreciar a música. E é assim que vemos a vida: só a melodia principal chega aos olhos. Mas um bom filme, com seus *close-ups*, revela as partes mais recônditas de nossa vida polifônica, além de nos ensinar a ver os intrincados detalhes visuais da vida, da mesma forma que uma pessoa lê uma partitura orquestral. (BALÁZS, 1983, p. 90, grifo do autor).

Na citação, Balázs (1983) indica que o *close-up* proporcionava outro tipo de percepção e mostrava coisas até então desconhecidas ao homem. Coisas simples como, por exemplo, as aventuras dos insetos na natureza e a expressividade da mão que bate em algo. Para o autor, o *close-up* ampliava e aprofundava a visão do homem; revelava e devolvia significado ao que já era conhecido. (BALÁZS, 1983). Os insetos e as mãos já não pareciam mais ser os mesmos. Quando focava apenas o rosto, tornava visível os seus pequenos movimentos expressivos, os quais em uma conversa, em plano mais aberto, seriam imperceptíveis. Balázs (1983) dizia que *close-ups* evidenciavam o que realmente se passava na superfície de aparências. Neles, no seu entendimento, o diretor expressava a sua sensibilidade, e o operador de câmera desenvolvia a sua arte. (BALÁZS, 1983).

Eisenstein distinguia o grande plano (russo) do *close-up* (norte-americano). Segundo o autor (EISENSTEIN, 2002a), no cinema russo, no grande plano, o rosto ou o objeto aparece grande na tela; no cinema norte-americano, no *close-up*, ocorre uma aproximação ao rosto ou ao objeto. Eisenstein (2002a) defendia que a diferença entre os planos não estava apenas nas denominações, mas também na essência do que cada um significava. O cineasta falava de um aspecto qualitativo. "[...] Entre os norte-americanos, o termo está ligado à *visão*. Entre nós - ao *valor do que é visto*. [...]" (EISENSTEIN, 2002a, p. 207, grifo do autor). O uso do grande plano era reivindicado para destacar algo importante em um filme. Eisenstein (2002a, p. 207, grifos do autor) explica, "[...] destina-se não apenas, e não tanto, a *mostrar* ou *apresentar*, mas a *significar*, a *dar significado*, a *expressar*". Ele acreditava deixar isso claro com a adoção da palavra grande - como em grande talento, que remete à algo que sobressai.

Gustavo Mercado, em seu livro *O olhar do cineasta: aprenda (e quebre) as regras de composição cinematográfica*, apresenta quatro enquadramentos de rosto utilizados no cinema atualmente: *close-up extremo*, *plano macro*, *close-up normal* e *close-up médio*.

O *close-up extremo* foca pequenos detalhes de um personagem ou de um objeto e os isola do restante da cena. Segundo Mercado (2011), o seu uso indica que o que é destacado é importante e significativo para a história. Esse tipo de imagem chama a atenção do espectador e, por vezes, só é compreendida com o desenrolar da narrativa. Eventualmente, pode também representar uma metáfora. O *plano macro* é um tipo de *close-up extremo*. Por isso, é utilizado

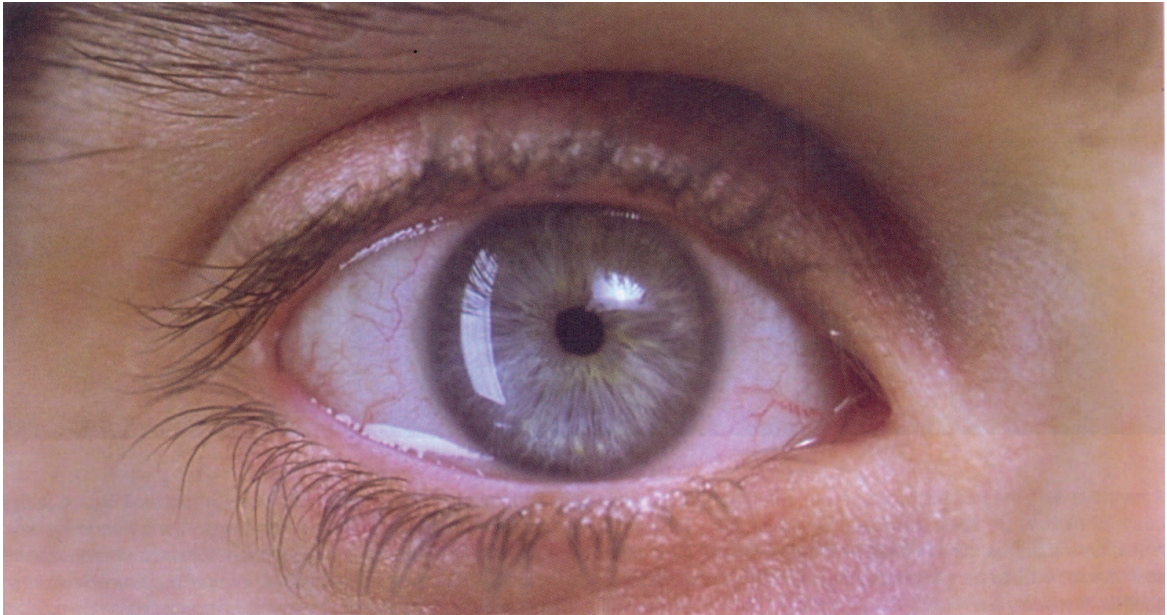
de forma semelhante. A diferença é que ele é obtido com uma objetiva especial que permite se aproximar ainda mais de um personagem ou de um objeto (5cm ou menos) - a *objetiva macro*. Os *close-ups extremos* podem ser filmados com teleobjetivas ou grande-angulares. Conforme Mercado (2011), por conta da grande ampliação, *planos macro* revelam texturas e padrões, os quais seriam imperceptíveis ao olho humano ou inapreensíveis por outro tipo de plano. Logo, capturam detalhes extremamente pequenos. O autor apresenta dois exemplos que expressam metáfora e que dimensionam a diferença entre esses enquadramentos. O primeiro é um *close-up extremo* do filme *Lúcia e o sexo* (figura 2), de Julio Medem. Uma lágrima corre pelo rosto da personagem Elena e, em seguida, cai sobre um teste de gravidez com resultado positivo. Para Mercado (2011), essa lágrima lembra a água do mar em que o encontro sexual de Elena com o seu amante aconteceu. O segundo exemplo é um *plano macro* de *Réquiem para um sonho* (figura 3), de Darren Aronofsky. A pupila de um olho aparece dilatada de forma impressionante. No filme, o diretor combinou imagens como essa com *close-ups extremos* de notas de dólar, veias, drogas. Como aponta Mercado (2011), percebe-se a experiência de estar drogado.

Figura 2 – Filme *Lúcia e o sexo*



Fonte: Mercado (2011, p. 28).

Figura 3 – Filme Réquiem para um sonho



Fonte: Mercado (2011, p. 118).

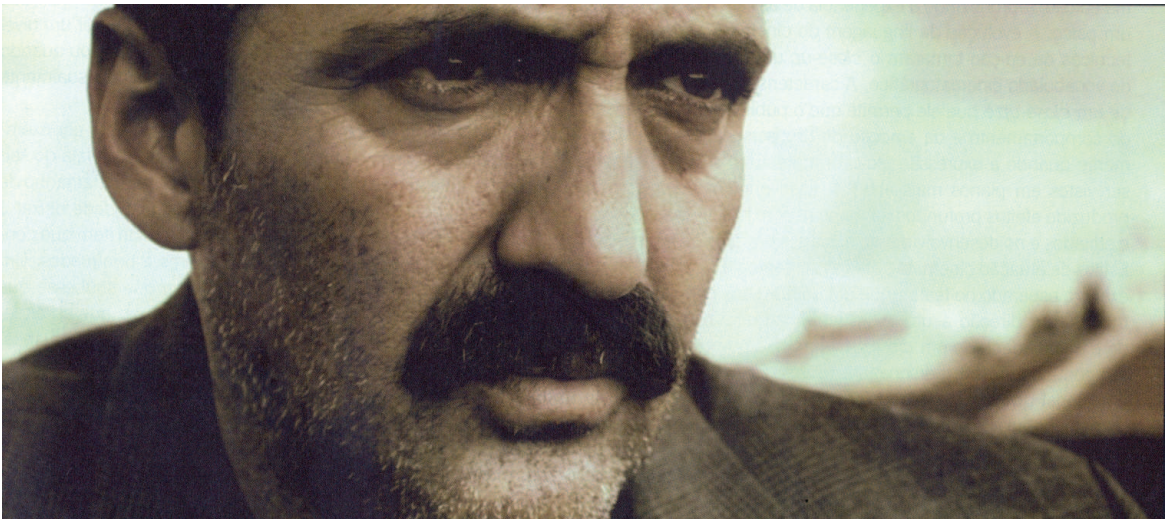
O *close-up normal* - ou, simplesmente, *close-up* - enquadra o rosto de um personagem. De acordo com Mercado (2011), permite ver as nuances de comportamento e de emoção. Por isso, evita-se incluir coisas ao fundo que possam causar distração. Nesse plano, a proximidade e a expressão facial podem criar um envolvimento emocional do público com o personagem e a sua história. Mercado (2011) sugere utilizá-lo em momentos chave do filme. "[...] Quando usado dessa maneira, o *close-up* pode atingir seu potencial narrativo total." (MERCADO, 2011, p. 35, grifo do autor). O autor evidencia esse potencial com dois exemplos. O primeiro é o *close-up* do personagem principal da animação *WALL-E* (figura 4), de Andrew Stanton. Em determinado momento da história, o robô encontra uma planta em meio ao lixo acumulado na Terra. Ela indica que o planeta pode ser habitável novamente - um acontecimento importante no filme. O *close-up* destaca os olhos de WALL-E e, neles, o reflexo do pequeno ser vivo que encontrou. O segundo exemplo é o *close-up* do personagem Eyup em *Os três macacos* (figura 5), de Bilge Ceylan. Nesse momento, Eyup assume a culpa de um acidente de carro fatal. Como especula Mercado (2011), o rosto dele expressa algo difícil de definir - esperança, irritação, arrependimento. É interessante ressaltar que, para Mercado (2011), o excesso de *close-ups* em um filme enfraquece a capacidade narrativa desse plano.

Figura 4 – Filme WALL-E



Fonte: Mercado (2011, p. 34).

Figura 5 – Filme Os três macacos



Fonte: Mercado (2011, p. 36).

Por fim, o *close-up médio* é mais aberto que o *close-up*. Enquadra alguém do tórax ou dos ombros à cabeça. Conforme Mercado (2011), além das nuances de comportamento e de emoção, esse plano evidencia a linguagem corporal de um personagem. Diferente do anterior, este inclui parte significativa do ambiente ao fundo. É possível, inclusive, sugerir conexões fortes entre um personagem e o ambiente no qual está inserido. Isso acontece nos exemplos de Mercado (2011), extraídos dos filmes *O fabuloso destino de Amélie Poulain* (figura 6), de Jean-Pierre Jeunet, e *Perfume: a história de um assassino* (figura 7), de Tom Tykwer. No primeiro, a personagem Amélie demonstra timidez no sorriso, no olhar, nos ombros encolhidos. Segundo Mercado (2011), o tema ao fundo dela e os seus *close-ups médios* são

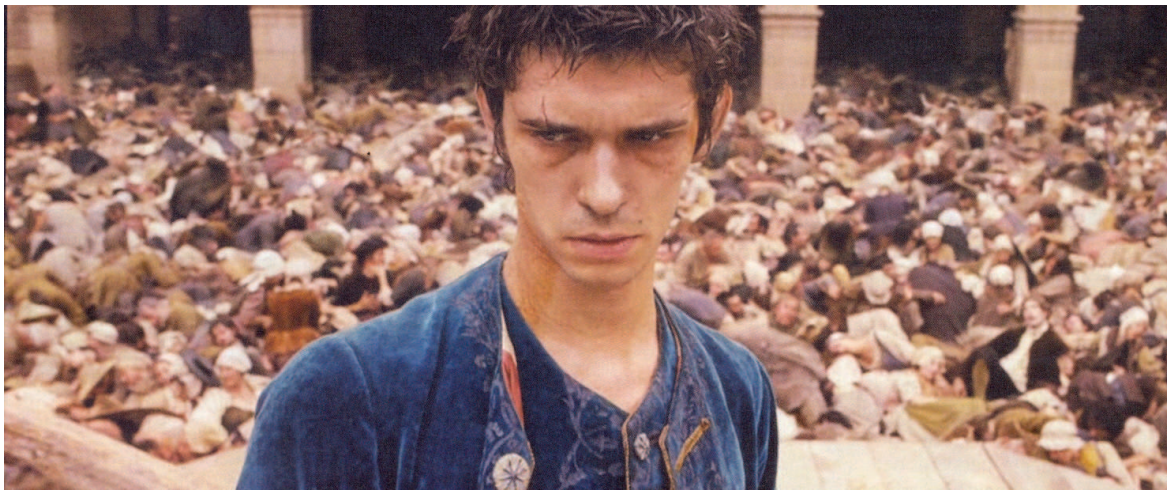
recorrentes ao longo do filme. No segundo exemplo, Jean-Baptiste Grenouille transmite poder e dominância sobre as pessoas que o cercam. Para contextualizar a cena, ele estava prestes a ser executado em praça pública por cometer assassinatos quando lançou um perfume sobre as pessoas. E isso fez com que o comportamento delas mudasse. A imagem de Jean-Baptiste para aquela multidão passa de *serial killer* a anjo. Aí, vê-se a conexão forte entre o personagem e o que o cerca ao fundo.

Figura 6 – Filme O fabuloso destino de Amélie Poulain



Fonte: Mercado (2011, p. 40).

Figura 7 – Filme Perfume: a história de um assassino

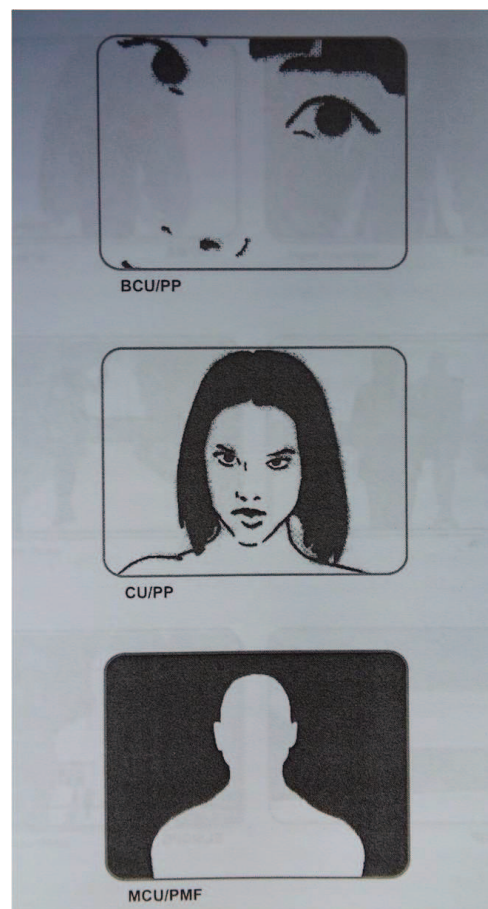


Fonte: Mercado (2011, p. 42).

Para Machado (1995), a TV é o meio próprio para o primeiro plano, para o *close-up*. O autor toma emprestada a expressão em inglês *talking head* dos americanos (em português essa expressão seria algo como cabeças falantes) para se referir aos primeiros planos, aos *close-ups*

de apresentadores de TV. Além de destacar o rosto, a *talking head* fala diretamente para o seu telespectador desde um cenário com poucos elementos - um fundo que remete à emissora e ao programa, um fundo infinito. Para além da *talking head*, Carravetta (2009) reconhece outros tipos de planos de rosto da TV, especificamente, do telejornalismo. Ela os agrupa em *planos fechados* (figura 8). Esses planos recebem tal denominação porque são filmados em distâncias próximas ao personagem ou ao objeto. Segundo a autora (CARRAVETTA, 2009), os *planos fechados* são planos de caras e bocas, expressivos, dramáticos e intimistas. Em Jornalismo de TV, eles enquadram apresentadores, repórteres, entrevistados. O *primeiro plano* é semelhante à *talking head* da qual fala Machado. Ele evidencia todo o rosto de uma pessoa. O *primeiríssimo plano* (ou *plano detalhe*) mostra detalhes do rosto ou de outras partes do corpo de um personagem, como, por exemplo, mãos. E o *plano médio fechado* enquadra do peito ao topo da cabeça; logo, é um pouco mais aberto que o *primeiro plano*.

Figura 8 – Planos fechados do telejornalismo



Fonte: Carravetta (2009, p. 53).

4.2 DO PRIMEIRO PLANO AO ROSTO

O rosto expresso no primeiro plano tem lugar importante no cinema e, principalmente, na TV. McLuhan pensou os diversos efeitos dos rostos televisivo e cinematográfico, apontando claras diferenças. McLuhan (2007, p. 357) relata que

[...] Durante uma entrevista, perguntaram a Joanne Woodward qual a diferença que sentia entre ser uma estrela de cinema e uma atriz de TV. Ela respondeu: “Quando eu trabalhava no cinema, ouvia as pessoas dizendo: “Lá vai Joanne Woodward.” Agora elas dizem: “Acho que conheço aquela moça.”
 [...] Os fãs do velho cinema queriam ver como eram seus favoritos na *vida real*, e não nos papéis que encarnavam. Os fãs do meio frio da TV querem ver seus astros nos *papéis* que representam [...].

Haveria, então, uma certa audiovisualidade do rosto expressa no primeiro plano, mas não só, que, embora se atualize de formas diferentes no cinema e na TV, deve ser pensada em sua virtualidade.

Desde os primeiros planos cinematográfico e televisivo, Deleuze e Canevacci definem o que é rosto. Para Deleuze, o rosto está relacionado ao que ele chama de *imagem-afecção*, e, para Canevacci, ao *visus*. A *imagem-afecção* e o *visus* fazem parte de um contexto maior no pensamento dos dois autores. Em Deleuze, *imagem-afecção* é variedade de imagem-movimento¹, e, em Canevacci, *visus* faz parte da comunicação visual. Contudo, ambos expressam determinados sentidos. Em Deleuze, o rosto expressa afectos, e, em Canevacci, paixões elementares por meio do estupor e alguns valores sagrados das máscaras arcaicas. A seguir, ver-se-á o que é o rosto no cinema com a *imagem-afecção* de Deleuze e o que é o rosto na TV com o *visus* de Canevacci.

4.2.1 Imagem-Afecção

A fim de caracterizar a imagem-afecção, Deleuze (1984, p. 131, tradução nossa)² diz, resumidamente, que "A imagem-afecção não é outra coisa que o primeiro plano, e o primeiro plano, não outra coisa que o rosto". Sendo assim, para desvelar a imagem-afecção, primeiro, é

¹ Deleuze escreveu dois livros sobre o cinema - *Imagem-Movimento* e *Imagem-Tempo*. Neles, como os títulos já indicam, desenvolve os conceitos de imagem-movimento e imagem-tempo. Eles tem como base os conceitos de imagem, tempo e movimento da filosofia de Henri Bergson. Para o autor, as imagens-movimento caracterizam o cinema clássico e oferecem uma representação indireta do tempo enquanto que as imagens-tempo caracterizam o cinema moderno e apresentam o tempo de forma direta. As imagens-movimento, especificamente, possuem três variedades, as quais são associadas a três tipos de plano. A imagem-percepção corresponde ao plano geral. A imagem-ação, ao plano médio. E a imagem-afecção, ao primeiro plano. Essa última é abordada neste trabalho com as suas especificidades.

² "La imagen-afección no es otra cosa que el primer plano, y el primer plano, no otra cosa que el rostro..."

preciso compreender o que são rosto e primeiro plano para o autor e, conseqüentemente, qual é a relação entre eles. Aqui, neste texto, parte-se do rosto para alcançar o primeiro plano.

Para Deleuze (1984), um rosto pode ser tanto humano quanto outra coisa equivalente a um rosto, como, por exemplo, um objeto. Para reconhecê-lo como tal, nele é preciso encontrar dois polos: a série intensiva e a unidade refletora e refletida. No exemplo do autor, um relógio de parede em primeiro plano. Os seus ponteiros são movidos por micromovimentos, os quais constituem a *série intensiva* em ascensão que culminará ou tenderá a culminar em um ponto crítico. A cada 60 segundos correspondentes a 60 avanços do ponteiro de segundo, o ponteiro dos minutos marcará um novo horário. E a marcação será feita no seu mostrador - a superfície imóvel sobre a qual o tempo passa e na qual as horas são marcadas. O que a constitui *unidade refletora e refletida*. Dessa forma, o relógio de parede, mesmo sendo objeto, é rosto.

Esses dois polos do rosto, por sua vez, coincidem com duas características do afecto, considerando-se definição de Henri Bergson. Nas palavras de Deleuze (1984, p. 132, tradução nossa, grifos nossos)³, "[...] uma *tendência motriz* sobre um *nervo sensível*". Relacionando-os, explicita que

[...] Quando uma parte do corpo teve que sacrificar o essencial de sua motricidade para se converter em suporte de órgãos de recepção, estes só terão principalmente tendências ao movimento ou micromovimentos capazes, para um mesmo órgão ou de um órgão ao outro, de entrar em séries intensivas. O móvel perdeu seu movimento de extensão, e o movimento passou a ser movimento de expressão. Este conjunto de uma unidade refletora imóvel e de movimentos intensos expressivos constitui o afecto. (DELEUZE, 1984, p. 132, tradução nossa)⁴

O rosto, então, expressa afectos, e o primeiro plano evidencia essa expressão do rosto para que seja percebida e compreendida. Daí a relação apresentada na definição de Deleuze. O rosto é o primeiro plano porque nele se manifesta. Logo, o primeiro plano é o rosto. Ambos expressam afectos e, por isso, são a imagem-afecção. Mas esse raciocínio rápido não revela as especificidades aí contidas. Para conhecê-las, é preciso retomar novamente o ponto de partida.

Conforme Deleuze (1984), o rosto pode ser reflexivo ou intensivo. Quando reflexivo, pensa fixamente em algo, predominando a pergunta *Em que pensa?*. A ele se associa o polo *unidade refletora e refletida* porque permanece imóvel expressando mínimos movimentos. O seu afecto se relaciona à admiração ou ao assombro. Para evidenciá-lo com tal sentido, possui

³ "[...] una tendencia motriz sobre un nervio sensible."

⁴ "[...] Cuando una parte del cuerpo ha debido sacrificar lo esencial de su motricidad para convertirse en soporte de órganos de recepción, éstos sólo tendrán principalmente tendencias al movimiento o micromovimientos capaces, para un mismo órgano o de un órgano al otro, de entrar en series intensivas. El móvil ha perdido su movimiento de extensión, y el movimiento ha pasado a ser movimiento de expresión. Este conjunto de una unidad reflejante inmóvil y de movimientos intensos expresivos constituye el afecto."

contornos bem definidos e envolventes. Assim, forma-se uma superfície de rostificação, como denomina Deleuze (1984). Tem como função, por assim dizer, exprimir uma qualidade pura, comum a várias coisas. Segundo Deleuze (1984), nos filmes do cineasta estadunidense D. W. Griffith, predominam rostos desse tipo. Ele exemplifica com os filmes *Enoch Arden* (figura 9), em que uma jovem mulher pensa em seu marido; e *Las dos tormentas* (figura 10), em que os rostos das mulheres refletem o branco - "[...] o branco de um floco de neve retido por um cílio, o branco espiritual de uma inocência interior, o branco dissolvido de uma degradação moral, o branco hostil e cortante do banco de gelo pelo qual a heroína vagará [...]". (DELEUZE, 1984, p. 135, tradução nossa)⁵.

Figura 9 – Filme Enoch Arden



Fonte: Elaborada pela autora, com base em Change Before Going Productions (2012).

Figura 10 – Filme Las dos tormentas



Fonte: Elaborada pela autora, com base em TheProjectoinist (2012).

Quando rosto intensivo, por sua vez, ele sente alguma coisa, sendo possível perguntar-lhe *O que aconteceu, o que tem, o que sente, o que experimenta?*. Associa-se aqui o polo *série*

⁵ "[...] el blanco de un copo de nieve retenido por una pestaña, el blanco espiritual de una inocencia interior, el blanco disuelto de una degradación moral, el blanco hostil y cortante del banco de hielo por el que la heroína deambulará [...]."

intensiva porque os micromovimentos se animam por si sós, independentemente, até atingir um limite - o máximo de uma sensação ou sentimento. O seu afecto se relaciona ao desejo ou às paixões, como o amor e ódio, por exemplo. Nesse tipo de rosto, os traços que o dão forma são fragmentários e quebrados e fogem do contorno. São rasgos de rusticidade, como assinala Deleuze (1984). A sua função é exprimir uma potência pura, capaz de criar nova qualidade ao passar de uma qualidade a outra. Deleuze (1984) aponta os rostos de personagens de filmes do cineasta russo Sergei Eisenstein como exemplos de rosto intensivo. Em *Lo viejo e lo nuevo* (figura 11), no rosto do padre, percebe-se a mudança no seu comportamento, de bom a mau ou de homem de Deus a explorador de camponeses, como destaca Deleuze (1984).

Figura 11 – Filme *Lo viejo y lo nuevo*



Fonte: Elaborada pela autora, com base em Claudia Benítez (2012).

Apesar da predominância de um tipo de rosto nos filmes de Griffith e de outro nos de Eisenstein, eles utilizam os dois - em diferentes obras, como sinaliza Deleuze (1984). O autor também aponta que há quem parta de um tipo de rosto e alcance o outro em um mesmo filme. É o que acontece, por exemplo, em uma sequência de *Lulú* (figura 12), de Georg W. Pabst. Em princípio tranquilo, Jack vê uma faca. O objeto desperta o seu comportamento assassino. Ele não resiste ao crescente "desejo" e mata Lulú. O seu rosto passa de intensivo à reflexivo.

Figura 12 – Filme Lulú



Fonte: Elaborada pela autora, com base em Carla Marinho (2013).

Até o momento, viram-se as especificidades do rosto - rostos reflexivo e intensivo e a passagem de um ao outro. Embora se trate de uma abordagem cinematográfica, ela pode ser estendida à TV para me ajudar a olhar as imagens dos meus (sem) rostos. Algumas podem levar em si a pergunta de em que pensa esse sem-rosto (reflexivo), outras podem moldurar um rosto intensivo, cujos sentidos identitários apontam para algo que aconteceu, que sente ou que experimenta.

Passando agora para as especificidades do primeiro plano, em sua abordagem, Deleuze (1984) recupera três ideias comumente tidas em relação ao primeiro plano a fim de corrigi-las e esclarecê-las. São elas: 1) o primeiro plano mostra um objeto parcial; 2) ele arranca o objeto do conjunto ao qual pertence; e 3) é uma ampliação. Na verdade, como fora mencionado linhas acima, o primeiro plano dá a ver a expressão de um rosto ou algo equivalente a um rosto, dá a ver os afectos. Se o afecto é expressado pelo rosto, logo, somente ele é seu objeto. Por isso, não mostra parcialidade. O que o primeiro plano faz é abstrair o objeto - o rosto ou o seu equivalente - de todas as suas coordenadas espaços-temporais para transformá-lo em Entidade. Essa última é denominação de Deleuze (1984) para o afecto enquanto qualidade ou potência expressadas. Ao rosto não seria preciso acrescentar nada. Ele é compreensível por si só. Por isso, não necessita do contexto, da relação espaço e tempo. Um abismo, por exemplo, pode provocar expressão de contemplação em um aventureiro ou medo, e até mesmo pânico, em um indivíduo com acrofobia⁶. Ainda que o abismo justifique as duas expressões, elas são compreendidas como tais apenas no rosto. Portanto, não se trata de uma ampliação, mas de um recurso para evidenciar expressão. Deleuze (1984), inclusive, adverte que não se deve diferenciar primeiros planos, primeiríssimos planos ou *inserts* por mostrar o rosto inteiro ou apenas uma parte. O enquadramento não importa tanto quanto a capacidade de mostrar o afecto como Entidade.

Quanto a essa capacidade, destaca-se ainda outra característica: anular as três funções gerais do rosto, as quais, segundo Deleuze (1984), são: 1) individuante; 2) socializante; e 3) comunicacional. A primeira caracteriza cada ser, distinguindo-o dos demais. A segunda diz respeito ao papel social de cada um. E a terceira, por fim, permite a comunicação entre duas pessoas ou com a própria pessoa, quando questiona o seu caráter e o seu papel social. "Não há primeiro plano de rosto. O primeiro plano não é apenas o rosto, mas precisamente o rosto enquanto que anulada a sua tripla função." (DELEUZE, 1984, p. 147, tradução nossa)⁷. Logo,

⁶ Medo extremo de altura.

⁷ "[...] No hay primer plano de rostro. El primer plano no es sino el rostro, pero precisamente el rostro en tanto que ha anulado su triple función."

no primeiro plano, o afecto como Entidade se sobressai sobre a identificação de alguém pelo rosto, o reconhecimento de seu papel social, a interação de uma conversa. E, mais uma vez, reforça-se aqui: rosto e primeiro plano são o afecto, a imagem-afecção.

Contudo, Deleuze (1984) indica que os afectos também podem se manifestar, de forma independente ao rosto e ao primeiro plano, em um *espaço qualquer*. Segundo o autor, trata-se de um espaço que perdeu as suas coordenadas e dimensões métricas, tornando-se, assim, tátil. Isso significa que o espaço não é mais facilmente reconhecível como um lugar específico. A denominação já revela: é um lugar qualquer. O exemplo de Deleuze (1984) é o filme *Procès de Jeanne d'Arc*, do cineasta francês Robert Bresson. Com Bresson, o afecto é apresentado em plano médio e em um espaço que o corresponde em potencialidade pura. Ele faz surgir ali o afecto espiritual. O autor também menciona *Lluvia* (figura 13), de Joris Ivens. Nesse filme, a chuva é o afecto - aparece em diferentes imagens que mostram potência ou qualidade de chuva. São poças de água, calçadas molhadas, guarda-chuvas abertos, pingos de chuva no vidro, calhas despachando água, pessoas correndo para não se molharem... Ou seja, a chuva na cidade em espaços quaisquer tal como é e com suas particularidades.

Figura 13 – Filme Lluvia



Fonte: Elaborada pela autora, com base em CarlaDDSC (2011).

Entre outras questões, o autor me leva a tentar compreender nas imagens de sem-rostos os lugares quaisquer que as compõem e como as funções individuante, socializante e comunicacional são ali anuladas dando a ver afectos sem tempo/espaço. Poderia, inclusive, pensar o próprio espaço sem-rostos se tornar um lugar qualquer.

4.2.2 Rostidade

Ano Zero - Rostidade é o segundo platô do terceiro tomo de *Mil Platôs - Capitalismo e Esquizofrenia*, de Gilles Deleuze e Félix Guattari. De modo geral, apresenta uma perspectiva política para o *rostos* e explicita como ele é formado em uma *máquina abstrata de rostidade* a partir de um poder despótico e autoritário. O texto segue ordem contrária ao desencadeamento do processo de constituição do rostos - tal como fizeram os autores em seu platô. Dessa forma, na sequência, abordam-se os *eixos ou estratos de significância e subjetivação*; o *sistema muro branco-buraco negro*; a *máquina abstrata de rostidade* e o *agenciamento de poder despótico e autoritário*.

Os *eixos ou estratos de significância e subjetivação* foram encontrados por Deleuze e Guattari (1996) e, logo, associados a dois elementos que lhes dão existência. A *significância* se associa ao *muro branco* no qual inscreve signos e redundâncias; a *subjetivação*, ao *buraco negro* no qual deposita consciência, paixão e redundâncias. (DELEUZE; GUATTARI, 1996). Juntos, esses dois eixos ou estratos formam o *sistema muro branco-buraco negro*. Ele é base para o rostos. Contudo, o que de fato produz o *muro branco* da *significância* e o *buraco negro* da *subjetivação* e, conseqüentemente, o rostos é a *máquina abstrata de rostidade*. Assim, *muro* e *buraco* tomam forma primeiro, conforme diferentes combinações, para, em seguida, o rostos surgir *sobre* o muro, *no* buraco. (DELEUZE; GUATTARI, 1996). Os autores evidenciam esse processo de *rostificação* com a cabeça humana.

De largada, Deleuze e Guattari (1996, p. 35) dizem que "[...] Mesmo humana, a cabeça não é forçosamente um rostos". Para eles, a cabeça faz parte do corpo, mas não o rostos. Afinal, rostos é produção da *máquina abstrata de rostidade*. Para ser rostificada, a cabeça é *descolada* do corpo, por assim dizer. Deixa de ser codificada pelo corpo para ser sobrecodificada pelo rostos. (DELEUZE; GUATTARI, 1996). Essa operação não a assemelha a um rostos. "[...] A rostificação não opera por semelhança, mas por ordem de razões." (DELEUZE; GUATTARI, 1996, p. 35). Sendo assim, produzir rostos é uma questão de necessidade; mas não dos homens em geral - de alguns em particular, em determinadas circunstâncias. Adiante será explicitado melhor que necessidade é essa e o que dispara a produção. Nesse processo exemplificado com

a cabeça humana, ocorre ainda o que os autores chamam de *desterritorialização*. A cabeça é deslocada do estrato do organismo (corpo) aos estratos de significância e subjetivação (rosto). Nesse sentido, é desterritorializada e reterritorializada no rosto. O rosto, segundo os autores, possui um correlato, a paisagem. Ela é um meio e um mundo desterritorializado. Assim, serve de território ao rosto. De onde o rosto seria uma superfície. (DELEUZE; GUATTARI, 1996). Dessa forma, a cabeça humana se transforma em rosto, em paisagem.

Com esse exemplo, Deleuze e Guattari (1996) demonstram que o rosto não está ligado ao humano diretamente. Ele pode se materializar no humano, mas também em objetos. "[...] *É precisamente porque o rosto depende de uma máquina abstrata que ele não se contentará em recobrir a cabeça*, mas afetará as outras partes do corpo, e mesmo, se necessário, outros objetos sem semelhança." (DELEUZE; GUATTARI, 1996, p. 35, grifo dos autores). Deleuze e Guattari (1996) relacionam rapidamente o rosto de que falam ao *close-up* cinematográfico. Apontam que esse tipo de plano mostra tanto rosto humano, inteiro ou em parte, quanto coisas como uma faca, uma xícara, um relógio, uma chaleira.

De acordo com Deleuze e Guattari (1996), o rosto tem duas funções: *biunivocização* e *binarização*. Elas correspondem a dois modos de operar da *máquina abstrata*: *por unidades e elementos* e *por escolhas*. Para a primeira função, a máquina utiliza unidades e elementos na criação de um rosto que tenha correlação biunívoca com outro. Segue a regra *um x ou um y*. Trata-se, por exemplo, de um homem ou de uma mulher. Aqui, o rosto é atribuído a algo ou a alguém. E, para a segunda, diante de um rosto concreto, realiza escolhas segundo determinado padrão, segundo determinadas unidades e elementos. O princípio é binário. Concede *sim ou não* ao rosto. Trata-se, por exemplo, de um travesti? A resposta será afirmativa ou negativa. E então o rosto será aceito ou não. O que se tem aí como resultado e síntese é a *individuação*. A individuação é necessária para exercer, administrar e organizar poder. São os *agenciamentos de poder* que disparam a produção de rosto. (DELEUZE; GUATTARI, 1996).

[...] não há significância sem um agenciamento despótico, não há subjetivação sem um agenciamento autoritário, não há mixagem dos dois sem agenciamentos de poder que agem precisamente por significantes, e se exercem sobre almas ou sujeitos. Ora, são esses agenciamentos de poder, essas formações despóticas ou autoritárias, que dão à nova semiótica os meios de seu imperialismo, isto é, ao mesmo tempo os meios de esmagar os outros e de se proteger de qualquer ameaça vinda de fora. [...]. (DELEUZE; GUATTARI, 1996, p. 49).

Aqui, percebe-se a conexão do poder despótico e autoritário com a significância e a subjetivação. Essas últimas são também chamadas pelos autores de *semiótica*. Por isso, todo esse processo instauraria uma *nova semiótica*. A *máquina abstrata de rostidade* produz rosto,

mas também produz *expressão*. Ela tem as duas semióticas - de significância e subjetivação - como matérias-primas, por assim dizer. Como a citação anterior indica, com a *individuação*, é possível identificar desvios de padrão, potenciais ameaças. De um lado, há produção de rosto; e de outro, aceitação ou rejeição desse rosto. Na operação da máquina, abrangendo ambos os lados, sempre está o poder. "[...] O rosto é uma política." (DELEUZE; GUATTARI, 1996, p. 50). Por isso, de acordo com os autores, o destino do homem seria o de escapar do rosto ou o de desfazê-lo. "[...] o rosto tem um grande porvir, com a condição de ser destruído, desfeito. A caminho do assignificante, do assubjetivo." (DELEUZE; GUATTARI, 1996, p. 36). Se não atentar para isso, o homem ficará preso a esse domínio, a esse controle, a um rosto imposto.

Pensando aqui no processo de rostidade e como ele moldura a ethicidade sem-rosto, poderemos perceber nas imagens em questão sua biunivocização e binarização, suas maneiras de produzir significância e subjetivação e quais os possíveis rastros de escapar do rosto e desfazê-lo na montagem de diversos elementos sonoros e visuais que, muitas vezes, se reforçam e outras se tensionam.

4.2.3 Visus

No entendimento de Canevacci (2009), na era da comunicação visual, a linguagem do corpo é a do rosto. Isso porque o rosto representa o corpo como um concentrado que exprime emoções, sensações e sentimentos através da pele, dos músculos, dos nervos. Para o autor, na verdade, o rosto é a própria comunicação visual. A televisão, por exemplo, é constituída de *cabeças cortadas e falantes* - segundo denominação de Canevacci (2009) para rostos exibidos em primeiros planos. Elas podem comunicar algo ao telespectador ou interagir umas com as outras em diálogo para além de expressar o que sentem. Por serem o foco de atenção, a TV se preocupa com os seus detalhes - com o que evidenciam, com a maquiagem e o penteado.

As paixões elementares do rosto, como o amor e ódio, tornam-se compreensíveis pelo telespectador porque a construção de seus sentidos - a significação e a codificação realizadas pelo emissor - é determinada culturalmente. (CANEVACCI, 2009). Isso significa dizer que podem variar de acordo com a cultura. Mas, como o autor salienta, existe uma tendência de o rosto ser cada vez mais *glocal* - global e local - resultado de uma mistura cultural. Logo, seria mais facilmente compreensível por qualquer indivíduo, independentemente de sua origem, pensando na mesma direção que Deleuze quando falava da imagem-afecção abstraída de todo tempo e espaço.

Mas esse seria um dos aspectos da mudança pela qual o rosto teria passado - e ainda passa. "[...] O rosto é, pois, um extraordinário índice do processo de mutação da comunicação visual." (CANEVACCI, 2009, p. 130). No capítulo *Cabeças cortadas*, do livro *Comunicação Visual*, Massimo Canevacci relaciona o primeiro plano às máscaras, aborda a mudança desse tipo de enquadramento desde a sua invenção cinematográfica até a sua apropriação nas séries de TV e define *visus* para o primeiro plano televisivo. O autor salienta em sua abordagem que o *visus* é mutável e surge do cruzamento de três forças: as paixões elementares, as tecnologias visuais e os valores culturais. (CANEVACCI, 2009).

Contudo, antes de caracterizar o *visus*, primeiro, é preciso considerar a máscara como uma das representações mais antigas da face humana. Canevacci (2009) fala de dois modelos: 1) as máscaras que tem como base a caveira; e 2) as máscaras funerárias.

As primeiras são representadas pela máscara-mosaico de Mixtec (figura 14) e pelos reconditórios das igrejas de Gutenzell e Weyarn, na Bavieira. A máscara-mosaico em questão é revestida de pedaços de pedra turquesa e tem os olhos representados com madrepérolas e os dentes, com conchas. Os reconditórios são cofres que guardavam as caveiras e os esqueletos de supostos santos, os quais eram enfeitados com pedras preciosas, joias e ornamentos de metais valiosos. Nesses exemplos, a caveira é relíquia - o que resiste do corpo após a morte transformado em máscara. Canevacci (2009, p. 137) diz que "A máscara é uma cortina que se abre sobre a caveira". Ela possui natureza intrigante - dupla e ambivalente. É como a rosa que floresce ao mesmo tempo em que murcha. Mostra e esconde, mostra escondendo e esconde mostrando. (CANEVACCI, 2009). Em síntese, dito de outro modo, o cadáver passava pela decomposição e disso perdurava uma caveira. Nela, por sua vez, aplicavam-se enfeites que a evidenciavam e a escondiam ao mesmo tempo. Esse processo peculiar de mascarar marca transição do caduco ao eterno.

As máscaras funerárias, o segundo modelo citado pelo autor, são representadas pelas máscaras dos reis de Micenas, na Grécia, como a de Agamenon (figura 15). Elas são réplicas em ouro do rosto de um falecido. A diferença em relação às anteriormente mencionadas é que a sua base ainda não havia se transformado em caveira quando foram produzidas. Por isso, evidenciam uma imagem fixa do processo em que o corpo já morto se encaminhava para a decomposição. O objetivo era impedir que a imagem do rosto se desfizesse. Assim, ela se tornaria não apenas eterna, mas imutável, indestrutível, imortal. Nesse exemplo, a máscara representa e substitui a carne. "[...] A máscara é assimilada pela rigidez do cadáver para emancipá-lo da 'mobilidade' do tempo." (CANEVACCI, 2009, p. 139). Esse processo marca imobilidade de transição.

Figura 14 – Máscara-mosaico de Mixtec



Fonte: The British Museum (2017).

Figura 15 – Máscara funerária do rei de Micenas



Fonte: Máscara... (2013).

Algumas características dessas máscaras, de certa forma, tendem a retornar atualizadas nos primeiros planos cinematográfico e televisivo. O cinema reinventou a representação facial das máscaras com o primeiro plano. E a televisão modificou a natureza do primeiro plano ao se apropriar dele constantemente em suas séries e outros programas. As especificidades mais significativas dessa modificação, segundo Canevacci (2009), são: a alternância de *cabeças cortadas e falantes* em sequências de interação entre um ator e outro; o aumento no tempo de exposição dos rostos; a fixidez dos rostos de alguns atores que, assim, pretendem alcançar a

máxima expressividade; o estupor como meio de expressão das paixões elementares. Sendo assim, Canevacci (2009, p. 143, grifo do autor), denominou *visus* o primeiro plano televisivo.

[...] Essa palavra, oriunda do latim, expressa bem aquela ambiguidade própria do contexto moderno: *visus*, com efeito, como particípio passado, é "aquilo que se vê", e como substantivo é exatamente "o rosto". Portanto, no primeiro plano televisivo, realiza-se a fusão do que é visível com o rosto e vice-versa, o rosto torna-se a totalidade do que se vê. *Visus* é o "visual" do primeiro plano que, por um lado, se dilata apenas para o rosto do ator e, por outro, restringe todo o campo visível ao próprio rosto. Dilatação e encolhimento são "síncronos" ao novo visual e ecologicamente "inatos" ao *visus*. O panorama "é" o rosto e o *visus* torna-se um ambiente panoramático, a paisagem por excelência da comunicação visual que, graças a ela, transfigura-se em máscara da modernidade na qual revivem, modificados, alguns dos valores sagrados do passado. [...].

Conforme o autor, alguns desses valores são *eternidade* e *imobilidade*. Ele os explica com o contraste de dois tipos de *visus*, um do cinema e outro da TV. O *visus* de Greta Garbo é *eterno, divino, imortal*. Considerada a mulher mais bela, a atriz sofreu com o envelhecimento e se afastou das produções cinematográficas. Dessa forma, imobilizou a imagem de seu rosto ainda belo nos filmes. Com o seu afastamento do cinema, do público e da imprensa, Garbo se tornou um *mistério invisível*. O *visus* de Joan Collins, por sua vez, é *eterno, imóvel, imutável, indestrutível*. A atriz de séries de TV parece sempre idêntica a si mesma. Diferente de Garbo, ela mantém a visibilidade com o avançar dos anos. A idade dela não é escondida, e o público desconfia que Joan já fez cirurgia plástica, cirurgia que a atriz nega ter feito. Enquanto *visus*, é estupefata, imóvel em expressividade. Hoje, atores e atrizes de TV constroem os seus *visus* através destas cirurgias assumidas abertamente. Canevacci fala também do *visus* da *performer* francesa Orlan. O *visus* dela é máscara de pixel e multiplicidade de eus. Na série *Self-hybridisation*, de 1998, com a técnica digital *morphing*, incorporou múltiplas identidades de diferentes culturas. Para Canevacci (2009), a arte de Orlan é arte de múltiplos *visus*, uma vez que ela hibridiza o seu *visus* com outros *visus*.

Uma questão que o autor me suscita é pensar como essas cabeças cortadas e falantes se atualizam nos sem-rosto, inclusive pensados no contexto de como as mesmas emissoras tendem a construir outras *personas* e rostos televisivos. Os sem-rosto são ora da ordem da caveira e sua ambivalência que adquire existência televisiva e murcha no mesmo instante? Eles são da ordem das máscaras dos reis que paralisam os efeitos do tempo? Eles apresentam características performáticas, dando a ver sua natureza e suas possibilidades digitais? Serão questões a ser melhor observadas mais adiante.

Figura 16 – Visus Greta Garbo, Joan Collins e Orlan



Fonte: Elaborada pela autora.

4.3 ROSTICIDADE

Inspirado nos autores tratados aqui, entre outros, Gomes (2016) conceitua *Rosticidade* como uma qualidade comunicacional virtual que se atualiza em imagens técnicas de rosto ou de algo tratado como rosto. Para conceituar, considera as perspectivas de *Audiovisualidades* e *Tecnocultura* - do grupo de pesquisa do qual é integrante (e no qual também se insere esta pesquisa) - e as proposições de *Rosto* de diferentes autores.

As referências de *Rosto* são Béla Balázs, Massimo Canevacci e Gilles Deleuze e Félix Guattari. Balázs é convocado por suas observações sobre o *close up* cinematográfico - as suas capacidades de revelar o que é imperceptível aos olhos em primeiro momento, de evidenciar a expressividade dos detalhes e de mostrar a face dos objetos. Canevacci, por sua definição de *visus* para o primeiro plano televisivo. E Deleuze e Guattari, por sua vez, pelo o que propõem ser a *máquina abstrata de rostidade*, que determina um padrão de rosto ideal, seja ele humano ou não. Com esses autores e com Suzana Kilpp, Gomes (2016) vê o rosto enquanto *ethicidade televisiva*. Isto significa dizer que a TV produz um construto, a ser entendido como rosto, por meio de molduras e moldurações, segundo um imaginário comum ao emissor e ao receptor.

A partir desse entendimento, o autor defende que algo dura nos construtos de rosto da TV, a *Rosticidade*. Ele a relaciona com a perspectiva das *Audiovisualidades* no sentido de que estimula a perceber uma virtualidade que se atualiza em imagens de diferentes meios. Assim, a *Rosticidade* tem potencial de se atualizar para além da TV. Mas, a cada atualização, tenderá a se diferenciar de si. O modo como tecnicamente o rosto é construído para ser reconhecido é baseado no que Gomes (2016) chama de *imaginário tecnocultural*. Para além do imaginário já implicado nas *ethicidades televisivas*, o autor aproxima as noções de *imaginário social* e de *imaginário tecnológico* à perspectiva da *Tecnocultura*. A primeira noção, a partir dos autores

Cornélius Castoriadis, Arjun Appadurai e Charles Taylor, aponta para os *sentidos identitários coletivos*. A segunda, a partir de Patrice Flichy, para o *entendimento comum do uso que se faz das tecnologias*. Em sua proposta, Gomes (2016, p. 2) explica que denomina "[...] 'imaginário tecnocultural', visto ser a tecnocultura, simultaneamente, matéria-prima, processo e produto dos sentidos identitários coletivos na contemporaneidade".

Com a metodologia das molduras de Suzana Kilpp, Gomes (2016) adentra as imagens técnicas da TV para mostrar como os telejornais Estúdio i e SBT Brasil possuem uma "cara" bem particular e distinta uma da outra. A demonstração não é feita com a imagem de um rosto humano, mas de algo tomado como rosto. "[...] nossa proposta é que nesta comunicação, mais uma vez, o trabalho da máquina abstrata atua sobre o universo televisual através de contornos rosticizantes que lhe são próprios." (GOMES, 2016, p. 10). O autor destaca, na sua análise, os cenários, as bancadas, os apresentadores, os movimentos de câmera, os ângulos de tomada, a composição das imagens, as legendas e as logomarcas. São aspectos que indicam *Rosticidade*, com as suas especificidades, nesses programas. Gomes (2016) diz que: a) Estúdio i remete ao modelo de telejornal do canal norte-americano CNN, apresenta-se despojado e informal e tem a figura de Maria Beltrão como elemento principal da constituição da "cara" desse programa; e b) SBT Brasil segue o modelo de Jornal Nacional (Rede Globo), constrói-se como sério e confiável e traz à lembrança a figura de Silvio Santos, rosto do dono da emissora que parece sempre estar pairando em todos os programas do SBT. Em síntese, como retoma nas *Proposições Finais* do artigo,

[...] a rosticidade da televisão se atualiza como cara do SBT Brasil ou a cara do Estúdio i através das ethicidades discutidas, quando concretiza sua fisionomia em conjuntos de materialidades que, produzidas e mediadas tecnicamente, são capazes de nos despertar perceptos e afectos compartilhados em imaginários tecnoculturais. (GOMES, 2016, p. 14).

Este conceito é muito importante para mim, porque vou pensar o sem-rosto como uma atualização do rosto televisivo, isto é, como uma rosticidade. O que me leva a afirmar claramente, embora venha sugerindo isso o tempo inteiro, que o sem-rosto não está em um recurso específico, em um momento fragmentado da imagem que corresponderia àquilo que entendemos por rosto. O sem-rosto televisivo está construído por um conjunto de molduras e moldurações sobrepostas em um tempo específico de televisão.

5 O SEM-ROSTO NA TV ABERTA BRASILEIRA

Diversos autores produziram ampla literatura sobre a televisão no Brasil e, particularmente, sobre as emissoras que são objeto de pesquisa desta dissertação, SBT e Rede Globo. Longe de contar, aqui, novamente, a história (ou as histórias!) da TV brasileira, a qual pode ser lida em Mattos (2000), Brandão (2010), Daniel Filho (2003), Leal (1986), Mira (1995), entre outros, trarei algumas questões que ajudam a alcançar o objetivo desta pesquisa e que oferecem pistas de como a TV no Brasil se tornou a eticidade conhecida atualmente.

Mattos (2000) destaca o início da TV no país, quando o aparelho de televisão era um artigo de luxo que poucas pessoas tinham nas suas casas. Ele lembra a primeira transmissão de TV da América do Sul, do Brasil e da emissora TV Tupi em 1950, a falta de televisores em São Paulo, o estado no qual a TV Tupi foi instalada, e o "contrabando" de 200 televisores dos Estados Unidos a São Paulo a pedido de Assis Chateaubriand para que a primeira transmissão da TV Tupi pudesse ser assistida pelas pessoas. Esses televisores "contrabandeados", dispostos em lugares públicos, exibiram uma transmissão com problemas técnicos, uma característica, aliás, da tecnologia dos primeiros anos da TV no Brasil. O autor destaca também a falta de recursos e profissionais nos primeiros anos e as improvisações no tempo ao vivo, único tempo televisivo até a introdução do videoteipe em 1960. O número de aparelhos televisores passou de 200 a 7 mil nos fins de 1951 em São Paulo e no Rio de Janeiro, as cidades nas quais a TV Tupi estava instalada. A TV não tinha muito alcance naquela época, e o custo dos televisores chegava próximo ao de um carro. É possível ver o crescimento no número de aparelhos com o passar dos anos, já que eles foram ficando mais acessíveis. A audiência também era pequena nos inícios da TV no país pelas razões já mencionadas: pelo preço do aparelho e pelo alcance das transmissões. Mas o crescimento da audiência foi rápido. O número de emissoras de TV foi para 10 no final da década de 1950. (MATTOS, 2000). Mattos (2000) destaca como, entre 1964 e 1975, aumentaram a produção de aparelhos televisores e a compra desses aparelhos por uma política de crédito do governo para este fim.

A programação nos inícios da TV era construída de forma irregular. Mattos (2000) fala da primeira telenovela, *Sua vida me pertence*, no ar entre 1951 e 1952. Essa telenovela tinha dois capítulos semanais. Tudo era muito bem ensaiado para dar certo na hora. Mas ainda assim, como lembra Brandão (2010), a TV dos inícios era uma verdadeira caixa de surpresas para os telespectadores, e as pessoas envolvidas na produção foram aprendendo a fazer TV na base da tentativa e erro.

Já Leal (1986) percebe o lugar que a televisão e o aparelho de TV vão ocupando entre os brasileiros. Na sua pesquisa, a autora destaca como esse aparelho ocupa nos lares um lugar nobre na sala ou em algum canto ou quarto da casa. Muitas vezes, já na década de 1980, a TV estava presente em mais de um espaço na casa e não era tratada como os outros eletrônicos na sua funcionalidade. Ela era enfeitada com objetos decorativos, bibelôs e crochês, entre outros cuidados que refletiam uma relação entre os brasileiros e esse aparelho. Quando nós falamos, então, em TV aberta, nós não estamos falando exclusivamente do sistema de transmissão e recepção de sinal de televisão. Nós estamos falando de uma ethicidade construída na cultura brasileira que, ao mesmo tempo, se reinventa técnica e culturalmente e, assim, reinventa a própria cultura brasileira: tanto dentro das telas, quanto nas relações que estabelece com os brasileiros.

Daniel Filho (2003) lembra como a maioria dos profissionais de TV veio do rádio, do teatro, do teatro de revista e do circo, o que já mostra uma televisão como espaço de múltiplas temporalidades e linguagens. Esses profissionais faziam um pouco de tudo na TV e foram aprendendo como fazer TV com experimentação, criatividade, ao vivo, precariedade e falta de recursos, criando estratégias para lidar com dificuldades. Com o tempo, uma série de práticas televisivas foi se instaurando, principalmente as que Kilpp (2003) chama de molduras sólidas, como a grade de programação e certo gênero, que ela chama de gênero televisivo, que mistura o ficcional e o documental - e, poderia acrescentar aqui, a partir de Machado (2000), que há também uma mistura do “ao vivo” e do gravado. O gravado que tenta imitar a espontaneidade do ao vivo, e o ao vivo que tenta, ao máximo, certa perfeição na edição do gravado.

Ao abordar as emissoras de TV SBT e Rede Globo e ao dissecar os seus sem-rostos, quando for necessário, irei retomar alguns aspectos históricos e alguns aspectos da linguagem televisiva. Compreender esses inícios da TV nos mostra, então, uma ethicidade, a televisão, a qual se constrói com sentidos específicos no Brasil. Principalmente a partir da instauração da grade de programação e das expansões dos números de emissoras, aparelhos e sinais, instaura-se uma relação de hábito com a TV. Ela se torna parte dos nossos lares e das nossas famílias. No dia a dia, as mesmas *personas*, personagens, *promos* e programas entram nas nossas casas; e, assim, cria-se a TV aberta, a qual, em 2016, continuava sendo considerada, para 63% dos brasileiros, o principal meio de comunicação, segundo a *Pesquisa Brasileira de Mídia 2016: Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira*. (BRASIL, 2016). Em segundo lugar, apontada por 26% dos entrevistados, aparecia a internet.

5.1 O SEM-ROSTO NO SBT

O SBT é uma emissora de TV e uma ethicidade que recicla fortes sentidos dos inícios da televisão. Conforme constatou Montañó (2007), a emissora se constrói com fortes sentidos de jogo que passam muito pela programação e pelos programas de jogo. Mira (1995) aponta o programa *O céu é o limite* como o marco inaugural dos programas de jogo. Todas as sextas-feiras, na TV Tupi, o programa alcançava um índice de audiência de 92%. O sucesso se devia aos milhões em prêmios que o programa prometia distribuir “sem limites”. Mas, junto com esse jogo, a TV Tupi desenvolvia outro “jogo”, o propriamente televisivo, como o sistema de movimentação das câmeras e os *jingles*. Silva (2000) reconhece como Silvio Santos foi um dos primeiros a perceber o potencial televisivo desse tipo de programa. O autor relata como a TV Paulista ficava fechada aos domingos e abria só na parte da tarde para transmitir futebol. O dono da emissora, Victor Costa, acertou com Silvio Santos a apresentação de um programa do meio-dia até às duas horas da tarde. Eles fecharam, assim, um contrato pelo programa com o suporte publicitário do Baú da Felicidade, empresa de Silvio Santos que existia há três anos e vendia brinquedos, louças e utilidades domésticas à prestação em carnê. Nascia, assim, em 1962, o *Programa Silvio Santos* com quadros como *Cuidado com a Buzina*, *Só Compra Quem Tem*, *Pergunte e Dance*, *Partida de 100* e *Rainha por um Dia*. (SILVA, 2000).

O *Programa Silvio Santos*, então, pode ser pensado como o SBT antes do SBT, já que ele foi a semente de uma emissora que se construiu em cima dessa experiência da TV Paulista de 1962 e só passou a ter uma rede nacional e uma “casa” própria. Embora a emissora tenha passado por algumas mudanças técnicas e estéticas desde a sua criação, a qual aconteceu em 19 de agosto de 1981, o jogo nos programas, a centralidade da *persona* Silvio Santos, a personalização de apresentadores, a construção dos espaços palco e plateia e a relação com outras empresas do Grupo Silvio Santos constituem o rosto do SBT. Oportunamente, ver-se-á outros aspectos específicos desse rosto.

O SBT é a segunda maior emissora de TV do Brasil e tem atualmente uma rede de 114 emissoras próprias e afiliadas. Com isso, obtém abrangência nacional e cobertura nacional de 97%. (SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO, 2018a; SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO, 2018b). As emissoras de sua rede são molduras importantes para dar os sentidos que construiu para si ao longo dos anos. Apesar de o SBT contar com o SBT RS, a emissora própria do SBT no Rio Grande do Sul, estado em que resido, pelo canal 9 do SKY Livre, não recebo a programação local, mas, sim, a programação de São Paulo, a qual é referência para todo o país, mais uma moldura que ressignifica alguns sentidos territoriais e de

brasilidade. A programação de São Paulo é referência porque, neste estado, o SBT tem a sua matriz e, desde aí, transmite os programas nacionais. Então, na TV da minha casa, o canal 9 é um território ocupado pelo SBT SP¹ - ainda que o sistema SKY Livre² o identifique apenas como SBT. (SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO, 2018c). Lembremos, conforme Kilpp (2003), que a moldura canal não é uma propriedade das emissoras, mas, sim, uma concessão pública, embora tenda a ser significada como propriedade delas.

Na TV aberta do Rio Grande do Sul, durante muitos anos, o SBT esteve associado ao canal 5, e, muitas vezes, esse número é quase usado como um sinônimo. Com a proliferação de TVs por assinatura, a multiplicação de sistemas por assinatura e os modos como interferem na exibição do canal de TV aberta, isso foi mudando um pouco.

5.1.1 O Rosto Do SBT

Retomando algumas molduras importantes que dão sentidos a uma emissora de TV e que Kilpp (2003) chama de molduras sólidas, a logomarca e os promos. A moldura logomarca é a assinatura de uma emissora, a qual é sobreposta aos panoramas e exibida no canto inferior direito das imagens durante os programas. Ela indica que o canal, as imagens, os conteúdos e os programas são de determinada emissora. Essa marca identitária tem a sua expressão mais intensa na moldura promo, uma sequência curta de frames com certa autonomia que costuma ser exibida nos intervalos comerciais. Dentre os tipos de promo, as chamadas da emissora e as suas vinhetas. Essas contêm, geralmente, além da logomarca, uma voz off que diz um slogan. (KILPP, 2003). A logomarca, as chamadas da emissora e as suas vinhetas são ethicidades que evidenciam os sentidos identitários do SBT. Nos promos, nas chamadas e nas suas vinhetas, especificamente, o SBT constrói sentidos identitários para si próprio de forma mais intensa. E, neles, reivindica a voz off, a qual comentei, no capítulo 3, a partir de Canevacci (2009), como sendo um recurso usado para um público considerado de baixa alfabetização audiovisual e a qual destaco, aqui, como sendo uma moldura muito presente não só nos promos do SBT, mas em toda a programação da emissora.

Na primeira cartografia, essas unidades televisivas autônomas não foram selecionadas, uma vez que eu estava atrás das imagens de sem-rostos. Contudo, as imagens dessa cartografia suscitaram a necessidade de pensar mais nos sentidos identitários da emissora como um todo,

¹ O site do SBT disponibiliza para consulta as grades de programação das emissoras SBT SP, SBT Brasília, SBT Rio e SBT RS. Nele, então, é possível constatar que a programação que recebo corresponde à grade do SBT SP.

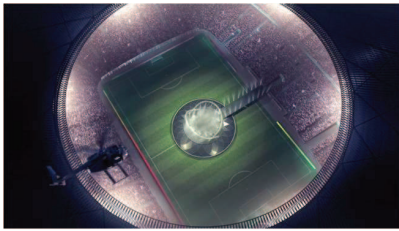
² Refiro-me ao box de informação do canal que aparece automaticamente com a troca de canais ou manualmente com o botão *info* do controle remoto.

no rosto dela, uma vez que o sem-rosto é uma atualização do rosto e, particularmente, do rosto de uma emissora.

A dissecação de uma vinheta da emissora me permitirá ver alguns sentidos identitários construídos pelo SBT, o seu rosto. Esta cartografia do SBT pretende ir observando as imagens desde as relações teórico-metodológicas apontadas até aqui. A vinheta a ser dissecada a partir de agora teve o título *SBT, A TV que tem torcida* e foi ao ar na emissora em 2016 e em 2017³. (SBT ONLINE, 2016b). Essa vinheta chama a atenção também pela presença de rostos.

³ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=4ZY8hYCOD38>>.

Figura 17 – Sequência de frames do promo *SBT, A TV que tem torcida*



01



02



03



04



05



06



07



08



09



10



11



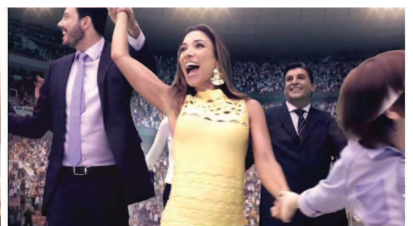
12



13



14



15



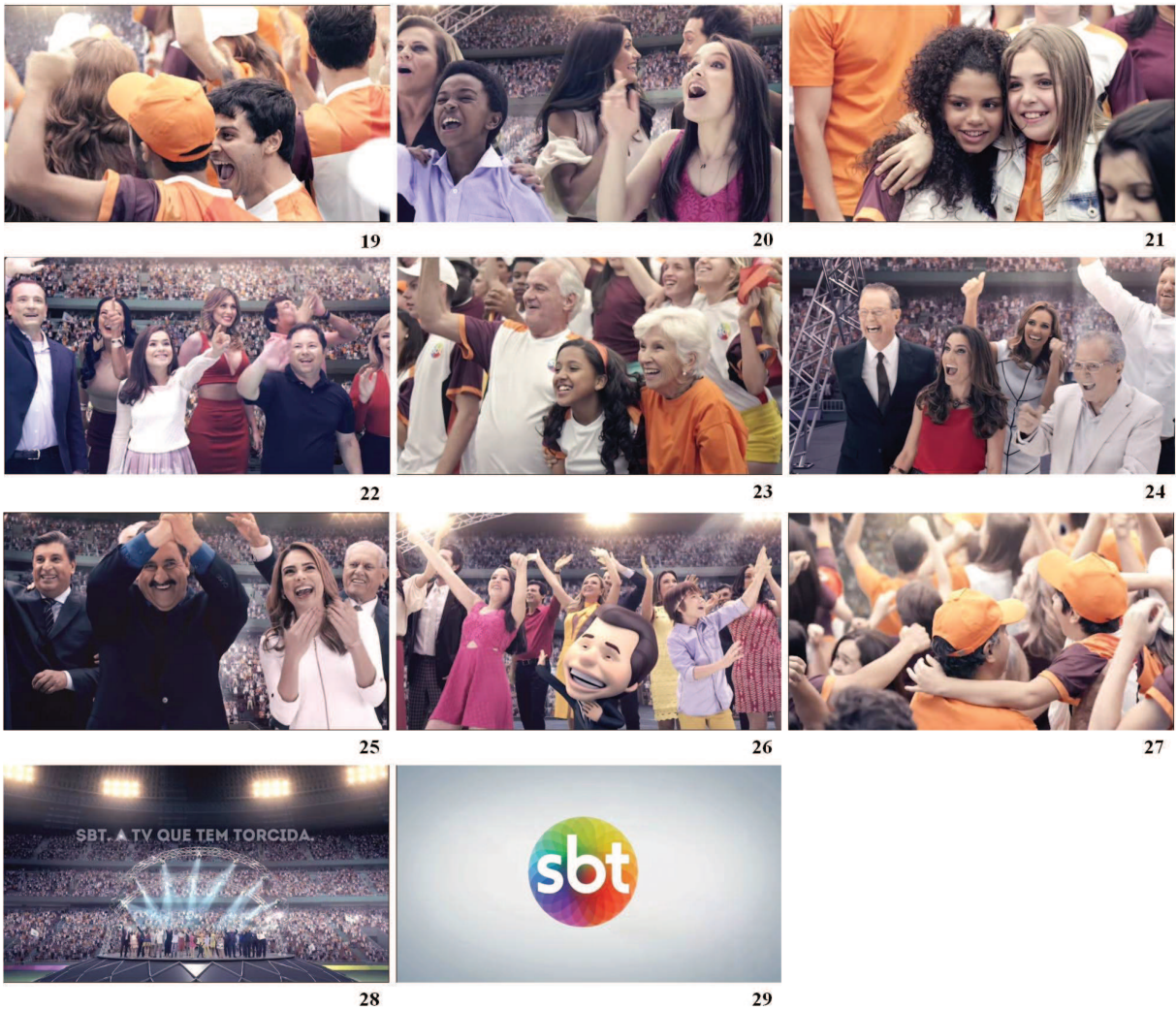
16



17



18



Fonte: Elaborada pela autora, com base em SBT Online (2016b).

Retomando o que disse anteriormente sobre a dissecação de imagens (KILPP, 2010), a TV se caracteriza pela imagem-duração, isto é, por uma montagem temporal do tempo em que uma imagem se esvai para aparecer a seguinte. A desmontagem de um tempo de TV – de uma sequência de imagens televisivas – em seus frames, o destaque e a distribuição espacial desses frames e a dissecação deles desconstruem a experiência do espectador e das imagens. Operei, então, aqui, uma montagem espacial dos frames desse promo, e, em um primeiro olhar, veem-se imagens povoadas de rostos. Rostos em primeiros planos e em planos médios e gerais, mas, claramente, há rostos no centro dessa construção.

A vinheta *SBT, A TV que tem torcida* tem 46 segundos de duração. Nela, do início ao fim, ouve-se uma trilha, um fundo musical instrumental, e, no fim, uma voz off que enuncia o slogan *SBT, A TV que tem torcida*. A trilha é usada pelo canal de TV por assinatura SporTV para o momento da entrega de medalhas aos atletas vitoriosos, e a primeira vez que esse canal a utilizou foi nas transmissões dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos de Verão 2004, de Atenas,

Grécia. (THIAGO ROCHA, 2012). No promo do SBT, essa trilha reforça os sentidos dados de torcida/esporte/competição/vitória.

O promo começa com a imagem e o som de um helicóptero sobrevoando um estádio de futebol (frame 01, figura 17). Essa imagem é um plano em ângulo alto, isto é, um plano em perspectiva de cima para baixo; portanto, essa imagem é de vista aérea. Com frequência, esse enquadramento é usado nas transmissões televisivas de grandes jogos, principalmente, dos da Copa do Mundo. Sentidos de grande acontecimento e acontecimento/jogo estão sendo dados à emissora. De acordo com Mercado (2011), esse é um *plano de ambientação*. Ele dimensiona e situa o local em que acontecerá uma ação. E, de fato, adiante, todas as ações deste promo acontecem nesse estádio. A cobertura parcial do estádio – só sobre as arquibancadas – permite ver o que se passa lá em baixo. Todos os assentos estão ocupados. O campo e a estrutura com palco e passarela da área central estão vazios. E os holofotes do estádio e da estrutura da área central estão todos ligados. Esse ambiente lembra um evento não esportivo, um show, aqueles grandes shows que acontecem em grandes estádios. A primeira imagem deste promo, então, sugere um grande evento noturno, prestes a começar, pelo qual as pessoas nas arquibancadas estão aguardando.

O futebol é considerado uma paixão nacional no Brasil. O país tem a seleção com mais títulos da Copa do Mundo (cinco, conquistados em 1958, 1962, 1970, 1994 e 2002); o maior jogador de todos os tempos, Pelé, o Rei do Futebol; o maior número de prêmios de melhor jogador do mundo (oito, conquistados por Romário em 1994, Ronaldo em 1996, 1997 e 2002, Rivaldo em 1999, Ronaldinho Gaúcho em 2004 e 2005, e Kaká em 2007) e de melhor jogadora do mundo (quatro, todos conquistados por Marta entre 2006 e 2009); e muitos praticantes (profissionais e amadores, de ambos os sexos, de todas as idades e classes sociais), times (também profissionais e amadores, grandes e pequenos) e torcedores (também de ambos os sexos, de todas as idades e classes sociais). (COPA..., 2018; MELHOR..., 2018; PELÉ, 2018). Há um imaginário comum que relaciona sentidos de brasilidade, futebol e vitória, além de histórias de sucesso de jogadores brasileiros que, muitas vezes, saíram de ambientes muito pobres para se tornarem ricos e famosos no mundo. O Brasil também é considerado o país do futebol, apesar de o esporte não ter nascido aqui, e sim na Inglaterra. (FUTEBOL, 2018; FUTEBOL..., 2018). Por isso e muito mais, a moldura futebol é o jogo mais associado a sentidos identitários de brasilidade.

Identitariamente, o SBT não é muito associado ao jogo de futebol, e sim a outro tipo de jogo, aos jogos de azar, aos jogos que oferecem prêmios aos jogadores. No passado, o SBT até transmitiu jogos de futebol de competições como a Copa do Mundo (em 1986, em parceria

com a TV Record, 1990, 1994 e 1998), a Copa do Brasil (em 1995, 1996, 1997 e 1998) e o Campeonato Paulista (em 2003). (MORGADO, 2008; SIMON, 2014). Mas, como esse breve histórico de transmissão revela, o jogo de futebol é um tipo de jogo que teve pouca consistência na emissora. Principalmente, se for comparado aos jogos que de fato constroem os sentidos identitários mais fortes da emissora, os jogos de azar. Em sua pesquisa, Montañó (2007) percebeu o SBT muito ligado aos sentidos identitários de jogo e com uma estética de jogos de azar de cores e luzes berrantes, daqueles jogos mediados por um grande padrinho, Silvio Santos, que promete realizar grandes sonhos, principalmente, o sonho de tornar ricas as pessoas com baixo poder aquisitivo. Conforme a pesquisa da autora, no SBT, o imaginário de jogos de azar está nos programas, nos quadros de programa, nas estéticas dos cenários de programa, nos comerciais, enfim, em um conjunto de molduras que atravessa toda a programação e os imaginários que cercam a emissora.

Sendo assim, ao trazer a moldura futebol neste promo, o SBT parece demonstrar que está passando por uma mudança identitária e estética e operando uma transição no imaginário de jogo da emissora. O jogo permanece no SBT, mas é uma tendência recente reivindicar essa moldura e esse tipo de jogo (menos das classes populares, como eram construídos os jogos de azar na emissora, e mais de todas as classes sociais) para construir a identidade do SBT, até porque, técnica e esteticamente, este promo parece se construir de forma mais *clean* que os estudados por Montañó (2007). Neste promo, já não se trata do jogo como jogos de perguntas e respostas, de roleta ou de sorte, mas do jogo como jogos de competição, onde o que move o jogo não é a sorte ou o azar, mas a competência de cada time para ganhar a partida, o esforço. Sendo assim, este promo parece operar uma transição no imaginário de jogo do SBT – do imaginário de jogos de azar do SBT como a TV que faz dos pobres pessoas milionárias para o imaginário que, em pé de igualdade, parte para competir. Esse imaginário de jogo de futebol como competição será retomado mais adiante, quando o slogan *SBT, A TV que tem torcida* for abordado. Aos poucos, ao longo deste texto, a transição de identidade, que se dá pela moldura futebol e, principalmente, como será explicitado, pela estética das imagens e pela construção dos planos, também será retomada.

Agora, as cores e a estética e a transição estética das imagens do SBT. Não há mais a predominância das cores quentes, dos amarelos, vermelhos e laranjas, como era bem comum na emissora há algum tempo, mas do azul, a cor mais utilizada para moldurar a Rede Globo, o que traz sentidos identitários diferentes para o SBT. Conforme Montañó (2007), a cor azul equilibra emocional e racional e enuncia sentidos de seriedade – diferentes dos sentidos de festa e alegria dos amarelos, vermelhos e laranjas. Na figura 18, é possível ver como as cores

predominantes dos programas da *persona* Silvio Santos mudaram em 10 anos. No *Topa Tudo Por Dinheiro* e nos seus quadros, nos dois exemplos da figura 18, a *Brincadeira do Balde* e a *Brincadeira da Esteira*, dentre outras, notam-se o amarelo e o vermelho, vibrantes. (CANAL TEMPESTADE NOTURNA, 2017). No *Programa Silvio Santos* (este é inspirado no anterior, *Topa Tudo Por Dinheiro*) e nos seus quadros, no exemplo da figura 18, o *Jogo dos Pontinhos*, o azul com as cores rosadas e arroxeadas – misturas do azul com o vermelho. (PROGRAMA SILVIO SANTOS, 2017a). As cores resultantes dessas misturas indicam a transição estética. Na figura 19, percebe-se ainda mais a transição de que estou falando. Nela, veem-se os frames de diferentes programas do SBT dos anos 2000, os quais foram vistos por Montañó (2007) e, justamente, selecionados por ela para apontar a estética e as cores do SBT daquela época.

Figura 18 – As cores no *Topa Tudo Por Dinheiro* em 1997 e no *Programa Silvio Santos* em 2017



Topa Tudo Por Dinheiro (20 de abril de 1997)
Brincadeira do Balde



Topa Tudo Por Dinheiro (20 de abril de 1997)
Brincadeira da Esteira



Programa Silvio Santos (23 de abril de 2017)
Jogo dos Pontinhos

Fonte: Elaborada pela autora.

Figura 19 – As cores em diferentes programas do SBT nos anos 2000



Fonte: Montaño (2007, f. 111).

Na sequência do promo *SBT, A TV que tem torcida*, aparecem quatro *personas* do SBT (frames 02 a 04, figura 17). Assim como jogo, *personas* é uma moldura essencial para a construção da identidade do SBT e da TV em geral. Ela é muito forte no SBT. As *personas* do SBT e os seus rostos e os seus nomes molduram a emissora e os seus programas. Na história da emissora, dentre todas as *personas*, a maior e mais importante é a *persona* Silvio Santos, o dono do SBT. Ela tem poderes sobre a emissora, a programação e as demais *personas* e pode mudar o que bem quiser quando achar mais conveniente. A *persona* Silvio Santos será melhor abordada mais adiante por ser uma das molduras mais sólidas do SBT, mas já é possível dizer, a partir dos frames da figura 17, que o lugar que ela ocupa na tela é central em relação a todas as outras *personas* da emissora. Voltando à vinheta, agora é a hora de falar sobre as *personas* do SBT Matheus Ueta, Carlos Alberto de Nóbrega, Ratinho e Patrícia Abravanel (uma dentre as seis filhas de Silvio Santos).

Nos frames 02 a 04, as *personas* Matheus Ueta, Carlos Alberto de Nóbrega, Ratinho e Patrícia Abravanel tem os seus rostos enquadrados em *close-ups médios*. Esse enquadramento é raro no SBT. Conforme Montaño (2007), nos jogos do SBT, os *planos médios* e os *planos de*

conjunto são os planos mais frequentes, geralmente, utilizados para mostrar os apresentadores e os jogadores, e os *primeiros planos*, os mais raros, porém, utilizados sistematicamente para mostrar roletas, por exemplo. Neste promo, os *close-ups médios* de Matheus, Carlos Alberto, Ratinho e Patrícia são *imagens-afecção* e *rostos reflexivos*. Os rostos das *personas* expressam mínimos movimentos (mudam a direção do olhar, movem os lábios, fecham e abrem os olhos) e miram algo que não se vê por enquanto e que está fora de campo, destacando que o fora de campo é o lugar do passado e do futuro. Minimamente, expressam certa surpresa e admiração e também expectativa, a qualidade comum entre eles. Os sentidos de expectativa se reforçam com a trilha instrumental que toca ao fundo. Como será comentado adiante, as *personas* estão aguardando a entrada em campo.

Esses *close-ups médios* também individualizam essas *personas* ao destacá-las em meio às outras que as cercam. Conforme Mercado (2011), o *close-up médio* é um tipo de plano que inclui, ao fundo, parte do ambiente no qual está o personagem. Nos frames 02 a 04 da figura 17, é possível perceber que Matheus, Carlos Alberto, Ratinho e Patrícia não estão sozinhos e que, com eles, outras *personas* aguardam a entrada em campo em um corredor de acesso. Contudo, os *close-ups médios* fazem mais do que indicar que essas *personas* não estão sozinhas ali. Eles trazem sentidos a este promo e podem ser considerados *visus*, conforme abordado a partir de Canevacci (2009). Esses *visus* são bastante conhecidos de quem assiste ao SBT. Cada uma dessas *personas* tem uma trajetória no SBT e, por isso, está associada a mais de um programa. Como será explicitado de agora em diante, neste promo, os sentidos de geração surgem a partir desses *close-ups médios*, desses *visus*, e não é à toa que as *personas* destacadas são Matheus, Carlos Alberto, Ratinho e Patrícia.

Primeiro, os frames 02 e 03 da figura 17. Matheus Ueta (frame 02) foi o intérprete dos personagens Kokimoto na novela e na série de desenho animado *Carrossel* e Katamoto na série de TV *Patrulha Salvadora* e o apresentador dos programas de desenho animado *Clube do Carrossel*, *Bom Dia & Cia*, *Carrossel Animado* e *Sábado Animado*. (MATHEUS UETA OFICIAL, 2017b). O seu *visus* tem uma marca bem característica, uma faixa branca na cabeça. Essa faixa acompanha Matheus desde a novela *Carrossel*. À medida que o seu rosto foi mudando com o seu crescimento, a faixa continuou moldurando o seu *visus*. Dessa forma, ele parece sempre idêntico a si mesmo, ainda que tenha crescido bastante desde a novela. Ver a figura 20 com o *visus* da *persona* na novela *Carrossel* e em dois programas do SBT. (ANA CAROLINA DIAS LEITE, 2015; SBT ONLINE, 2013a; SBT ONLINE, 2015b; SBT ONLINE, 2016a). No frame 02 da figura 17, Matheus é enquadrado no *close-up médio* de modo que haja bastante espaço livre acima de sua cabeça. É possível perceber que ele não

chega à altura dos ombros das três pessoas que o cercam. O enquadramento enuncia que Matheus é um menino (na verdade, é um adolescente de 13 anos) dentre os adultos. Ele está em fase de crescimento e não apenas como pessoa, em termos de altura, por exemplo, mas como profissional de TV. Ele vai crescer e, daqui a algum tempo, preencher toda a imagem e alcançar o topo do quadro, como os seus colegas Carlos Alberto e Ratinho (frame 03). Matheus Ueta é uma *persona* que cresceu com o e no SBT. Ele chegou à emissora com sete anos para dar vida a Kokimoto, o personagem que o marcou e o tornou um *visus* bastante conhecido do SBT. Matheus tem algo em comum com os veteranos Carlos Alberto e Ratinho – está construindo a sua carreira profissional no SBT⁴ e, como revela em seu site pessoal, tem admiração por Silvio Santos, ou seja, ele faz parte da família SBT. (MATHEUS UETA OFICIAL, 2017a; PROGRAMA SILVIO SANTOS, 2017f).

Figura 20 – Visus Matheus Ueta no SBT



Fonte: Elaborada pela autora.

Carlos Alberto e Ratinho são dois dentre os apresentadores mais antigos do SBT. Eles já passaram por vários programas da emissora e estão à frente dos seus atuais há muitos anos. Carlos Alberto apresenta o programa *A Praça É Nossa* há 30 anos. No SBT, a história do *A Praça É Nossa* começou em 1987, mas a origem desse programa está em outro programa, o *A Praça da Alegria*, o qual foi criado em 1956 por Manoel de Nóbrega, o pai de Carlos Alberto. (A PRAÇA É NOSSA, 2018; PRAÇA..., 2003). Essas molduras relacionam o SBT à tradição televisiva, aos inícios da TV no Brasil, aos seus apresentadores e aos seus programas. *A Praça*

⁴ Melhor, Matheus Ueta estava construindo a sua carreira profissional no SBT. Ele foi demitido em 2017. Ficou, portanto, cerca de seis anos na emissora.

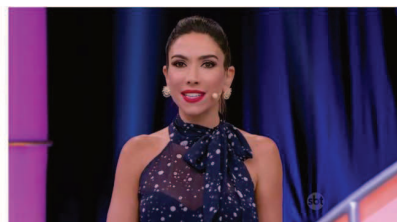
da Alegria foi ao ar em várias emissoras, especificamente, na TV Paulista, entre 1956 e 1958, na TV Rio, entre 1958 e 1963, na TV Record, entre 1963 e 1970, e na Rede Globo, entre 1977 e 1978. E teve como apresentadores o criador, Manoel de Nóbrega, (nas fases da TV Paulista, da TV Rio e da TV Record) e Luís Carlos Miele, Carlos Alberto de Nóbrega e Aldemar Paiva (na fase da Rede Globo). Antes de chegar ao SBT, com Carlos Alberto ocupando o banco da praça como apresentador, passou como *Praça Brasil* na Rede Bandeirantes. Aliás, o programa chegou ao SBT porque Silvio Santos o tomou da concorrente logo após a sua estreia. No SBT, ele passou a ser *A Praça É Nossa*. (A PRAÇA É NOSSA, 2018; CASTRO, 2015; PRAÇA..., 2003; THE NOITE COM DANILO GENTILI, 2017). Com todo esse histórico, a *persona* Carlos Alberto de Nóbrega traz sentidos de tradição ao SBT – afinal, atualmente, são 60 anos desse formato de programa no ar, a metade só no SBT. Ratinho, por sua vez, apresenta há 16 anos o programa que leva seu nome, o *Programa do Ratinho*. (PROGRAMA DO RATINHO, 2018). Como Matheus, Carlos Alberto e Ratinho, apesar dos avanços de suas idades, parecem sempre idênticos a si mesmos e dão, para o SBT, um *visus* de família que passa por *personas* fortemente molduradas em diversos programas da casa. Ver a figura 21 com o *visus* das duas *personas* em seus respectivos programas em diferentes anos. (A PRAÇA É NOSSA, 2017a, 2017b; EVERALDO CEIÇA, 2017; PROGRAMA DO RATINHO, 2017a; SERVIO GRED, 2014; TIRIRICA OFICIAL, 2012). No frame 03, eles são enquadrados no *close-up médio* de tal forma que parece não caberem juntos no mesmo quadro. Há um contraste nos frames 02 e 03 da figura 17. Carlos Alberto e Ratinho já cresceram bastante – não apenas como pessoas, mas como profissionais de TV, sobretudo, como profissionais de TV do SBT. Há uma enunciação de gerações do SBT, a mais nova, de Matheus Ueta, e a mais antiga, de Carlos Alberto de Nóbrega e Ratinho. E há também uma enunciação de família do SBT – as *personas* crescem e permanecem no SBT.

pelos bastidores do grupo com a presença das Abravanel. As filhas números três e seis tem cargos importantes. Daniela é a diretora artística e de programação do SBT, e Renata, a vice-presidente do Grupo Silvio Santos. Já as números dois, quatro e cinco tem mais visibilidade e atuação na programação do SBT, sobretudo, a número quatro, Patrícia. (FILHAS..., 2017). O *visus* de Patrícia está em toda a programação da emissora, dos intervalos comerciais aos mais diversos programas e quadros de programa, como exemplifica a figura 23. (MÁQUINA DA FAMA, 2017; PROGRAMA SILVIO SANTOS, 2016; PROGRAMA SILVIO SANTOS, 2017b; JEQUITI, 2015; JEQUITI, 2017; JORGE FARIAS, 2011; SBT ONLINE, 2013b; TELE SENA OFICIAL, 2017). No promo, enuncia sucessão, sucessão familiar, a continuidade da família Abravanel à frente do SBT. Como será visto adiante, Silvio Santos não aparece como *persona* neste promo, mas como boneco, como mascote do SBT, uma estratégia que parece preparar a saída de Silvio Santos e a sucessão de Patrícia Abravanel como a principal comunicadora à frente do SBT, embora sempre com uma referência ao pai, construído como insubstituível.

Figura 22 – *Persona* Patrícia Abravanel como apresentadora substituta em programas da *persona* Silvio Santos no SBT



No sorteio da *Tele Sena*, em 2013



No *Roda a Roda Jequiti*, em 2016



No *Pra Ganhar É Só Rodar*, em 2017

Fonte: Elaborada pela autora.

Figura 23 – Visus *Persona* Patrícia Abravanel no SBT

Persona Patrícia Abravanel em promos de produtos das empresas do Grupo Silvio Santos



No promo da Jequiti, de 2015



No promo do carnê Baú da Felicidade Jequiti, de 2017



No promo da Tele Sena, de 2017

Persona Patrícia Abravanel como apresentadora em programas do SBT



No Festival SBT 30 Anos, em 2011



No Cante Se Puder, em 2013

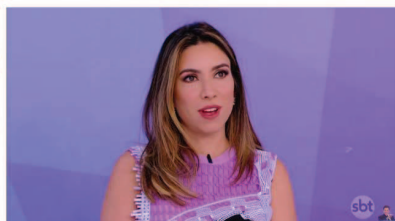


No Máquina da Fama, em 2017

Persona Patrícia Abravanel como integrante de quadros do Programa Silvio Santos



No quadro Patricia tá na rua do Programa Silvio Santos, em 2016



No quadro Jogo dos Pontinhos do Programa Silvio Santos, em 2017

Fonte: Elaborada pela autora.

Continuando, no frame 05 da figura 17, Roberto Cabrini, Maisa Silva, Carlinhos Aguiar, Lívia Andrade, Alexandre Porpetone, Helen Ganzarolli e Flor aparecem juntos em um *plano médio*. Quando utilizado para enquadrar vários personagens, o *plano médio* se torna *plano de grupo*, segundo Mercado (2011). E a função do *plano de grupo* é evidenciar uma dinâmica de relacionamento entre personagens. (MERCADO, 2011). Pois bem, a partir desse frame, as *personas* Roberto Cabrini e Maisa Silva tomam uma atitude que também será tomada pelas outras *personas* – elas dão as mãos. O frame 05 mostra que Cabrini e Maisa estendem as mãos um para o outro. E o frame 06 enfatiza essas mãos dadas. O frame 06 é um *close-up*, uma *imagem-afecção*, um *rosto intensivo*. O *close-up* é um tipo de plano que indica um detalhe importante da narrativa. (MERCADO, 2011). Aqui, esse detalhe, na verdade, é um *afecto*, é uma potência de união, a qual é expressada por um *rosto intensivo*. Para Deleuze (1984), um *rosto intensivo* sente algo, chega a um limite, experimenta o máximo de uma

sensação ou um sentimento e expressa uma potência pura capaz de fazer surgir uma nova qualidade – e, aqui, ele também expressa fortemente um sentido que quer ser estendido a todo o promo, neste caso, a toda a emissora. Neste promo, as qualidades que essa potência de união faz surgir são a união das *personas* do SBT e as ideias de família e de casa onde se unem as mais diversas gerações, como em qualquer família.

Todas as *personas* do SBT estão em quatro filas, sendo que a primeira de cada fila é uma criança ou um adolescente, como mostra o frame 08 da figura 17. O frame 08 é um *plano geral* que mostra melhor o local onde as *personas* estão – um corredor de acesso ao campo. A forma como saem dali em direção à passarela e ao palco lembra a forma como os jogadores de futebol entram em campo em um dia de jogo importante, em um dia de jogo da Copa do Mundo. A configuração de entrada e a moldura corredor de acesso ao campo enuncia as *personas* como time, como time de *personas* do SBT, como time do SBT. Aqui, tem-se uma moldura do futebol, a moldura time. Moldura, aliás, que, muitas vezes, é associada à família que se reúne em torno de um técnico.

Na Copa do Mundo, à frente, com a bola, vai a equipe de arbitragem (o árbitro, dois bandeirinhas e o quarto árbitro), e, em seguida, lado a lado, em duas filas, os times que se enfrentarão, acompanhados por crianças. O habitual é cada jogador dar a mão para uma criança. Contudo, as *personas* do SBT dão as mãos entre si, exatamente como a Seleção Brasileira que disputou a Copa do Mundo de 1994. A figura 24 faz um comparativo entre as entradas da Seleção de 1994 e do time de *personas* do SBT. (JAIRO TORRES, 2017; SBT ONLINE, 2016b). A Seleção de 1994 estava desacreditada. Para demonstrar a união do time, desde as Eliminatórias para a Copa do Mundo, os jogadores entravam em campo com as mãos dadas, liderados pelo capitão Dunga, o volante Carlos Caetano Bledorn Verri. Em 1994, essa Seleção na qual poucas pessoas acreditavam conquistou o tetracampeonato. Até então, o Brasil sonhava há 24 anos com essa conquista. (BARROS; LOZETTI; HAZAN, 2014; BRASIL..., 2018; DUNGA, 2018; JAIRO TORRES, 2017; SELEÇÃO..., 2018). As *personas* do SBT – unidas como a Seleção de 94 – recuperam esse imaginário de uma seleção e um time unido, surpreendente, vitorioso.

Figura 24 – Entradas da Seleção Brasileira de 1994 e das *personas* do SBT

Entrada da Seleção Brasileira na Copa do Mundo FIFA de 1994



À frente da Seleção Brasileira, o capitão Dunga

Entrada das *personas* do SBT no promo *SBT, A TV que tem torcida*



À frente das *personas* do SBT, *Silvinho*

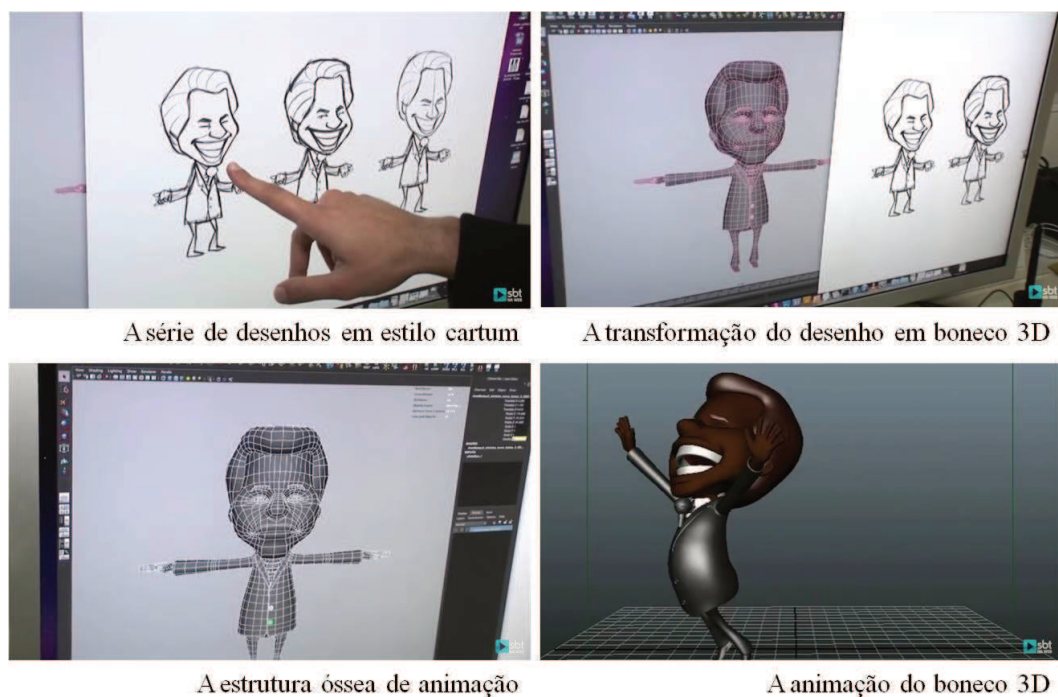
Fonte: Elaborada pela autora.

No frame 08, tem-se ainda outras duas molduras do futebol, mascote e capitão. Dentre as *personas* do SBT que aí nesse frame aparecem, uma se destaca – a única que não é humana (*live-action* e animação⁵). Ela vai à frente das quatro filas nas quais se forma o time do SBT, à frente de todas as *personas*. É *Silvinho*, uma ethicidade televisiva com a forma de boneco de Silvio Santos. Ele não é a *persona* Silvio Santos, mas é moldurado por esse e o moldura com novos sentidos de eternidade (pelo menos em termos de imagem). Ele é o mascote do SBT e foi criado a pedido de Silvio Santos. Em entrevista ao *SBT Na Web*, os profissionais da equipe de Criação Visual do SBT Thiago Batista e Itamar Cardoso explicaram e mostraram como o boneco *Silvinho* foi construído audiovisualmente. Segundo Thiago Batista, Silvio Santos queria um mascote que representasse o SBT. (SBT NA WEB, 2014). Aqui, devo, no mínimo, chamar a atenção sobre essa naturalidade de não haver dúvidas de que o que representa o SBT é a figura de Silvio Santos dentre tantas outras molduras possíveis. Então, primeiro, foi feita uma série de desenhos de Silvio Santos em estilo cartum. Em seguida, um desses desenhos foi

⁵ Em cinema, o filme em *live-action* e animação combina a atuação de atores reais e de personagens animados. Um exemplo de filme em *live-action* e animação é *Space Jam: O Jogo do Século*, de 1996, em que o jogador de basquete estadunidense Michael Jordan contracena com os personagens de *Looney Tunes* Pernalonga, Patolino, Piu-Piu, Frajola, Taz e outros. Na vinheta *SBT, A TV que tem torcida*, as *personas* do SBT estão com *Silvinho*, o bonequinho de Silvio Santos.

escolhido por ser o mais parecido com Silvio Santos. Feita essa escolha, o desenho foi transformado em um boneco em 3D. Esse boneco ganhou uma estrutura óssea de animação. E, com essa estrutura, ele foi animado. (SBT NA WEB, 2014). A figura 25 mostra esse processo de construção do boneco. *Silvinho* costuma aparecer em vinhetas da emissora e em apresentações musicais e quadros do *Programa Silvio Santos*, como a figura 26 exemplifica. (PROGRAMA SILVIO SANTOS, 2017d; SBT ONLINE, 2011a; SBT ONLINE, 2013c; SBT ONLINE, 2014a; SBT ONLINE, 2014b; SBT ONLINE, 2015a). Dependendo da situação, aparece caracterizado com fantasias e dançando coreografias. Segundo os profissionais do SBT Thiago Batista e Itamar Cardoso, para o *Programa Silvio Santos*, por exemplo, as fantasias e as dancinhas de *Silvinho* são feitas conforme o pedido do próprio Silvio. As dancinhas, por exemplo, seguem os movimentos das bailarinas, mas cartunizados. (SBT NA WEB, 2014).

Figura 25 – Construção do boneco *Silvinho*



Fonte: Elaborada pela autora, com base em SBT Na Web (2014).

Figura 26 – *Silvinho* em vinhetas do SBT e no *Programa Silvio Santos*



Fonte: Elaborada pela autora.

Neste promo, a posição de *Silvinho* em relação às *personas* do SBT enuncia sentidos de capitão. Aqui, mais uma vez, recupera-se o imaginário da Seleção de 94. O capitão Dunga trazia os jogadores ao campo com seriedade, como mostra a figura 24. Como foi explicitado anteriormente, os movimentos de *Silvinho* são cartunizados. Sendo assim, ao invés de capitão sério, enuncia-se o capitão *Silvinho* empolgado e festivo, como mostra essa mesma figura 24. No futebol e também no imaginário, o capitão é o líder do time, é um jogador de experiência e maturidade, é quem dialoga com todos, é quem inspira, motiva e direciona a equipe dentro de campo, embora seja, geralmente, alguém da mesma natureza (humana!) dos outros jogadores. De fato, Silvio Santos é o capitão do time do SBT, ele é o patrão, como as *personas* do SBT o chamam, o colega de trabalho, como ele mesmo se considera em relação aos outros habitantes da casa SBT. Enquanto Dunga é lembrado como Capitão Dunga ou, simplesmente, Capitão, Silvio Santos é lembrado como patrão (um imaginário de sociedade hierárquica e industrial). Embora o próprio Silvio tenha dito na festa de final de ano do SBT de 2012 não se considerar patrão, mas colega dos profissionais de sua emissora, as imagens e o modo como as *personas* do SBT se referem a ele reforçam sempre essa hierarquia e reverência. (“EU NUNCA..., 2012). Enquanto Dunga envelheceu, saiu de cena e voltou de outras formas, como técnico da Seleção Brasileira, entre os anos 2006 e 2010 e 2014 e 2016, com sucessos e fracassos, Silvio adquiriu um *visus* que o torna eterno e, com isso, tornou-se um capitão de outra natureza – de natureza digital, fora do tempo e espaço humano, dessa segunda natureza que é a técnica. (BENJAMIN, 1986; DUNGA, 2018). Além disso, diferentemente de Dunga, o capitão

Silvinho ou o capitão Silvio Santos não dá as mãos às *personas* do SBT. Mais do que capitão, mostra, aí, sentidos de proprietário.

Silvio Santos é o maior e o mais representativo rosto do SBT. A rosticidade do SBT se atualiza no seu rosto e, muitas vezes, na sua própria voz, que entra em off sobre outras imagens. O boneco *Silvinho* deixa isso claro com a desproporção de sua cabeça de cartum – o rosto dele é o maior dentre todos os rostos deste promo. O mascote do SBT não poderia mesmo ser outro. Na Copa do Mundo, o mascote é o representante do evento. Em cada edição, é escolhido um novo. Assim, ele fica associado àquela edição da Copa que representa. Além disso, o mascote da Copa pode conter alguma referência ao país-sede do evento. Além de representar o SBT, o mascote *Silvinho* é um *visus* construído para a *persona* Silvio Santos. Senhor Abravanel, a *persona* Silvio Santos, tem 87 anos. Embora seu rosto fique cada vez mais igual e imóvel, a sua presença na TV vem diminuindo, provavelmente, por conta da idade e da condição física, mas também foi aparecendo um outro modo de presença, um *visus* que possa perdurar. De certa forma, Silvio Santos, depois de levar ao extremo Joan Collins, com todas as cirurgias plásticas e outros recursos para manter seu rosto sem os efeitos do tempo, parece estar adquirindo a dinâmica de Greta Garbo. Garbo, como disse a partir de Canevacci (2009), afastou-se do cinema quando a idade ameaçou a beleza do seu *visus*. Silvio Santos e a emissora parecem estar no meio do drama que emerge entre a tecnocultura do rosto e a marca inevitável do tempo: o elemento humano e o elemento maquínico, a morte das *personas* e a imortalidade das imagens ou, inclusive, o tempo ao vivo e as imagens de arquivo. O *visus Silvinho* evidencia certa estratégia de manter a imagem de Silvio Santos associada à emissora e aos programas que essa *persona* apresenta, preparando os telespectadores para o seu afastamento, para a sua saída ou morte. O *Silvinho* funciona como uma máscara que imobiliza a imagem de Silvio Santos, ainda que cartunizada, como uma máscara semelhante às máscaras funerárias dos reis de Micenas. Lembrando que as máscaras funerárias pretendiam impedir que a imagem do rosto do rei falecido se desfizesse. Sendo assim, o *visus Silvinho* contem os valores sagrados das antigas máscaras, como a eternidade e a imobilidade.

Quando o time do SBT e *Silvinho* surgem diante dos holofotes (frame 07, figura 17), ouve-se a aclamação da multidão nas arquibancadas do estádio. As pessoas exultam (frames 09 e 10, figura 17) – pulam, erguem os braços, batem palmas, abraçam-se. Algumas ondulam bandeiras do SBT. É uma multidão colorida – branco, laranja e vinho – e uniformizada – com camisetas e bonés do SBT. Trata-se, então, da torcida do SBT. Outra moldura do futebol neste promo. Não parece ser à toa que a logomarca da emissora apareça pela primeira vez em meio à torcida (frame 09). A torcida é uma moldura importante aqui – até porque mais adiante ela

estará no slogan. Se nos frames 09 e 10 há um construto de torcida, nos frames 12, 14, 16, 19, 21, 23 e 27, da figura 17, há construtos de torcedores. Outra moldura do futebol. Passa-se, aos poucos, da multidão aos indivíduos que compõem essa multidão. Evidencia-se aí quem seriam os torcedores do SBT – famílias e pessoas de diversas idades, gêneros, etnias. Essas molduras parecem dar significados à audiência, aos telespectadores e aos participantes dos programas e quadros de programa, que, no caso do SBT, tem estreita ligação. No SBT, os telespectadores são construídos como os que assistem à programação da emissora em casa e também como os que podem se tornar participantes em dois espaços caros ao SBT, a plateia e o palco. Os que vem à plateia são também chamados por Silvio Santos de colegas de trabalho, os que vem ao palco são os que participam dos programas e quadros de programa como jogadores a partir da aquisição de produtos de molduras/empresas do mesmo grupo do SBT, no caso, a Tele Sena, da Liderança Capitalização, os cosméticos, da Jequiti, e o carnê, do Baú da Felicidade Jequiti. Sendo assim, para o SBT, os telespectadores são potenciais colegas de trabalho e jogadores. No promo, os espaços de plateia e palco, duas molduras tão presentes nos programas do SBT, estão significados na torcida e no campo em um jogo que une ambos os espaços.

Ao longo da história do SBT, os telespectadores foram construídos como pessoas das classes sociais mais baixas que tinham esperança de se tornar ricas através dos jogos do SBT. Aliás, o SBT já reivindicou para si os slogans *SBT, A TV que faz milionários* e *SBT, A TV dos milionários*. (SBT, 2016; SBTDOBRASIL, 2010; SBT ONLINE, 2011b; URUBAK, 2015). Até o momento, Silvio Santos já entregou quinze prêmios de R\$ 1 milhão em programas e em quadros de jogo do SBT, especificamente, no *Gol Show*, no *Show do Milhão*, no *Pra Ganhar É Só Rodar*, no *Topa ou Não Topa*, no *1 Contra 100*, no *Roda a Roda Jequiti*, na *Tele Sena*, no *Aplicativo Show do Milhão* e no *Jogo das Fichas*. (FISCHER, 2016; JORGESHOW, 2016; PROGRAMA SILVIO SANTOS, 2018; PROGRAMA SILVIO SANTOS, 2017e; SBT ONLINE, 2011b; SBT ONLINE, 2016c; SBT ONLINE, 2017b; SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO, 2010; URUBAK, 2015). Para esses milionários, o SBT mudou as suas vidas. Essas conquistas alimentam não só a esperança dos telespectadores, mas o imaginário do SBT como a TV que faz as pessoas ficarem milionárias na dinâmica destes espaços: no espaço que dá acesso aos programas e aos quadros de programa e nos espaços claramente hierarquizados de palco e plateia. A moldura estádio de futebol desse grande evento, a qual foi comentada anteriormente a partir do frame 01, da figura 17, lembra as molduras plateia e palco, caras ao SBT e aos seus programas. Atualmente, as molduras palco e plateia estão presentes em 10 programas da programação de SBT SP. São estes os 10 programas: *Casos de Família*, *Domingo Legal*, *Eliana*, *Máquina da Fama*, *Pra Ganhar é só Rodar*, *Programa do*

Ratinho, Programa Raul Gil, Programa Silvio Santos, Roda a Roda Jequití e The Noite com Danilo Gentili. (SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO, 2018d). Como é possível perceber pela quantidade, o programa de auditório é uma importante moldura do SBT. Ele ajuda a construir o rosto da emissora e é claramente delimitado como um território de poder. No palco, ficam os apresentadores que tendem a ter centralidade, que dão a palavra a alguns convidados e que, dependendo do programa, dão sentidos bem específicos ao programa. Na plateia, por sua vez, ficam as pessoas que se inscrevem para participar do programa, que integram uma caravana para assistir ao programa, que compram o carnê Baú da Felicidade, a Tele Sena e os produtos Jequití e que vem para jogar nos programas.

No frame 28, da figura 17, o *plano geral* surge para dimensionar o palco em meio ao estádio lotado. Nessa imagem, surge o slogan *SBT, A TV que tem torcida*, o qual também é dito por uma voz off. Na sequência, a imagem é substituída pela formação da logomarca do SBT ao som da aclamação da torcida. É curioso como o *plano geral* centraliza bem o palco com as *personas* e as arquibancadas com a torcida para, depois, dar lugar à formação da logomarca ao som da aclamação da torcida. A última imagem (frame 29) vai surgindo a partir da anterior (28). O SBT e a torcida como cara da emissora. Algo que o SBT quis enaltecer ou destacar, de certa forma, por ocasião dos seus 35 anos de existência. A logomarca, rosto da emissora na vinheta, moldura os diversos panoramas televisivos, retoma as cores tradicionais festivas do SBT; contudo, em um fundo branco, afirmando uma estética mais limpa e leve apontando para a transição referida. Esse rosto do SBT se atualiza com sentidos identitários específicos nos seus sem-rosto. A partir deste momento, eu vou pensar como o rosto SBT se atualiza em durações televisivas específicas da emissora: os sem-rosto, mais especificamente, os sem-rosto de dois programas de auditório, *Programa Silvio Santos* e *Programa do Ratinho*.

5.1.2 O Sem-Rosto No Programa Silvio Santos

O *Programa Silvio Santos* é uma moldura e uma ethicidade dentre as características na construção do rosto do SBT e do rosto de Silvio Santos. Com quatro horas de duração, o *Programa Silvio Santos* continua indo ao ar aos domingos, mas, agora, às 20h, reforçando o que disse anteriormente sobre a diminuição de tempo na participação da *persona* Silvio Santos na programação. Conforme Montañó (2007, f. 100, grifo do autor), "[...] o nome *Programa Silvio Santos* sempre estará ligado ao jogo, alegria e prêmios [...]". E, de fato, atualmente, *jogo, alegria e prêmios* são molduras importantes que dão sentidos ao programa. Especificamente, jogos, desafios, brincadeiras, concursos, shows de calouros e de talentos,

musicais, vídeos engraçados, pegadinhas. Essas molduras trazem fortemente o imaginário dos primeiros tempos de TV para construir a ethicidade SBT.

As colegas de trabalho (ou as moças da plateia), os compradores do carnê Baú da Felicidade e da Tele Sena, os convidados, os candidatos inscritos e até mesmo os telespectadores participam dessas dinâmicas. Tudo no programa de Silvio Santos pode render prêmios aos envolvidos - sobretudo, em dinheiro. No quadro *Câmeras Escondidas*, como será explicitado adiante, o participante recebe um cachê.

O quadro *Câmeras Escondidas* exhibe pegadinhas antigas, atuais e inéditas. As antigas são do *Topa Tudo por Dinheiro*, programa de auditório apresentado por Silvio Santos nos anos 1990. As atuais são produções recentes já exibidas em outras edições. E as inéditas, as novas, as que ainda não foram vistas pelos telespectadores. As pegadinhas são armações de atores nas quais as pessoas caem. Quando dão certo, resultam em situações molduradas como divertidas e engraçadas. Em *Câmeras Escondidas*, as pessoas são chamadas de vítimas e não sabem das armações. Elas só descobrem quando são abordadas pelos produtores do quadro. Os produtores solicitam a autorização de uso de imagem e dão uma quantia em dinheiro como cachê pela participação. (CÂMERAS ESCONDIDAS PROGRAMA SILVIO SANTOS, 2016; CARDOSO, 2015; DEZAN, 2016; HOMEM..., 2012; MULHERES, 2015; PARTICIPANTE..., 2015; STYCER, 2012). As situações são filmadas por câmeras escondidas, por isso, o nome do quadro. Essas câmeras mostram a partir de diferentes ângulos a ação do ator ou dos atores e a reação da vítima ou das vítimas. Muitas vezes, as reações dos participantes são moralmente duvidosas ou, no mínimo, os deixam em situações embaraçosas. O quadro *Câmeras Escondidas* do *Programa Silvio Santos*, a pegadinha, os atores, a condição de não saber que está participando do programa e de uma cena armada e as câmeras escondidas são molduras do sem-rostos de *Pegar Curioso*.

Pegar Curioso (figura 27) é uma pegadinha inédita de 19 de março de 2017⁶. (PROGRAMA SILVIO SANTOS, 2017c). Nela, em 20 segundos, antes de apresentar as situações, as *personas* Ivo Holanda e Gell Correia - dois humoristas de *Câmeras Escondidas* - mostram como a armação será realizada com as pessoas nas ruas. Uma bolsa é esquecida propositalmente em algum ponto da cidade. Quem se atreve a abri-la cai em uma armadilha. Um jato de pó branco atinge o rosto do curioso. A armadilha é desarmada por Ivo com a ajuda de um controle remoto. Ele fica escondido observando de longe o participante. Dessa forma, sabe quando acionar o botão. Nessa pequena mostra, a curiosa é Gell Correia; mas, nas

⁶ Disponível em: <<https://www.dailymotion.com/video/x5fcmum>>.

situações, é ela quem esquece a bolsa em praças, bancas de jornal e revista e paradas de ônibus. No vídeo, o título da pegadinha é destacado num retângulo azul com letras brancas na parte inferior da imagem, conforme a estética do *Programa Silvio Santos*, como é possível ver na figura 27. O título é uma moldura importante de qualquer programa ou quadro: há ali a construção da ethicidade curioso, e esse curioso é um sem-rostos.⁷

Figura 27 – Pegadinha *Pegar Curioso*



Fonte: Elaborado pela autora, com base em PROGRAMA SILVIO SANTOS (2017c).

As *personas* Ivo Holanda e Gell Correia conseguem pegar seis curiosos - ao menos, é o que o vídeo apresenta. Desses seis, quatro são sem-rostos. Os quatro tem o mesmo efeito de opacidade sobre os seus rostos. Um deles pode ser visto na figura a seguir. A sequência de frames 01 a 30 da figura 28 evidencia os planos do trecho de 58 segundos da situação dele na pegadinha *Pegar Curioso*.

⁷ Boa parte das pegadinhas de *Câmeras Escondidas* não é explicada oralmente ao telespectador. O telespectador compreende como a armação é realizada pelo que vê. A construção audiovisual ou a montagem é feita como uma historinha (a bolsa, o sujeito, o humorista que desarma a armadilha, o sujeito abrindo a bolsa, a armadilha sendo desarmada, o humorista rindo da situação, o sujeito reagindo à situação). A forma de compreensão é semelhante à das situações cômicas. A compreensão acontece a partir da interpretação dos atores, das representações, da montagem, das inserções sonoras que molduram tudo como algo divertido e engraçado. Aqui, o sem-rostos é enunciado como *curioso* no título da pegadinha. Mas nem sempre esse quadro evidencia quem são as pessoas pegadas nas situações - para além da condição geral de vítimas. Enfim, a pegadinha é construída para ser de fácil compreensão.

Figura 28 – Sequência de frames de *Pegar Curioso*⁸

⁸ Entre os frames 02 e 12, temos a montagem da armação da situação. Ali é contada a historinha. Vemos a alternância de planos abertos e fechados. Os planos mais abertos dimensionam o local em que se passa a situação e evidenciam a relação entre as duas *personas*, e os planos mais fechados se concentram nas ações dessas duas *personas*, principalmente, nas ações de Gell para armar a situação. Entre os frames 13 e 27, temos a montagem da abertura da bolsa e do desarme da armadilha. A alternância de planos mais fechados acontece na *persona* sem-rostro e no ator Ivo. Entre os frames 29 e 30, os planos da *persona* sem-rostro são *close-ups médios*.



Fonte: Elaborado pela autora, com base em PROGRAMA SILVIO SANTOS (2017c).

Nos frames 01 a 12, a *persona* Gell pede licença ao sem-rostto, senta-se ao lado dele no banco da praça com a sacola da feira e a bolsa-armadilha, atende ao telefone e conversa com alguém na linha. De repente, Gell se levanta, vai embora dali e "esquece" a bolsa-armadilha. A trilha que tocava ao fundo até então desacelera, para e dá lugar a uma outra - de expectativa. No frame 14, escondido atrás de uma árvore, a *persona* Ivo observa o sem-rostto sozinho com a bolsa-armadilha. Quando o sem-rostto olha para a bolsa-armadilha (frame 15) e senta-se mais pertinho dela (frame 16), ouvem-se inserções sonoras cômicas correspondentes às ações dele. Ouvem-se risadas de moças, possivelmente, das colegas de trabalho. Essas risadas

voltam nos frames 23 a 25 com a risada de Silvio Santos. A risada de Silvio é mais alta, forte. Sobressai sobre as das moças e é uma das molduras mais características que constroem a ethicidade Silvio Santos. Isso indica claramente que é ele que está no comando do programa e do quadro. Quando a *persona* Silvio Santos chama o quadro *Câmeras Escondidas*, ele fica em meio à plateia. Considerando o posicionamento do apresentador e as risadas dele e das moças, é possível dizer que tanto Silvio quanto as suas colegas de trabalho molduram com este som em off dando sentidos às imagens. Retomando, então, a pegadinha, ao abrir a bolsa de Gell, o sem-rostos curioso leva um susto com o jato de pó branco disparado no seu rosto (frame 22). As inserções sonoras e as risadas são molduras do sem-rostos. Estão aí para dar sentidos de divertido e engraçado e para indicar o momento certo de rir, mas também para ligar o quadro ao estúdio e ao comando do *Programa Silvio Santos*.

No frame 22 da figura 28, a trilha muda novamente. Passa-se da expectativa pela abertura da bolsa-armadilha à abertura dela de fato. A imagem da *persona* sem-rostos curiosa se dando mal com o jato de pó é mostrada por três câmeras. O sem-rostos é visto de frente (frame 22), pela direita (frame 23) e pela esquerda (24). O frame 24 tem o melhor ângulo. Veem-se a bolsa, o rapaz abrindo a bolsa, o jato saindo de dentro dela e atingindo o rosto do curioso. Nesse frame, há repetição. Repete-se duas vezes o movimento do jato saindo da bolsa. Isso enfatiza o preço da curiosidade, por assim dizer, e também pelo o que se deve rir nessa situação. Nos frames 22 a 24, mais uma vez, utilizam-se as inserções sonoras para representar o desarme da armadilha.

No frame 27, percebe-se que a *persona* Ivo Holanda ri da situação do sem-rostos e se esconde para não ser visto. Se não fosse ele, a armadilha não teria sido desarmada. Há uma delimitação de sentidos entre quem tem o saber do que aquela situação significa e de quem participa nela sem conhecimento do conjunto dos elementos. O sem-rostos é construído como alguém que caiu em uma armadilha (ignora que está participando de um programa), em uma pegadinha armada por duas *personas* que são molduras importantes nesta montagem e por um estúdio no qual estão Silvio Santos e a sua plateia, a qual está presente, principalmente, fora de campo, como uma voz off que declara a sua presença sobre as imagens e os sentidos que as relacionam ao apresentador.

Como é prática da produção de *Câmeras Escondidas* solicitar às vítimas a autorização de uso de imagem, é provável que os quatro homens sem-rostos que aparecem nessa pegadinha tenham permitido veicular as suas imagens com a condição de não mostrar o rosto, ou não. Na verdade, isso não é tão importante quanto compreender aqui o sem-rostos como uma imagem técnica de fato. No trecho aqui destacado, o rosto do rapaz é ocultado com efeito de opacidade

até o momento em que o pó branco é disparado contra ele. Nos frames 25 e 26 e 28 a 30, esse pó é o que oculta o rosto. Se a opacidade fosse mantida, é provável que os detalhes do rosto coberto de pó não fossem vistos.

A opacidade seria uma evidência da responsabilidade do programa com a imagem das pessoas. A pegadinha *Pegar Curioso*, em específico, possui uma questão delicada. Apesar de as pessoas pegadas serem enunciadas como curiosas, elas, neste caso específico, são construídas como desonestas, ladras, em diversas situações. As pessoas podiam ter avisado Gell que ela havia esquecido a sua bolsa, mas não fazem isso. Elas pegam a bolsa e a abrem. Talvez esse tenha sido um dos motivos para não autorizar a imagem do rosto. Se alguém tivesse avisado Gell, não teria caído na armadilha, e essa situação não seria mostrada no quadro. A pessoa honesta não teria visibilidade. O que essa pegadinha pretende ao construir sentidos engraçados para a atitude desonesta, ou melhor, para o desfecho dessa atitude? Talvez os sentidos mais fortes nesta construção sejam o circense, muito presente no imaginário SBT. Ivo Holanda, o palhaço que apronta com outro palhaço, de quem se ri, o palhaço que sofre nas mãos de um palhaço. O espaço do estúdio hierarquicamente superior ao espaço da pegadinha é por ele chamado e autorizado: o dono do circo e empresário. Com o palhaço, está referido, aqui, um imaginário brasileiro do malandro, como pensado por DaMatta (1997), aquela figura que busca uma vida o mais confortável possível com o menor esforço possível para quem os impulsos interiores importam mais do que as normas externas.

No *Programa Silvio Santos*, o sem-rosto é uma *persona* curiosa e oportunista, uma vítima da pegadinha *Pegar Curioso*. Esse sem-rosto está muito relacionado aos sentidos de flagrantes nas *Câmeras Escondidas*.

Esses imaginários entre o circense e a malandragem e entre o estúdio e a rua são os que atualizam, aqui, sentidos bem específicos do sem-rosto no *Programa Silvio Santos*. Mas essa é uma das tantas formas que o sem-rosto toma no SBT.

5.1.3 O Sem-Rosto No Programa Do Ratinho

Agora, em um segundo momento, trago dois sem-rosto que fazem parte do conjunto cartografado no SBT e que se encontram no *Programa do Ratinho*, uma ethicidade importante na construção de sentidos da emissora. Os sem-rosto do *Programa do Ratinho* em análise são o personagem sem-rosto Sombra, o locutor desse programa, e a *persona* sem-rosto Gabriel, o suposto pai adolescente de uma criança de quem se desconhece a paternidade. Esses dois sem-

rosto são moldurados pelo *Programa do Ratinho* e pela *persona* apresentador Ratinho, dentre outros sentidos sobrepostos nesses construtos.

O *Programa do Ratinho* é moldurado como programa de auditório da categoria *linha de shows*.⁹ (SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO, 2018d). Sendo assim, tem o formato de programa mais característico do SBT. Como foi explicitado acima, a partir do promo *SBT, A TV que tem torcida*, ele é apresentado há 16 anos pelo apresentador Carlos Roberto Massa, pela *persona* apresentador Ratinho. O programa passou a integrar a grade de programação do SBT em 1998, ficou até 2006 e saiu; depois disso, voltou em 2009 e, desde então, está no ar, sendo um dos principais programas do SBT. (PROGRAMA..., 2018). Nessa trajetória, passou por mudanças de periodicidade, dia e horário de exibição e também por reformulações em seu formato, mas não perdeu a centralidade na sua *persona* apresentador, como eu comentei antes, algo que é característico do SBT. Desde a estreia, o título do programa traz o nome artístico do apresentador Carlos Roberto Massa, Ratinho¹⁰; e trazer o nome da *persona* apresentador no título é molduração de programas de auditório característica do SBT, moldurando também, ao mesmo tempo, a *persona* e a emissora. Essa molduração enuncia o programa como sendo de determinada *persona*. Mas a centralidade da *persona* Ratinho vai além disso. Sobre a *persona* Ratinho do formato de programa do ano 2000, Kilpp (2003, p. 123) diz que "[...] O padrinho-herói é o centro do espetáculo, e é ele que dá nome à cena (título ao programa) e sentido à montagem". No ponto de vista de Kilpp (2003), Ratinho é a articulação entre as diferentes imagens (de *personas*, personagens, palco, plateia) e entre as diferentes vozes que ali ganham espaço porque ele vê todos e sabe de tudo desde o seu lugar privilegiado (de observador e de apresentador). Adiante, ver-se-á essa centralidade no formato atual do programa a partir das situações nas quais os dois sem-rosto em análise, Sombra e Gabriel, manifestaram-se.

O *Programa do Ratinho* é moldurado também pela grade de programação do SBT. Ele tem abrangência nacional e, atualmente, vai ao ar de segunda à sexta-feira no horário dito

⁹ Em seu site, o SBT categoriza os programas em *linha de shows, novelas, infantil, filmes e séries, jornalismo e eventos*. A categoria *linha de shows* abrange a maior parte das produções próprias do SBT, 20. Dentre elas, estão os programas de auditório, os programas de jogo, os reality shows, os programas de entrevista, os programas de temáticas específicas (automobilismo, fofoca e viagem), os programas de evento (*Teleton* e *Troféu Imprensa*) e o programa especial para o site do SBT (*SBT Na Web*).

¹⁰ Ratinho é o apelido de infância de Carlos Roberto Massa. Em duas entrevistas, uma dada ao jornalista Roberto Cabrini, e outra, ao apresentador Celso Portioli, Ratinho conta que, quando criança, ele era muito pequenininho e magrinho, e, por causa disso, os meninos não o deixavam jogar futebol, ora não convidavam ele para ser de um time, ora não chutavam a bola para ele. Então, ele se escondia atrás de uma das goleiras e, quando a bola saía de campo, pegava ela para si, saía correndo rapidamente dali e só a devolvia quando os meninos o deixassem jogar. Por causa dessas roubadas de bola e dessa agilidade, os meninos o apelidaram de Ratinho.

nobre da emissora – geralmente, a partir das 22h15min¹¹. A periodicidade e o horário indicam que, para o SBT, o programa tem condições de disputar audiência com os da concorrência. E, de fato, atualmente, por vezes, o *Programa do Ratinho* garante, para o SBT, o segundo lugar no ranking de audiência do horário nobre – atrás da Rede Globo e à frente da Record TV e da Band. Aliás, a disputa pela audiência e as conquistas de uma posição mais alta no ranking – o primeiro lugar – fazem parte da história desse programa. Há anos o horário do *Programa do Ratinho* é fluido. Ele não tem horário fixo para começar e nem para terminar. Segundo Kilpp (2003), em 2000, o programa começava quando começava a novela das oito, da Rede Globo. O que evidencia como pretendia obter Ibope¹²: evitando a concorrência direta com o *Jornal Nacional (JN)*, da Rede Globo, o telejornal mais assistido no Brasil, o qual antecede à novela das oito, e aproveitando a troca de canal eventual dos telespectadores após o término do *JN*. Em 2010, essa prática conforme a concorrente levou a *persona* apresentador Ratinho a ligar ao vivo à emissora Rede Globo e a perguntar ao funcionário que o atendeu quando a novela das oito terminaria para terminar o seu programa e entregar a audiência ao próximo programa do SBT. (ASSESSORIA PLENA, 2012). Assim como essa ligação, foram marcantes as comemorações da *persona* apresentador Ratinho ao conquistar a liderança e, assim, superar a concorrência no Ibope. Elas envolviam “dancinhas” ao som da trilha característica¹³ do *JN*, tocada pela *Banda do Ratinho*. (FABIO MARCKEZINI, 2016; LEOZITO791, 2015; SAMUEL PORTES, 2012). Como é possível perceber, Ibope era muito importante para o *Programa do Ratinho* nos formatos anteriores. Ele alimentava o imaginário que cercava o programa e ajudava a construir a *ethicidade Programa do Ratinho*.

Embora o programa tenha passado por mudanças em seu cenário ao longo dos anos, há algumas características que permanecem e dão sentidos aos mundos televisivos instaurados no *Programa do Ratinho*. Com estética plástica e colorida, o cenário junta ruas e prédios de uma cidade à noite aos espaços de palco e plateia. Sobre esses espaços de palco e plateia, eles são atravessados por várias *personas* e personagens e por relações circenses. E, sobre esse cenário principal, conforme o quadro de programa a ser apresentado, ele pode receber outros cenários

¹¹ Digo *geralmente* porque nem sempre o programa começa nesse horário. Além disso, há um dia da semana em que o *Programa do Ratinho* é exibido mais tarde – quarta-feira, às 22h45min.

¹² IBOPE é a sigla de Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística. Atualmente, essa empresa de pesquisa – fundada em 1942 – se chama IBOPE Inteligência. A divisão de pesquisa de mídia integrou o IBOPE até 2014, ano em que ela passou a pertencer ao grupo Kantar e a se chamar Kantar IBOPE Media. Na comunicação, Ibope também pode se referir à audiência, sobretudo, aos índices de audiência, aos índices medidos, antes, pelo IBOPE e, agora, pela Kantar IBOPE Media. É como a figura de linguagem que toma o nome do fabricante pelo nome do produto, como o nome do fabricante Bom Brill costuma ser usado para chamar as esponjas de aço, por exemplo. Aqui, neste texto, a palavra Ibope se refere aos índices de audiência.

¹³ Em TV, chama-se trilha característica a música que identifica um programa, que inicia e encerra um programa e que inicia e encerra os blocos de um programa.

e elementos complementares. Por exemplo, nos quadros nos quais os sem-rostos em análise se manifestaram, o *Jornal Racional* e o *DNA*, recebe uma bancada de telejornal e uma varanda de casa, respectivamente. Tudo isso – cenário, espaços de palco e plateia, *personas*, personagens, relações circenses, outros cenários e elementos complementares – oferta sentidos à ethicidade *Programa do Ratinho* e aos seus mundos. Outras características são os gritos e as brigas entre a *persona* apresentador Ratinho e as *personas* e os personagens do elenco do programa e entre os participantes do programa e o tom de denúncia. Apesar de os mundos do programa serem plásticos e coloridos e demarcarem molduras que, geralmente, estão bem separadas em outros programas de outras emissoras, o tom da fala do apresentador costuma ser de denúncia e de reivindicação. Essa denúncia e essa reivindicação podem ser sobre a paternidade e as suas responsabilidades, sobre os modos de operar do poder público, sobre os comportamentos da sociedade, etc. O programa como um todo e o apresentador em particular, então, parecem se construir entre o circense e o justiceiro.

Atualmente, o *Programa do Ratinho* se organiza em forma de quadros. Cada dia da semana tem um quadro diferente. Na quarta e na quinta-feira, vão ao ar os quadros *DNA* e *Jornal Racional*, respectivamente. Esses dois quadros tradicionais do programa são bastante conhecidos, vem resistindo às mudanças de formato e dão identidade ao *Programa do Ratinho*. Neles, os dois sem-rostos em análise apareceram, a personagem sem-rostos *Sombra*, o locutor do programa, e a *persona* sem-rostos Gabriel, o suposto pai adolescente de uma criança de quem se desconhece a paternidade. Na sequência, ver-se-á quem são esses dois sem-rostos; sobretudo, como eles são moldurados pelo programa e pelos respectivos quadros e como são construídos enquanto ethicidades televisivas. Eles são moldurados de formas bem diferentes no programa, uma vez que um é da casa e outro, um visitante.

5.1.3.1 O Sombra

Sombra é o primeiro sem-rostos do *Programa do Ratinho* a ser abordado. Ele assume como rostos e como corpo inteiro a figura de uma silhueta em sombra. É um personagem e um locutor que participa de todas as edições do programa. Para dissecar as molduras com as quais é moldurado e construído, parte-se da edição de 02 de março de 2017 do quadro de programa *Jornal Racional*¹⁴. (PROGRAMA DO RATINHO, 2017b, 2017c).

A figura 29 evidencia os frames do trecho de 1 min e 25 s que corresponde ao quadro *Plantão do Sombra*, um dos quadros do *Jornal Racional*, que, por sua vez, como eu já disse, é

¹⁴ Disponível em: <<https://www.dailymotion.com/video/x5ds4i1>>.

um quadro do *Programa do Ratinho*¹⁵. Nesse trecho, tem-se a seguinte situação: a *persona* apresentador Ratinho chama o quadro *Vem quem quer*; a *persona* do *Programa do Ratinho* Lucimara Parisi é interrompida pelo *Plantão do Sombra* ao apresentar o candidato do concurso de talentos *Vem quem quer*; o Sombra faz o plantão; e o Ratinho encerra a participação de Sombra e dá continuidade ao quadro interrompido.

¹⁵ No vídeo da edição de 02 de março de 2017 do *Jornal Racional*, o trecho de 1 min e 25 s que corresponde ao *Plantão do Sombra* começa em 15 min e 40 s e vai até 17 min e 05 s.

Figura 29 – Sequência de frames de *Plantão do Sombra*





Fonte: Elaborada pela autora, com base em PROGRAMA DO RATINHO (2017c).

Feita a apresentação dessa situação, de agora em diante, abordam-se as molduras e as moldurações do sem-rosto Sombra, as quais dão se a ver nesse trecho. Elas constroem esse personagem sem-rosto como ethicidade televisiva e ofertam sentidos a ele.

O quadro de programa *Jornal Racional* é uma moldura do personagem sem-rosto Sombra. E essa moldura oferta sentidos de inversão. A inversão é pensada aqui nos termos de DaMatta (1997). Para o autor, a inversão é o mecanismo básico do Carnaval. O Carnaval é classificado por ele como um ritual nacional e entendido por ele como um rito que dá a ver a sociedade, a sua realidade e a sua estrutura, desde um determinado ponto de vista, desde o ponto de vista do povo. O povo organiza e realiza o Carnaval, um evento extraordinário previsto e informal, o qual acontece a cada ano antes da Quaresma e no qual predominam a brincadeira, a diversão e a licença de regras. Nesse evento, todos brincam, e "[...] o processo [de inversão] é radical no sentido de realmente provocar um deslocamento completo de elementos de um domínio para outro do qual esses elementos estão normalmente excluídos". (DAMATTA, 1997, p. 79-80). Assim, no Carnaval, por exemplo, o pobre se fantasia de rei e brinca de ser nobre quando, na verdade, a sua realidade é bem diferente. No Carnaval, homens também se vestem de mulheres sem ter nenhum tipo de questionamento social, como poderiam ter em tantos outros espaços sociais, já que o Carnaval é um espaço onde se tornam

legítimas toda e qualquer inversão. O *Jornal Rational* não é Carnaval, mas se constitui identitariamente como sendo um espaço que autoriza algumas inversões. Ele inverte, por exemplo, o telejornal, e o modelo do qual parte para fazer essa inversão é o *Jornal Nacional*, da Rede Globo.

O *Jornal Rational* envolve a *persona* apresentador Ratinho e o elenco do *Programa do Ratinho*, as *personas* e os personagens Zezinho Gasolina, Faxinildo e Santos, Milene Pavorô, Rhenata Schmidt e Valentina Francavilla e Marquito e Lucimara Parisi. Tem ainda o Sombra, o personagem sem-rostro em análise aqui. Essas *personas* e esses personagens são molduras do *Jornal Rational*. Juntos, constroem um telejornal às avessas. O *Jornal Rational (JR)* inverte o título, a trilha característica, o cenário, a bancada, os apresentadores, a apresentação e a estrutura do telejornal *Jornal Nacional (JN)* e, na sobreposição dessas molduras, constrói outros sentidos identitários.

Sobre o título do *JN*. Aliás, como já comentei, nomes de programas de *personas* e de personagens são sólidas molduras que dão sentidos àquilo que titulam. Enquanto a palavra *Nacional* do *JN* remete à abrangência nacional do telejornal, a palavra *Rational* do *JR* remete à *persona* Ratinho e à palavra *rational* em inglês ou *racional* em português. A *persona* Ratinho é moldurada como o grande apresentador, o escada e o Clown Branco do *JR*, como será explicitado melhor adiante. Ela interage com todas as *personas* e personagens do elenco e sempre está envolvida em tudo o que acontece no *JR*. Como em seu programa, aqui, a *persona* Ratinho tem centralidade, e não é à toa que o título do telejornal remeta a ela. E a palavra *racional* é um adjetivo que pode caracterizar algo que tenha coerência e lógica. No *JR*, ela é invertida para moldurar um telejornal invertido que não tem a coerência e a lógica habituais na sua apresentação e na sua estrutura, como também será explicitado melhor adiante. Sendo assim, a moldura título do *JR* enuncia a centralidade da *persona* Ratinho e uma característica invertida. Nessa inversão, o título do *JR* guarda ainda o vestígio do título que ele inverteu.

Sobre a inversão da trilha característica do *JN*. Enquanto a trilha característica do *JN* é uma inserção sonora utilizada no início e no fim do telejornal, a trilha característica do *JR* é uma versão da trilha característica do *JN* tocada pela *Banda do Ratinho* no início do quadro *Jornal Rational* e também no início do quadro *Plantão do Sombra* e nas comemorações pela liderança no ranking de audiência, no Ibope. Os usos variados da moldura trilha característica enunciam prestígio. A característica do *JN* é muito marcante e, no imaginário, ela está muito associada ao *JN*, o telejornal de maior audiência no país e que foi tomado como modelo e

referência por outros telejornais, inclusive, de outras emissoras. O *JR* não é o *JN*, mas é moldurado por ele bem na contramão.

Sobre o cenário e a bancada do *JR*. Como eu disse anteriormente, conforme o quadro, o cenário do *Programa do Ratinho* recebe outros cenários e elementos complementares. No caso do *JR*, ele recebe uma rua e uma bancada de telejornal, mas uma bancada de acordo com a estética do programa, colorida, e, claro, invertida. Tem-se, então, o cenário de cidade à noite com prédios e uma rua e, nessa rua, a bancada na qual se sentam os apresentadores do *JR*. A bancada do *JR* tem sete *personas* e personagens do *Programa do Ratinho*, como é possível verificar no frame 11 da figura 29. Colocar *personas* e personagens juntos em uma bancada para apresentar um telejornal - e ainda por cima em número de sete - é uma coisa impensável em qualquer telejornal, mesmo em um telejornal do SBT. Com a bancada, o *JR* rompe com um cânone telejornalístico e introduz, nesse território, as marcas do circo. Ele põe mais *personas* apresentadores aí do que repórteres. Desse modo, há claros sentidos identitários de que não é o espaço de fora (do estúdio) o que o *JR* traz para o estúdio, e sim o próprio fora que está ali no espaço do *JR*. Ou seja, o *JR* é um mundo em si ou uma multiplicidade de mundos que não cabem em uma bancada.

No circo, basicamente, há dois tipos de palhaços, o Clown Branco e o Augusto. Geralmente, eles formam uma dupla e atuam juntos. O Clown Branco é o palhaço sério, esperto, elegante, autoritário, e o Augusto é o engraçado, bobo, inocente, desajeitado, desastrado, inoportuno. O último sempre sofre nas mãos do primeiro. No Brasil, o primeiro também é conhecido como escada. Por aqui, o escada é quem ajuda o palhaço ou o mágico a realizar um número. (BOLOGNESI, 2003; BOLOGNESI, 2009; FELLINI, [2017?]; GOMES, 2012; PALHAÇO..., 2009; PALHAÇO, 2018). No *JR*, a *persona* Ratinho é o escada e o Clown Branco. Escada porque sempre participa dos números dos outros palhaços do *JR*, e Clown Branco porque como tal sempre é o mais sério, esperto, elegante e autoritário, afinal, ele é o patrão das *personas* e personagens do elenco. As *personas* e personagens do elenco são os Augustos. Geralmente, eles realizam os quadros ou os números circenses do *JR* a partir da autorização do grande apresentador, Ratinho. Na bancada, lado a lado, vê-se a diferença entre os palhaços pela forma como se vestem e pelos lugares que aí ocupam.

Desde a rua, a *persona* Ratinho e as demais *personas* e personagens do elenco apresentam e realizam os quadros do *JR*. Como no Carnaval, legitimam a moldura do *JR* e a do *Programa do Ratinho* em geral, que, por sua vez, moldura o próprio *JR* como um espaço onde deve haver inversão das lógicas racionais, legitimam ainda a existência das lógicas mais marginais circenses, cujos emolduramentos devem ser ainda melhor pensados. De forma mais

escancarada, a licença de regras se desenrola sem formatos de notícia tradicionais (notas, boletins, reportagens, entrevistas, previsões do tempo, construção do tempo presente pela atualidade) e sem script rígido de telejornal. Enquanto os jornais apresentam o que dão a ver como principais notícias de um dia do Brasil e do Mundo a partir de um script construído como organizado, coerente e lógico, *racional*, o *JR* apresenta e realiza vários quadros em intercalações, interrupções, atravessamentos e improvisos, sem a coerência e lógica habituais. Os telejornais constroem certa organização de um mundo em caos, e o *JR* constrói o caos em um mundo televisivo que recicla imaginários diversos.

Ainda assim, o *JR* se organiza em quadros, algo mais próprio das revistas eletrônicas e dos programas de variedades do que dos jornais. São eles: *Pensamento do Dia*; *E-mails*; *Vem quem quer*; *Declaração de Amor*; *Vídeos da Valentina e Vídeos da Rhenata*; *Você no Ratinho*; *Mágicas do Santos*; *Plantão do Sombra*; *Performances do Marquito*; *Nosso Povo Nossa Gente*; e piadas. O *JR* inverte a apresentação e a estrutura de um telejornal, mas a seu modo – circense – e introduz claramente sentidos populares (por exemplo, com o nome do quadro *Nosso Povo Nossa Gente*, mas não só).

Um dos quadros do *JR* ou um dos números circenses do espetáculo *JR* é o *Plantão do Sombra*. O *Plantão do Sombra* é uma moldura do *JR* e também do personagem sem-rostro Sombra. Mas, antes de verificar como o *Plantão do Sombra* moldura o personagem sem-rostro em análise, é preciso recuperar quem é esse personagem no programa.

O radialista Alvino Batista Soares é quem faz o personagem Sombra. Especificamente no *Programa do Ratinho* do SBT, ele dá vida ao personagem desde 1998. Contudo, trabalha com o Ratinho há mais tempo. Primeiro, trabalhou com ele na Rádio Eldorado do Paraná. Depois, na televisão. Foi repórter policial dos programas *Cadeia*, de 1994 a 1995, e *190 Urgente*, em 1996, ambos da CNT. Esses dois programas antecederam o *Ratinho Livre*, de 1997, da Rede Record, o qual levou Ratinho ao auge. (SANCHES, 2007). Segundo Alvino Batista Soares, em entrevista ao Jornal O Debate, ele fazia locução no *Ratinho Livre* quando surgiu a ideia do personagem Sombra. A inspiração foi o personagem O Sombra da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, o qual ganhava voz com o locutor Saint-Clair Lopes.¹⁶ (SANCHES, 2007). Assim, a silhueta do Sombra tomou forma. Alvino ficava de perfil, de frente para o microfone, enquadrado da altura do peito para cima, entre a luz e uma tela que evidenciava a sua sombra. Na sua trajetória no *Programa do Ratinho*, Alvino já foi escondido por diferentes telas e biombos, mas a silhueta de Sombra é a mesma até hoje. Lembra também

¹⁶ O personagem O Sombra que serviu de inspiração ao Sombra de Ratinho será retomado adiante neste texto.

as sombras chinesas¹⁷, como se a mesma figura estivesse a projetar sempre a mesma sombra na tela. No frame 07 da figura 29, tem-se a *imagem-rosto* de Sombra, o *visus* de Sombra, nos termos de Gomes (2016) e Canevacci (2009), respectivamente. Atualmente, o personagem Sombra se atualiza na maior janela de um prédio de tijolos à vista verde claro do cenário do *Programa do Ratinho*; na verdade, a janela é a tela sobre a qual é projetada a sombra de Alvin Batista Soares, e o prédio, o biombo que esconde o locutor. Em todo caso, as imagens técnicas do Sombra são o que nos dão a ver esse sem-rosto.

O rosto dessa ethicidade/moldura nunca aparece, ou melhor, se atualiza na forma de Sombra. A sombra de algo ou alguém é, geralmente, o resultado de um choque entre um corpo (humano ou de qualquer outra materialidade) e os raios de luz. De um lado, Alvin Batista Soares é alguém desconhecido para muitos telespectadores; de outro, Sombra é uma personagem bastante conhecida do *Programa do Ratinho*. A sombra não está mais submetida ao corpo e aos seus movimentos. Ela tem existência em si própria e dispensa o corpo que a projeta.

Conforme Kilpp (2003), o personagem sem-rosto Sombra é uma importante ethicidade que participa da enunciação da ethicidade *Programa do Ratinho*. No SBT, nos primeiros formatos do *Programa do Ratinho*, as principais funções de Sombra eram anunciar as atrações, os convidados e os participantes dos quadros e auxiliar o apresentador no andamento do programa. Essa última função foi destacada por Kilpp (2003). Segundo a autora, em 2000, Sombra tinha que "[...] 'colar' o andamento do programa a um roteiro pré-definido [...]". (KILPP, 2003, p. 125). Se Ratinho se perdesse ou se esquecesse de algo ou não soubesse o que viria em seguida, ele procurava o locutor, e Sombra deveria saber socorrê-lo. Assim, dos dois, Sombra era quem melhor conhecia o conteúdo de uma edição. A relação entre o apresentador e o locutor nem sempre era amistosa. Por vezes, Ratinho rasgava a tela de Sombra com as mãos, com o cassetete, com o sapato ou com outro objeto qualquer a fim de acertá-lo. Estes modos de agir reforçam a construção do avesso de um telejornal em que o tom é sempre pausado, calmo e construído como respeitoso.

O *Plantão do Sombra* entra com uma vinheta, lembrando o importante que as vinhetas são em termos de produção de sentidos para aquilo que molduram (programa, quadro, emissora, etc.). Essa vinheta utiliza molduras semelhantes às das vinhetas de plantões jornalísticos, como a trilha característica e a identificação. Ou seja, o Sombra é um sem-rosto

¹⁷ As sombras chinesas são um tipo de teatro em que bonecos de papel com varas são manipulados entre uma parede ou uma tela e uma fonte de luz. Os bonecos, então, projetam sombras na parede ou na tela. Assim, conta-se ou encena-se uma história. Além de bonecos de papel, é possível utilizar as mãos para formar figuras e, assim, projetar sombras.

que tem nome e profissão, é repórter e apresentador do *Jornal Rational*. A trilha característica é a mesma do *Jornal Rational*, tocada pela *Banda do Ratinho*. E a identificação *Plantão do Sombra* é feita com uma inserção gráfica e uma *voz off* masculina. A inserção gráfica traz a silhueta do locutor e o nome do quadro. E a *voz off* diz o nome do quadro. Essa *voz off* é em excesso e, sendo assim, conforme Canevacci (2009), duplica os códigos (visual e oral) para um público pouco alfabetizado na linguagem audiovisual. Como a característica, a inserção gráfica e a *voz off* surgem praticamente ao mesmo tempo sobre a imagem de Sombra em seu prédio, aí, tudo é redundante. Sombra; a silhueta e o nome de Sombra na inserção gráfica; e o nome de Sombra na *voz off*. A construção audiovisual reforça que esse plantão é *do Sombra*. Ou seja, a construção toda vai na contramão do anonimato do sem-rostos.

A moldura plantão jornalístico traz sentidos de jornalismo e de notícias urgentes. Ao interromper a *persona* Lucimara Parisi e o quadro *Vem quem quer* com o *Plantão do Sombra*, supostamente, o Sombra teria que noticiar urgentemente um acontecimento extraordinário e importante. Contudo, as notícias trazidas pelo plantão tensionam a temporalidade do imediato, clássica dos plantões jornalísticos.

As três "notícias" construídas pelo personagem em seu plantão tem o formato de pergunta e começam com as palavras "*Você sabia que...*", algo próprio de um certo formato de "curiosidades" nas mídias, isto é, informações que tendem a passar despercebidas por não responder à urgência dos fatos imediatos. Então, as três curiosidades são: "*Você sabia que antes de 1800 os sapatos para os pés direitos e esquerdos eram iguais?*"; "*Você sabia que as ovelhas não bebem água corrente?*"; e "*Você sabia que uma pulga fêmea consome por dia 15 vezes o próprio peso em sangue?*". Ratinho comenta cada uma das "notícias". E, em meio aos comentários, ouvem-se outras *personas* e personagens, risadas e inserções sonoras, inclusive de questões banidas pela televisão, como arrotos e outros sons culturalmente tidos como do âmbito privado. Além disso, ao longo de todo o plantão, ao fundo, ouve-se uma trilha que foge da seriedade que teria de fato um plantão jornalístico.

Ainda é importante trazer uma outra referência do Sombra, além da já comentada. Houve um personagem O Sombra que surgiu em 1930 nos Estados Unidos. Inicialmente, O Sombra era um misterioso apresentador de histórias fictício de *Detective Story Hour* - programa de rádio que era patrocinado pela editora de pulps Street & Smith para divulgar as histórias de detetive da revista *Detective Story Magazine*. Com o sucesso do apresentador, a editora pediu ao escritor Walter Brown Gibson que transformasse O Sombra em um

personagem de pulp fiction¹⁸. Gibson atendeu ao pedido da Street & Smith e adotou o pseudônimo de Maxwell Grant para escrever as histórias. Então, em 1931, foi lançado o pulp O Sombra. Em 1937, Gibson/Grant escreveu a série O Sombra para o rádio. Na verdade, Gibson/Grant criou dois personagens - um para o pulp e outro para o rádio. No pulp, O Sombra é o aviador Kent Allard, que adota identidades falsas, como Lamont Cranston, para esconder a sua existência. E, no rádio, O Sombra é apenas Lamont Cranston. Contudo, O Sombra tem características semelhantes tanto no pulp quanto no rádio, como, por exemplo, ser justiceiro, excelente detetive, bom atirador e lutador, atuar com discrição, aparecer e desaparecer discretamente e marcar presença pela sombra. No rádio, tem ainda as características de se tornar praticamente invisível e de manipular a mente das pessoas que tem a maldade em seus corações. O jovem Orson Welles foi quem interpretou O Sombra no rádio de 1937 a 1938, dando-lhe uma forte identidade. Uma das frases mais conhecidas do personagem era dita no início dos episódios - *Who knows what evil lurks in the hearts of men? The Shadow knows*. No Brasil, a série para o rádio chegou na década de 1940. As rádios Tupi, de São Paulo, e Nacional, do Rio de Janeiro, tinham como intérpretes Otávio Gabus Mendes e Saint-Clair Lopes, respectivamente. Esse último marcou os brasileiros com a mesma frase dita por Welles, mas em português - *Quem sabe o mal que se esconde nos corações humanos? O Sombra sabe*. Em ambas as versões, em inglês com Welles e em português com Lopes, a frase tinha tom e gargalhada tenebrosos. Além de botar medo, ela deixava bem claro que O Sombra sabe muito - ele é, de alguma forma, onisciente e onipresente. (FERRARETTO, 2006; LA SOMBRA..., 2018; O SOMBRA, 2018; PIPOCA & NANQUIM, 2017; RÁDIO MEC, 2014; RELEMBRE..., 2014; ROBB, 2017; THE SHADOW, 2018; WALTER..., 2018). O Sombra do *Jornal Rational* recicla a forma e alguns dos sentidos do Sombra que o inspirou.

A pergunta de O Sombra começa com as palavras "*Quem sabe...*". E as curiosidades de Sombra, com as palavras "*Você sabia que...?*". Se os interlocutores não sabem as respostas, os interrogadores, sim. *O Sombra sabe o mal que se esconde nos corações humanos. Sombra sabe que as ovelhas não bebem água corrente...* O Sombra do SBT não está interessado nos corações humanos e está mais voltado para a ethicidade que moldura: o *Programa do Ratinho*. Sombra, particularmente, sabe de coisas aparentemente sem importância para a maioria das pessoas, mas elas são interessantes em alguma medida. Contudo, no fluxo

¹⁸ Pulp fiction ou simplesmente pulp é um tipo de revista feita com papel barato, com papel de polpa de celulose. Foi um tipo de publicação bastante popular. Surgiu nos fins do século XIX, ganhou força com o passar dos anos e persistiu até a metade do século XX. Era de baixo custo, tinha algumas poucas ilustrações e trazia histórias de ficção. Em cada pulp ou em cada edição, contava-se uma história e, quando a história era grande, contava-se ela em capítulos, sendo que, aí, cada capítulo era publicado em uma edição. Essas histórias de ficção podiam ser de heróis como O Sombra, por exemplo.

audiovisual, os tensionamentos entre urgência e atemporalidade, a entrada abrupta e o conflito com o apresentador e as outras *personas* e personagens do programa são as que predominam ao conteúdo das informações. Há, ali, as remissões circenses, sim, mas há também, no conjunto de molduras, referências aos inícios do rádio e da televisão assim como a literatura policial. O Sombra tem o poder de ver e saber coisas que outros não veem e, em certa forma, por isso, o seu rosto não é como os nossos.

A *persona* Ratinho reage de diferentes maneiras às curiosidades de Sombra, e isso fica evidente em seu rosto, que expressa afectos. Nas três situações, ele passa do rosto reflexivo ao intensivo. Primeiro, ele responde com indiferença, "*É... Até hoje também é igual. Todo mundo tem o pé torto. É...*". (Frames 8 a 10). Depois, reconhece o desconhecimento, "*Eu não sabia disso... Eu não sabia disso... Eu não sabia disso...*". (Frames 14 a 16). Por fim, ele se irrita e faz uma pergunta desbocada à Sombra, encerrando, dessa forma, abruptamente, o *Plantão do Sombra*, "*Você sabia que eu queria que você fosse a p**** ** * *****?*". (Frames 20 a 24). Na última situação, a *persona* Ratinho responde ironicamente com uma curiosidade, utilizando a molduração "*Você sabia que...?*", a mesma das curiosidades de Sombra. Isso atinge Sombra, que responde ironicamente que não sabia que Ratinho queria que ele fosse a p**** ** * *****. Conforme vemos no frame 24 da figura 29, a construção de que uma palavra inadequada está sendo dita se dá sonoramente com uma buzina que abafa a voz de Ratinho e uma marca sonora, uma espécie de mancha azul sobreposta à boca do apresentador. Ainda na última situação, percebe-se que o personagem sem-rosto Sombra fica no ar com o seu plantão apenas durante o tempo que a *persona* Ratinho permitir. Em outras palavras, é a *persona* Ratinho quem determina quando o *Plantão do Sombra* terminará.¹⁹ Geralmente, é desta forma - com o apresentador irritado retrucando algo ao Sombra e dando continuidade ao *Jornal Rational*. No frame 27, é possível ver que a *persona* Lucimara Parisi retoma o *Vem quem quer*, "*hahaha... Vamos lá, Ratinho. O candidato adora funk... Se inscreveu aqui para mostrar todo o seu talento...*".

5.1.3.2 O Gabriel

O quadro de programa *DNA* do *Programa do Ratinho* patrocina exames de DNA para homens e mulheres que tem dúvidas sobre a paternidade de uma criança e não tem condições

¹⁹ Aqui, há uma inversão de telejornal. O plantão jornalístico termina quando todas as notícias são apresentadas; e, aqui, o apresentador interrompe o plantão. No *Programa do Ratinho*, as coisas acontecem de uma forma inesperada e caótica, que tensiona a ordem das vozes organizadas na arena do telejornal. O plantão termina de forma inesperada; portanto, não segue o cânone do telejornalismo.

financeiras de pagar os exames. Essa moldura constrói sentidos “populares” para o programa, mas, desta vez, não associados exclusivamente ao circense (que, de todos os modos, atravessa todo o programa com ethicidade específicas, como com a presença de palhaços, anões, etc.). Aqui, são reciclados imaginários e problemas de uma sociedade brasileira na qual o percentual de famílias chefiadas por mulheres no país cresceu entre 2000 e 2010, passando de 22,2% para 37,3%, e na qual, principalmente nas classes mais populares, as crianças crescem sem saber quem é o seu pai (seja porque ele abandonou a sua família, seja porque a sua mãe teve relacionamentos simultâneos, entre outras razões possíveis, como, inclusive, o tráfico de crianças). (FAMÍLIAS..., 2012). Dessa forma, o quadro *DNA* recicla traços e imaginários de um problema muito sério e delicado da sociedade brasileira que envolve toda uma rede de questões sociais, econômicas e culturais. É claro que esse problema não é exclusivo das classes mais populares, mas é nelas que ele se dá com mais visibilidade e é assim que essas classes são molduradas nesse quadro do *Programa do Ratinho*.

O quadro, então, se enuncia como sendo uma prestação de serviço para esse problema e ele consiste em uma espécie de troca. O programa recebe as inscrições, seleciona os casos e realiza os exames de DNA dos supostos pais e dos seus supostos filhos, e, em troca, as pessoas aceitam dar visibilidade aos casos e aos resultados desses exames no palco do programa, pautando, assim, o quadro. Segundo Ratinho, o *DNA* surgiu quando uma pessoa foi ao programa fazer um exame de DNA, e isso rendeu audiência. Desde então, passou a ser realizado e, hoje, é um dos quadros mais antigos do *Programa do Ratinho*. No imaginário, tem-se o DNA como exame de verificação ou de comprovação de paternidade; e o quadro de programa *DNA* tem uma sólida moldura que é a briga pela paternidade entre os envolvidos no caso, mediada pelo apresentador. Discussões, brigas, agressões, ofensas e xingamentos fazem parte do quadro. Ratinho encerra ou acirra ainda mais a briga com as revelações. Esse quadro está tão presente na história e identidade do programa que, atualmente, o seu título é apenas *DNA* - palavra que remete a todos esses sentidos de exame, briga e revelação da paternidade. Sendo moldurada por esse quadro, a *persona* sem-rostro Gabriel é uma *persona* envolvida em um caso de DNA.

Gabriel apareceu na edição de 26 de outubro de 2016 do quadro de programa *DNA* do *Programa do Ratinho*²⁰. (SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO, 2016). Geralmente, as duas partes envolvidas na discussão de paternidade são apresentadas mostrando o rosto. Neste

20

Disponível

em:

<<http://www.sbt.com.br/ratinho/videos/categoria/5986/ed867b6f1a51f98c62cb15ee5362c266/Teste-de-DNA-261016-Completo.html>>.

caso, especificamente, a *persona* apresentador Ratinho inicia apresentando a mulher, Jéssica, e a familiar que a acompanha, a sua irmã, Tainá. As duas aparecem no lado direito da figura 30. Jéssica explica que pediu o teste de DNA porque Gabriel é o pai de sua filha e ele não aceita. Ratinho não é o único que está em pé. Outras *personas* e personagens, que, neste caso, lembram seguranças (“guarda-costas” de Ratinho que o ajudarão a conter as brigas), reforçam os traços circenses misturados a um certo imaginário de briga de família, de briga de bairro. Eles estão em pé e em uma atitude de alerta. Mas só o apresentador fala no microfone e faz as perguntas. Ele se movimenta pelo espaço do cenário enquanto os convidados permanecem em seus lugares.

Figura 30 – A apresentação das partes envolvidas no caso de DNA



Fonte: Elaborada pela autora, com base em SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO (2016).

Como é de costume, vemos dois bancos enfrentados: de um lado, Jéssica e Tainá, e, de outro, a *persona* chamada Senhorinha, a qual representa o lado do acusado de pai. Ambos os bancos enfrentados lembram um ringue ou um julgamento popular. Sonoramente, as *personas* e personagens do programa e a plateia se manifestam com comentários, palmas, vaias. Desde os começos, vemos um rapaz atrás de um biombo. Nesse biombo, vê-se a sombra do rapaz, a qual destaca o seu perfil e o seu boné, algo que remete ao universo de criança ou adolescente. Nós - e aqueles que estão nos diversos espaços do quadro - não vemos Gabriel, mas a *persona*

Ratinho se dirige ao outro lado do biombo e explica que ele está lá porque é menor de idade²¹. Um enquadramento geral mostra as *personas* e personagens que parecem guardiãs da ordem do quadro ou do que está por vir e a *persona* apresentador Ratinho olhando para a *persona* sem-rostro Gabriel e descrevendo algumas questões para reforçar que ele tem uma outra visão do jovem, “*Você usa brinquinho, né? Fala no microfone... Pode falar no microfone...*”. Aí, se desenvolve um rápido diálogo em que o Ratinho pergunta ao Gabriel se ele conhece a Jéssica. Na sequência, uma série de espaços e *personas* e personagens molduram sentidos para o sem-rostro, e nós vamos ver isso de agora em diante.

Ratinho pergunta a Jéssica se ela recebe pensão de Gabriel para a sua filha de um ano e 10 meses e, diante da negativa dela, se dirige a alguém que está em pé em frente à plateia, “*Doutor, quando o suposto pai é menor de idade é obrigado a pagar pensão?*”. Um homem de terno e gravata responde que sim (figura 31). Não há créditos de identificação e profissão, mas esse homem de terno e gravata é moldurado como o advogado do quadro. Na sequência, segue uma alternância de planos entre a *persona* Ratinho e esse “especialista”, que contracena com o apresentador na defesa de criminalizar menores, já que “*Os cara briga, mata, apronta... Ah, menor de idade... Eu sou menor de idade... Como é que para fazer filho não é menor de idade?*”, diz o Ratinho. O “especialista” responde que a responsabilidade continua, e, em uma troca de planos, os dois reforçam que, com 16 anos, os adolescentes já podem se emancipar. “*O cara vota, ele resolve o problema do país com o voto dele, mas ele não pode ser preso, não pode ser nada, é coitadinho...*”, diz o Ratinho. Os rápidos contraplanos do “especialista” confirmam as ideias de Ratinho. A plateia aplaude com a fala de Ratinho, e, aí, então, entram várias e diferentes inserções sonoras, buzinas e sons musicais que sugerem a presença de uma bomba enquanto que, em um primeiro plano, olhando para a câmera e, logo, para os seus telespectadores, com o seu dedo indicador direito em riste, o apresentador repete, “*Está tudo errado!*”.

²¹ Ao utilizar esta expressão *menor de idade*, Ratinho indica que Gabriel é um adolescente que ainda não tem 18 anos e, portanto, ainda não alcançou a maioridade penal.

Figura 31 – O advogado do *DNA*

Fonte: Elaborada pela autora, com base em SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO (2016).

Nas palavras do apresentador, os menores de idade são capazes de “trepar”, mas não podem trabalhar. O “especialista” confirma essas questões, e a plateia, formada em quase sua totalidade por mulheres, bate palmas com entusiasmo. O apresentador repete ideias-clichê que parecem fazer sentido pelas suas redundância e repetição simplista, opiniões eticamente bem questionáveis, embora, muitas vezes, presentes no senso comum. Explicações redundantes para uma questão bem complexa. Esta retórica da diminuição da idade penal sem maiores problematizações e em uma mudança rápida de planos que confirmam, por todos os ângulos, a verdade incontestável da ethicidade “menor criminal” é uma moldura que abre um sentido possível para a *persona* sem-rostro deste quadro.

Voltando-se novamente para o “especialista”, o apresentador reforça que ele começou a trabalhar com oito anos de idade, e, do nada, Santos, um palhaço e personagem do elenco do programa, sentado em meio à plateia, faz uma pergunta ao “Doutor” sobre assédio sexual. Ele refere que um colega anão teria cheirado o cabelo de uma colega e ele quer saber se constitui assédio sexual. Muito rapidamente, abordados assuntos emergentes com rápidas alternâncias de planos, e personagens que se misturam com *personas* operam uma banalização dessas temáticas. Questões complexas e polêmicas sobre as quais tem se amadurecido em termos jurídicos, sociais e culturais são molduradas no programa com o retorno de estereótipos de diversos níveis de pré-conceito. Uma certa sociedade machista, hierárquica e pouco aberta aos

debates contemporâneos é moldurada ali na montagem televisiva e na molduração dos diversos espaços sociais presentes no programa. O Ratinho, o “especialista”, as mulheres da plateia, os palhaços.

Figura 32 – A massagem na *persona* sem-rostos Gabriel



Fonte: Elaborada pela autora, com base em SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO (2016).

Ratinho volta ao espaço entre os enfrentados e pergunta a uma das moças a sua relação com a Jessica, e ela diz irmã. Então, ele pergunta as duas sobre as diferenças de cor de pele, e elas esclarecem que são de pais diferentes. A construção de sentidos “populares” se dá, dentre outras formas, nestas questões que o apresentador busca levantar, como essa revelação de elas serem de diferentes pais, e nos modos de ele próprio e de seus convidados falarem a língua portuguesa fora de suas normas. O diálogo continua, Jéssica explica que não gosta de Gabriel, surge uma música romântica, *Amor I Love You*, da cantora brasileira Marisa Monte, e, em um plano geral enquadrado de cima, vemos a plateia cantar junto e bater palmas para essa música. O excesso de elementos dentro do campo pode deixar na opacidade a ida de Santos para atrás do biombo e a sua massagem em Gabriel bem no momento em que a *persona* Senhorinha diz que se a criança for sua neta, ela vai assumir. (Figura 32). Aí, mostra-se a relação que ela tem com o sem-rostos Gabriel: ela é a mãe dele. Ratinho vai mais uma vez para atrás do biombo, e, agora, um outro palhaço e personagem do elenco do programa está lá, é o Faxinildo. Ratinho surpreende e expulsa Faxinildo de lá. Sem perceber a chegada de Ratinho, esse palhaço havia sugerido que Gabriel ficasse e substituísse o Sombra no programa, já que falava muito bem. O

personagem sai de trás do biombo ao melhor estilo circense e cai de bunda no chão empurrada pelo Ratinho que lhe sugere buscar trabalho em uma outra emissora. Depois de promover uma discussão entre Jéssica e Gabriel sobre se ele é o pai ou um outro garoto com o qual ela ficou no mesmo dia, depois de perguntar para Gabriel se usou “capinha”²² e ele responder que não, a *persona* Ratinho diz, “*Vamos ver aí a história como é que foi...*”, chamando a dramatização do caso, a qual entra com uma vinheta que lembra a abertura de filmes no cinema e remete ao imaginário de abertura de filmes com o leão da Metro-Goldwyn-Mayer²³, só que, aqui, o leão é substituído por um palhaço (figura 33).

Figura 33 – O leão da *International Ratinho Production*



Fonte: Elaborada pela autora, com base em SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO (2016).

Em uma situação de exposição da vida privada, como a do quadro *DNA*, as medidas de proteção à criança e ao adolescente podem ser aplicadas, conforme o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). De acordo com o ECA, a privacidade é um dos princípios que regem a aplicação dessas medidas de proteção. (BRASIL, 1990). A *persona* sem-rosto Gabriel tem direito à privacidade, à intimidade, à imagem, à preservação da sua vida privada, e a

²² Nesse momento, Ratinho usa a palavra capinha para se referir à camisinha ou ao preservativo.

²³ A Metro-Goldwyn-Mayer ou simplesmente MGM surgiu em 1924 com o magnata de negócios Marcus Loew unindo em uma as empresas Metro Pictures Corporation, Goldwyn Pictures e Louis B. Mayer Productions, todas elas eram da área do cinema. Essa empresa existe até os dias de hoje e trabalha principalmente com a produção e a distribuição internacional de filmes e conteúdos de TV. Na sua trajetória, sobretudo, nos anos de ouro, nas suas três primeiras décadas de existência, obteve muito prestígio e sucesso e conquistou muitos prêmios com as suas produções, dentre eles, 14 prêmios de melhor filme, contabilizados até 2014. Desde o surgimento da empresa em 1924, o logotipo contém o leão, Leo, e as fitas de filme com as inscrições *Ars Gratia Artis* em latim (*Arte Pela Arte* em português) e aparece nas vinhetas de abertura dos filmes produzidos pela MGM.

molduração do contraluz é um tipo de medida de proteção, embora a montagem como um todo da *persona* sem-rostos Gabriel seja uma construção de ordem ética, estética e política.

A moldura quadro de programa *DNA* é uma ethicidade televisiva constituída de outras molduras. Dentre elas, a moldura dramatização. A dramatização faz parte de todas as edições do *DNA* e consiste em uma encenação do caso do dia feita pelo elenco de atores do *Programa do Ratinho*. Ela lembra as reconstituições de fato feitas para as reportagens telejornalísticas, embora de modo caricaturesco e simplista. A dramatização apresenta uma versão do caso do dia, a qual pretende explicitar melhor os fatos desse caso, uma vez que as duas partes aí envolvidas tendem a brigar ao dar cada uma a sua versão. Contudo, a dramatização do *DNA* opera uma inversão, nos termos de DaMatta (1997), ao passar da drama(tização) à comédia. Ela moldura as *personas* Jéssica e Gabriel, faz dessas *personas* personagens e dá a elas outros rostos, levantando suspeitas sobre ambos e remetendo aos imaginários de mulher “vadia” e de homem “pegador”.

Especificamente, a *persona* sem-rostos Gabriel se torna um personagem interpretado pelo humorista Luiz Carlos Ribeiro²⁴ e recebe o rosto Japonês. Na dramatização, em *voz off*, o Sombra narra o caso e, ao apresentar a *persona* sem-rostos Gabriel, ele diz que, no mundo do funk, Gabriel é conhecido como Japonês. Essa menção do apelido impacta na exposição e na identificação da *persona* sem-rostos. No Brasil, o nome Gabriel é bastante comum. Segundo dados do IBGE, 922.744 pessoas receberam esse nome até 2000, sendo esse o 12º nome mais popular dentre os homens brasileiros²⁵. (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2016a, 2016b, 2016c). Mas, no *DNA*, não se trata de qualquer Gabriel. Trata-se do suposto pai da filha de Jéssica, do amigo de Pajé, do filho de Senhorinha e, agora, do Japonês do funk. Quem conhece o Japonês do funk conhece Gabriel. A caracterização do humorista que interpreta Gabriel na dramatização evidencia algumas características que podem tanto ser do adolescente quanto remeter ao apelido. Ela conta com roupas e acessórios de referência à cultura japonesa (como o chapéu cônico e a camisa com ideogramas) e com semblante de japonês (esse humorista tem a habilidade de transformar o rosto e, aqui, adquire olhos fechados e puxados e bigode fino e comprido). O rosto, o apelido ou a moldura Japonês molduram a *persona* sem-rostos Gabriel, dando-lhe mais sentidos, mais exposição e identificação, mais subjetividade. Essa é outra forma, além do sem-rostos atrás do biombo, com a qual o rosto Gabriel é atualizado no programa. De certa forma, o *visus* do personagem

²⁴ O humorista Luiz Carlos Ribeiro é bastante conhecido no *Programa do Ratinho* pelas suas caretas e pela sua personagem Rodela.

²⁵ Dados pesquisados na ferramenta Nomes no Brasil do IBGE. A ferramenta tem o Censo Demográfico de 2010 como fonte de informações.

Gabriel interpretado pelo humorista do programa funciona como uma máscara da *persona* sem-rostro e evidencia algumas características de forma caricata e as oculta ao mesmo tempo.

Outras duas molduras do quadro de programa *DNA* que trazem sentidos à *persona* sem-rostro Gabriel são os cenários do programa e do quadro. Como já foi comentado antes, o cenário do *Programa do Ratinho* é uma cidade cenográfica de estética plástica e colorida com estruturas que remetem ao papelão ou a materiais semelhantes, é parte do palco; o cenário do *DNA* é uma varanda, é um cenário complementar. A varanda fica em uma rua no centro dessa cidade, ou melhor, ela fica no palco do programa. A moldura cenário varanda traz sentidos de lar, e a briga do *DNA* seria, então, uma briga de família. Contudo, a varanda é um ambiente intermediário entre a intimidade da casa e a exposição da rua, e essa briga de família seria, então, exposta àqueles que estão na rua. No imaginário, tem-se a briga de família vista ou ouvida por vizinhos e também o barraco. Os vizinhos, na plateia, participam aplaudindo ou vaiando. Popularmente, barraco é a forma de nomear uma grande briga, um grande escândalo, uma grande confusão em público. Geralmente, acontecem agressões, ofensas, xingamentos no barraco. No *DNA*, a briga de família é a briga pela paternidade entre as partes envolvidas no caso de *DNA*, a qual, muitas vezes, vira um barraco no palco do programa. Aliás, atualmente, o *DNA* é o único quadro do *Programa do Ratinho* que não é realizado ao vivo. Antigamente, ele até acontecia ao vivo, mas, segundo Ratinho, hoje, é gravado, justamente por conta dessas brigas. A rua é desde onde a briga ou o barraco é visto por quem está no palco, na plateia e em casa e, resgatando DaMatta (1997), a rua é o espaço do Carnaval, o espaço apropriado para brincar e o espaço no qual acontecem as inversões.

A segunda inversão a ser destacada é as roupas que as *personas* vestem. Com exceção da *persona* Gabriel, cuja roupa é uma sombra, as *personas* Jéssica, Senhorinha e Tainá usam maquiagens e penteados de festa, e as duas primeiras usam também vestidos e sapatos de festa. No Carnaval, a fantasia, de acordo com DaMatta (1997, p. 61), "[...] faz uma síntese entre o fantasiado, os papeis que representa e os que gostaria de desempenhar". Essas roupas que as *personas* vestem lembram as fantasias do Carnaval. São pessoas das classes mais baixas da sociedade vestidas como se fossem a uma festa, à festa-barraco do *Programa do Ratinho*. Contudo, essa produção junto com os diálogos e movimentos no palco moldura essas *personas* de modo caricato.

5.2 O SEM-ROSTO NA REDE GLOBO

Neste subcapítulo, eu faço uma cartografia das atualizações do rosto no sem-rosto da Rede Globo, particularmente, em três sem-rosto do programa *Fantástico*. Autentico, aqui, as molduras e as moldurações com as quais esses sem-rosto se constroem para apreender os sentidos e os imaginários convocados nesses construtos. Antes de abordar especificamente o sem-rosto no *Fantástico*, passo pela emissora de TV Rede Globo a fim de compreender os seus sentidos identitários, os quais são demarcados por algumas molduras características.

5.2.1 O Rosto Da Rede Globo: O Padrão Globo de Qualidade

A Rede Globo é a maior emissora de TV aberta do Brasil. De acordo com informações da própria emissora, ela é formada por 123 exibidoras, sendo exibidoras as emissoras próprias e afiliadas. (REDE GLOBO, 2017a). Especificamente, dentre as emissoras próprias, duas são as emissoras geradoras, as quais produzem programas de abrangência nacional da grade de programação de Rede Globo, a TV Globo Rio de Janeiro e a TV Globo São Paulo. A origem da rede está na TV Globo Rio de Janeiro. Ela passou a ser estruturada em 1957 e só foi inaugurada em 1965. Desde então, a emissora cresceu, constituiu uma rede e, hoje, a Rede Globo alcança 99,6% de toda população brasileira. (REDE GLOBO, 2017b). Nessa trajetória, dentre outras coisas, consolidou uma estética própria e um padrão de fazer TV que tem servido de modelo para outras emissoras, sejam elas de sua rede, sejam elas de concorrentes.

Uma das questões chave para entender os sentidos identitários da emissora é a construção de seu padrão estético. De acordo com Kilpp (2003), a estética da emissora é uma moldura que oferta sentidos identitários à emissora, ao canal e às imagens produzidas pela emissora e veiculadas no canal. Para essa autora, "[...] a TV Globo foi a única emissora que "pensou" eticamente na estética televisiva, aquela que engendrou um padrão e o impôs a toda programação da rede como identidade". (KILPP, 2003, p. 80). Essa estética e esse padrão foi chamado de Padrão Globo de Qualidade (PGQ), caracterizado por uma estética *clean*.

O PGQ se consolidou na década de 1970, pouco tempo depois de a TV Globo Rio de Janeiro ter sido inaugurada. Alguns autores atribuem a José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, o diretor de programação e produção da emissora na época, a criação e a implementação do PGQ. Um deles é Walter Clark, o diretor-geral da TV Globo que trouxe Boni à emissora em 1967. Segundo Walter Clark, conforme a Rede Globo se expandia com emissoras filiais, conseguia mais recursos, ganhava mais dinheiro, sentia o aumento de expectativas, "[...] Boni

lascava o chicote no lombo da tropa, pedindo sempre mais qualidade, obsessivamente. [...]". (CLARK; PRIOLLI, 2015, livro eletrônico, não paginado). Oliveira Sobrinho (2011) diz que o PGQ não foi criado nem por ele e nem por ninguém. Na perspectiva dele, a busca pela qualidade estava presente no trabalho de vários profissionais da emissora. Por isso, ele atribui o PGQ a uma longa listagem de profissionais de diferentes áreas de atuação, sendo esses profissionais por ele considerados como intolerantes. Para Oliveira Sobrinho (2011), ser intolerante é buscar qualidade e perfeição no que se faz e se produz. Em um relato para Kehl (1986 apud MONTAÑO, 2004, p. 29), entende que esse “rigor” - chamado pelos produtores da Rede Globo de “qualidade e perfeição” - é um modo de construir todos os produtos da emissora com alguns pressupostos técnicos e estéticos e algumas cores, filtros e lentes que levam a exibir o mundo na sua tela de maneira própria dessa emissora. Boni - ao falar de como foi se construindo a emissora e a grade de programação - diz que os produtos de qualidade geram a confiança e a afetividade dos telespectadores e do mercado e, com isso, o hábito de assistir à Rede Globo. Enfatizo essa última questão, que é destacada também por Kilpp (2003), entre outros autores: a televisão instaura conosco uma relação de hábito.

Para habituar o telespectador a ver nosso canal, precisamos colocar no ar um produto que você e o mercado estejam dispostos a consumir. E você e o mercado tem que confiar que, assim que aquele produto acabar, vai ser substituído por outro que mereça igual confiança. Na relação do hábito, passa a existir também a afetividade. (KEHL, 1986, p. 186 apud MONTAÑO, 2004, p. 29).

Para Oliveira Sobrinho (2011), a expressão Padrão Globo de Qualidade também não foi criada pela emissora. “[...] Ela foi sendo usada pela imprensa e nós acabamos assimilando o rótulo.” (OLIVEIRA SOBRINHO, 2011, p. 431). Hoje, a expressão comparece no documento *Princípios e Valores da TV Globo no Vídeo*. (REDE GLOBO, 2009). Nesse documento, a Rede Globo deixa claro que vê o PGQ como patrimônio da empresa e a qualidade como elemento indissociável de sua identidade. Entretanto e para a minha pesquisa, o PGQ é um construto técnico-estético-cultural que leva a criar mundos Globo. Esses mundos podem ser de dor ou de alegria, documentais ou ficcionais, mas sempre serão mundos limpos e belos.

Para chegar à consolidação do PGQ, a Globo teve que passar por processos de mudança desde a inauguração. Para Borelli e Priolli (2000), uma série de fatores históricos construíram o PGQ. Como primeiro fator histórico, os autores citam a parceria com o grupo Time-Life, estabelecida em 1962. Com a Time-Life, a Globo adquiriu conhecimento nas áreas administrativa e técnica, tendo, na área administrativa, adotado modelo empresarial e, na área

técnica, recebido treinamento de funcionários. Com os seus próprios profissionais, com Walter Clark, por exemplo, a Globo construiu a grade de programação como nós a conhecemos hoje, matricial e atualizada, conforme Kilpp (2003), formou o seu sistema de rede nacional e passou a comercializar os seus intervalos comerciais. Outros fatores históricos são a aquisição de tecnologias como o videoteipe e a chegada de profissionais de diversas áreas de atuação (cinema, teatro, literatura...) desde os primeiros anos de vida da emissora. Segundo os autores, com isso, os padrões de qualidade foram se elevando. Contudo, para Borelli e Priolli (2000), o fator mais importante para a construção do PGQ foi a intervenção do governo na programação das emissoras, a qual pretendia acabar com o que consideravam baixo nível cultural dos programas de TV. Com isso, a Globo eliminou o que passou a considerar “mau gosto” e “popularesco” na programação. De acordo com Montañó (2004), nos primeiros anos, a TV Globo tinha programas popularescos e um padrão estético grotesco, como as emissoras da época; depois, passou a produzir programas para outro público, apoiados numa estética de classe média, a estética *clean*. Para precisar como foi a adoção dessa nova estética, Montañó (2004) traz a perspectiva do diretor de novelas da Rede Globo Walter Avancini, trazido numa fala de Kehl (1986). Ele chama a atenção para a sua característica eletrônica.

Com isso, nós passamos a ter mais cuidado com a programação, ou seja, a vestir os programas [...] Ela tem uma linguagem que foi determinada pelo equipamento, ou seja, a eletrônica criou a imagem da Globo. A sua linguagem é representativa do tipo de câmera que ela tem, do tipo de croma que ela usa. O resto é igual... Não é o profissional criando a partir do equipamento, é o equipamento se impondo, e ele mesmo sendo a linguagem. (KEHL, 1986, p. 244 apud MONTAÑO, 2004, p. 30).

Tanto Kilpp (2003) quanto Montañó (2004) falam da estética *clean* da Rede Globo. Segundo as autoras, essa estética é asséptica, clássica, bonita e limpa e sem ruídos, acidentes, interferências, erros, brancos e imperfeições. Montañó (2004) ainda faz referência a Sodré e Paiva (2002). Esses dois autores assinalam dois padrões na programação de TV, sendo um deles o de qualidade, de estética *clean*, comportado em termos morais e visuais, que sempre finge estar ao lado da cultura. Na Rede Globo, a estética *clean* está presente em tudo - dos programas à logomarca da emissora. Para Montañó (2004), vê-se claramente o uso da estética *clean* na moldura logomarca da emissora e no seu som eletrônico característico, *plim plim*. A partir dessa autora, é possível dizer que a logomarca é uma das molduras pelas quais a Rede Globo enuncia a sua estética *clean* e o seu PGQ - e que é também uma moldura importante para a Globo, uma vez que a identifica na programação do seu canal. Insisto em falar do PGQ e da sua estética *clean* porque, talvez, seja esse o *visus* mais onipresente da emissora.

5.2.2 O Sem-Rosto No Fantástico

O programa *Fantástico* é moldurado pela grade de programação da Rede Globo e vai ao ar aos domingos a partir das 21h, logo após o término do programa *Domingão do Faustão*. O programa tem cerca de duas horas de duração divididas em seis blocos. Ele ocupa esse horário das noites de domingo desde a sua estreia, a qual aconteceu em 05 de agosto de 1973. Assim, no imaginário dos telespectadores da Rede Globo, tem-se domingo à noite como sinônimo de *Fantástico*. Nesse sentido, destaco a grade de programação da Rede Globo como uma das molduras televisivas mais sólidas, que, ao longo de sua história, foi dando sentidos às agendas cotidianas.

O programa foi criado para substituir o programa *Só o amor constrói*, o qual havia sido colocado no ar provisoriamente para cobrir a saída do programa *Buzina do Chacrinha* da grade de programação da emissora. O criador do *Fantástico* foi o então diretor de operações da Rede Globo, o já mencionado anteriormente, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni. Segundo Oliveira Sobrinho (2011), ao pensar em um programa substituto, ele sempre pensava em uma revista dominical (uma moldura televisiva que dá sentidos ao programa até hoje).

[...] Mas eu não queria apenas um programa de reportagens com números musicais entremeados e sim alguma coisa que reunisse tudo o que a televisão fazia, com notícias, reportagens, música, humor, circo, dramaturgia e curiosidades. Enfim, um mosaico com todas as peças costuradas entre si para formar uma unidade. Anotei isso em um memorando e chamei o projeto de "O Show da Vida". [...]. (OLIVEIRA SOBRINHO, 2011, p. 304).

Apesar de Boni ter tido a ideia do programa, ele não deu forma ao *Fantástico* sozinho. Ele contou com a ajuda de vários profissionais da Rede Globo de várias áreas de atuação. Um desses profissionais considerou a ideia de Boni algo *fantástico*; outro sugeriu que *Fantástico* fosse o nome do programa; e outro, por fim, uniu as sugestões *Fantástico*, *O Show da Vida*, e, assim, surgiu o título que todos nós conhecemos até hoje. (OLIVEIRA SOBRINHO, 2011). Independente da história que acompanha os nomes (sempre construídos também!), o nome do programa e o lema são molduras centrais que orientam como o programa quer ser visto. Já desde os começos, sentidos relacionados a algo cotidiano, mas também a algo sobrenatural, principalmente provindos da tecnologia, molduram o programa. Dentre as atrações da primeira edição do *Fantástico*, estão as homenagens a Carmen Miranda e a Marilyn Monroe, duas personalidades que haviam falecido há 18 e 11 anos, respectivamente; a primeira história do humorista Chico Anysio com o personagem Azambuja; uma entrada ao vivo com Tostão, craque da seleção de 1970, recebendo o laudo médico que o levou a deixar o futebol; uma

transmissão ao vivo do show de Sérgio Mendes, músico brasileiro de bossa nova, no Central Park, em New York, nos Estados Unidos; uma reportagem sobre criogenia. (OLIVEIRA SOBRINHO, 2011). Sem citar números, Oliveira Sobrinho (2011) diz que a primeira edição foi um recorde de audiência. Até hoje, o *Fantástico* mantém o projeto de Boni e é um dos programas que mais rende audiência à Rede Globo.

Conforme o catálogo de programas da emissora, o programa *Fantástico* é moldurado pela categoria *Jornalismo*, e, conforme o site Memória Globo (2013a), é moldurado também pelo formato revista eletrônica. Segundo Oliveira Sobrinho (2011), o *Fantástico* foi a primeira revista (*magazine*) da TV e o seu formato e o seu título foram vendidos a mais de 60 países e plagiados em outros dois. O formato revista eletrônica do *Fantástico* é "[...] um painel dinâmico do que é produzido em uma emissora de televisão: jornalismo, prestação de serviços, humor, dramaturgia, documentários, música, reportagens investigativas, denúncia, ciência, [...] experimentação de novas linguagens e formatos." (MEMÓRIA GLOBO, 2013a). Além disso, ele tem quadros e séries especiais. Sendo assim, o programa mescla informação e entretenimento e é moldurado pelo gênero conforme Kilpp (2003), pelos gêneros documental (fato moldurado como real) e ficcional (fato moldurado como encenação, como fantasia, como invenção). O *Fantástico* quer ser visto como um programa “sério” de informação, mas não tão sério ao ponto de tensionar a grade de programação na qual se encontra e o que se espera de um domingo à noite. E, em um programa com tais sentidos, as *personas* apresentadores são jornalistas, jornalistas de longa trajetória na emissora.

Atualmente, as *personas* apresentadores do programa *Fantástico* são Tadeu Schmidt e Poliana Abritta. A primeira *persona* apresenta o programa desde outubro de 2013; a segunda, desde novembro de 2014. (MEMÓRIA GLOBO, 2013b; MEMÓRIA GLOBO, 2014). Ambas são importantes molduras do *Fantástico* e também de tudo o que elas mesmas apresentam. Elas tem centralidade na tela e na conexão entre as matérias apresentadas. Na apresentação do programa, Tadeu Schmidt e Poliana Abritta chamam as matérias, os quadros e as séries e fazem isso reivindicando o cenário e os seus recursos tecnológicos.

O atual cenário do *Fantástico* foi criado para integrar a redação do programa. Ele é um espaço com palco, redação, sala de reunião, bar e sala de estar. Nele, é possível ver a presença da estética *clean*. Tudo é esteticamente limpo, bonito, brilhante, iluminado e bem organizado. O cenário também tem recursos tecnológicos - um telão horizontal de tecnologia *touchscreen* de 25m², uma tela vertical também da mesma tecnologia, uma central técnica que dá acesso a diversos canais de TV, à internet e a outros recursos, vários equipamentos de luz e os recursos de realidade aumentada em 3D - que enunciam essa estética *clean*; que enunciam o *Fantástico*

como programa tecnológico, moderno e avançado, como programa que apresenta atrações de forma *fantástica*, como *show*. (REDE GLOBO, 2014a). O telão horizontal costuma ser utilizado para mostrar imagens, para ilustrar chamadas das matérias, das séries e dos quadros, para receber repórteres em uma entrada ao vivo; a tela vertical, para apresentar quadros que envolvem a interação da *persona* apresentador com o telespectador, como o *Detetive virtual*; a central técnica, para entrevistas via internet; e os equipamentos de luz e os recursos de realidade aumentada, para ambientar e camuflar o palco e também para destacar informações de matérias, séries e quadros no palco. Com as duas *personas* apresentadores, com o cenário, com os recursos tecnológicos, o mundo ganha espaço e visibilidade no programa, uma vez que o *Fantástico* não se limita às fronteiras do Brasil, melhor, talvez, seria dizer o universo, uma vez que até ele é atração do programa. O que não é absurdo dizer - o *Fantástico* é o *Show da Vida* e a vida faz parte do universo²⁶.

Também faz parte do universo, agora, especificamente, do universo do *Fantástico*, do mundo televisivo *Fantástico*, o sem-rostos, *persona* ou personagem cujo rosto não é visto porque algum outro recurso o oculta. Efeitos técnicos e estéticos se tornam rostos dos sem-rostos do programa. Seja *persona*, seja personagem, no *Fantástico*, o sem-rostos ganha visibilidade com a grande reportagem e com o quadro especial - dois formatos (ou molduras) característicos do formato revista eletrônica e desse programa. Especificamente, o sem-rostos se atualizou em duas grandes reportagens das *personas* repórteres do *Fantástico* Maurício Ferraz e Marcelo Canellas e em uma reportagem da personagem sem-rostos Repórter Secreto Eduardo Faustini para o quadro *Cadê o dinheiro que tava aqui?*. Na sequência, com as análises, ver-se-á como o sem-rostos aí se atualiza e como é construído enquanto ética televisiva no programa *Fantástico* da emissora de TV aberta brasileira Rede Globo.

5.2.2.1 A Testemunha Que Denuncia A Corrupção

O primeiro sem-rostos do programa *Fantástico* cartografado aqui é a *persona* sem-rostos moldurada como oficial da Polícia Militar do Amazonas (PMAM) que participou de um crime eleitoral e como fonte entrevistada pela *persona* repórter Maurício Ferraz na reportagem de 05 de junho de 2016²⁷. (REDE GLOBO, 2016c). A análise dessa *persona* sem-rostos começa com a moldura reportagem.

²⁶ Também porque durante alguns anos as logomarcas e as aberturas do programa faziam referência ao universo.

²⁷ Disponível em: <<http://g1.globo.com/fantastico/videos/t/edicoes/v/investigacao-mostra-que-governador-do-am-usou-pm-para-intimidar-eleitor/5073276/>>.

Em Jornalismo de TV, a reportagem é uma matéria jornalística que aborda um assunto ou um fato complexo em uma certa profundidade. A *persona* sem-rostos é moldurada por uma reportagem que aborda a intimidação e a pressão eleitoral feita pela PMAM no segundo turno das eleições para governador do Amazonas de 2014 conforme as ordens de José Melo, o então governador do estado e candidato à reeleição. O rosto desse governador é amplamente exposto em diversas molduras dentro deste espaço televisivo. Essa reportagem é moldurada com a cabeça da reportagem²⁸ feita pelas *personas* apresentadores do *Fantástico* Poliana Abritta e Tadeu Schmidt. A moldura cabeça oferta sentidos à reportagem, faz enunciações sobre o assunto da reportagem e sobre o programa e também evidencia algumas molduras da *persona* sem-rostos.

Figura 34 – Cabeça da reportagem de Maurício Ferraz



Fonte: Elaborada pela autora, com base em REDE GLOBO (2016c).

No palco (figura 34), a *persona* apresentadora Poliana Abritta começa dizendo, "*Mais um escândalo eleitoral envolvendo o governador do Amazonas... Ano passado, o Fantástico já havia denunciado um esquema de compra de votos para a reeleição de José Melo...*", e a *persona* apresentador Tadeu Schmidt continua esclarecendo, "*Agora, uma nova investigação mostra como a polícia do estado foi usada para intimidar e pressionar eleitores a votar no governador...*". Ao longo de toda essa cabeça, as posturas, as expressões do rosto e os tons de voz das *personas* Poliana Abritta e Tadeu Schmidt ofertam sentidos de seriedade e gravidade à reportagem e ao assunto dela. A trilha sonora ao fundo também oferta esses sentidos. Sendo assim, a reportagem na qual a *persona* sem-rostos tem visibilidade é enunciada como uma denúncia, com a gravidade que isso tem.

Nos frames 01 e 02 da figura 34, a câmera faz um *travelling* da esquerda para a direita, e, com isso, o *plano geral* mostra tanto as *personas* apresentadores no cenário quanto a imagem do telão ao fundo. Para Mercado (2011), o *plano geral* é ideal para incluir personagens de corpo inteiro no quadro e indicar as relações entre eles e entre eles e o espaço.

²⁸ Em Jornalismo de TV, a cabeça da reportagem é o anúncio da reportagem e a introdução ao assunto ou ao fato dela feitos pelos apresentadores no estúdio do programa.

Nesses frames, percebem-se de fato as relações entre as *personas* apresentadores e, sobretudo, entre a *persona* apresentadora Poliana Abritta e a imagem do telão. Há correspondência entre o que ela diz e o que o telão exhibe. A imagem do telão é uma montagem feita a partir de duas imagens de arquivo do rosto do então governador do estado do Amazonas, José Melo, nas eleições de 2014 - ou, melhor, na eleição para governador do Amazonas de 2014, na qual ele concorreu à reeleição. À direita, vê-se o rosto de José Melo, e, à esquerda, o mesmo rosto sorrindo e fazendo com os dedos das mãos dois V de vitória ao lado de uma cabina de votação. A montagem gera uma imagem da reeleição do governador do Amazonas, José Melo. No frame 03, por sua vez, a câmera mostra apenas a *persona* apresentador Tadeu Schmidt em *close-up médio*; e, ainda assim, é possível ver parte da imagem do telão ao fundo - justamente uma parte do rosto de José Melo nítida. Apesar de a fala de Tadeu Schmidt ser mais específica, ela também se refere ao governador e ao escândalo eleitoral mais recente da reeleição desse governador. Aqui, também há relação entre Tadeu e a imagem do telão e correspondência entre o que ele diz e o que o telão exhibe. Essas práticas não são à toa. Elas insistem em enunciar o sujeito principal da reportagem (José Melo) e o fato no qual ele está envolvido e o qual pauta a reportagem (o escândalo recente de sua reeleição).

Como é possível ver nos frames 01 a 03, a imagem do telão tem filtro de cores verde, amarelo e laranja que remete às cores do Brasil. Esse filtro e a temática - a denúncia de abuso de poder público - dão sentidos ao programa e à emissora de brasilidade e de controle desses poderes. Embora o *Fantástico* seja um programa de TV claramente enunciado de abrangência nacional (técnica e eticamente falando), quando traz uma reportagem de fato estadual, a moldura dentro do interesse nacional. Um certo lugar da emissora e do programa no controle dos poderes públicos e da vida social brasileira é construído recorrentemente na TV Globo em diversos programas. Afinal, o escândalo aconteceu nas eleições brasileiras - e isso é de interesse público e dá sentidos éticos de uma emissora que sempre estaria alerta.

A partir dessa cabeça de reportagem, então, é possível dizer que o sem-rostos em questão é associado aos sentidos de reportagem, de apuração de dados e de “seriedade” e, particularmente, neste caso, à denúncia de algo “grave” cuja personagem principal é o então governador do Amazonas, José Melo. O sem-rostos nesta reportagem moldura essa construção.

Ao longo da reportagem, sabemos que, no primeiro turno da eleição para governador do Amazonas de 2014, o candidato José Melo, do Partido Republicano da Ordem Social (PROS), perdeu para o candidato Eduardo Braga, do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), por uma pequena porcentagem de votos a menos em relação ao

concorrente²⁹. No segundo turno, para vencer e se reeleger, José Melo teria dado ordens ao alto escalão da PMAM para intimidar e pressionar os eleitores do concorrente a votarem nele³⁰. Vários coronéis da PMAM estariam envolvidos na "missão" de intimidação e pressão. Os coronéis teriam dado ordens aos policiais militares e verificado se eles as estavam cumprindo nas ruas para a votação do segundo turno. E os policiais teriam de fato intimidado e pressionado os eleitores que votariam em Braga. Por fim, José Melo venceu a eleição com porcentagem de votos maior em relação ao concorrente e se reelegeu³¹. Ele ganhou eleitores ao passo que Braga perdeu. Intimidar e pressionar eleitores é crime eleitoral. Conforme a reportagem do *Fantástico*, naquele ano, 2016, a Polícia Federal (PF) investigou o crime e encaminhou a investigação à Justiça Eleitoral (JE) e ao Superior Tribunal de Justiça (STJ). Como foi dito anteriormente, o sem-rostro da reportagem é um oficial da PMAM. Ele cumpriu as ordens recebidas do alto escalão para o segundo turno da eleição para governador do Amazonas de 2014. Ele intimidou e pressionou eleitores com a sua autoridade policial e ajudou a inverter o resultado da eleição. O sem-rostro é moldurado como parte desse crime, mas alguém que, de alguma forma, se redime dando o seu depoimento à emissora e ajudando a denunciar o delito. Um crime investigado pela PF e, na época, encaminhado à JE e ao STJ para julgamento.

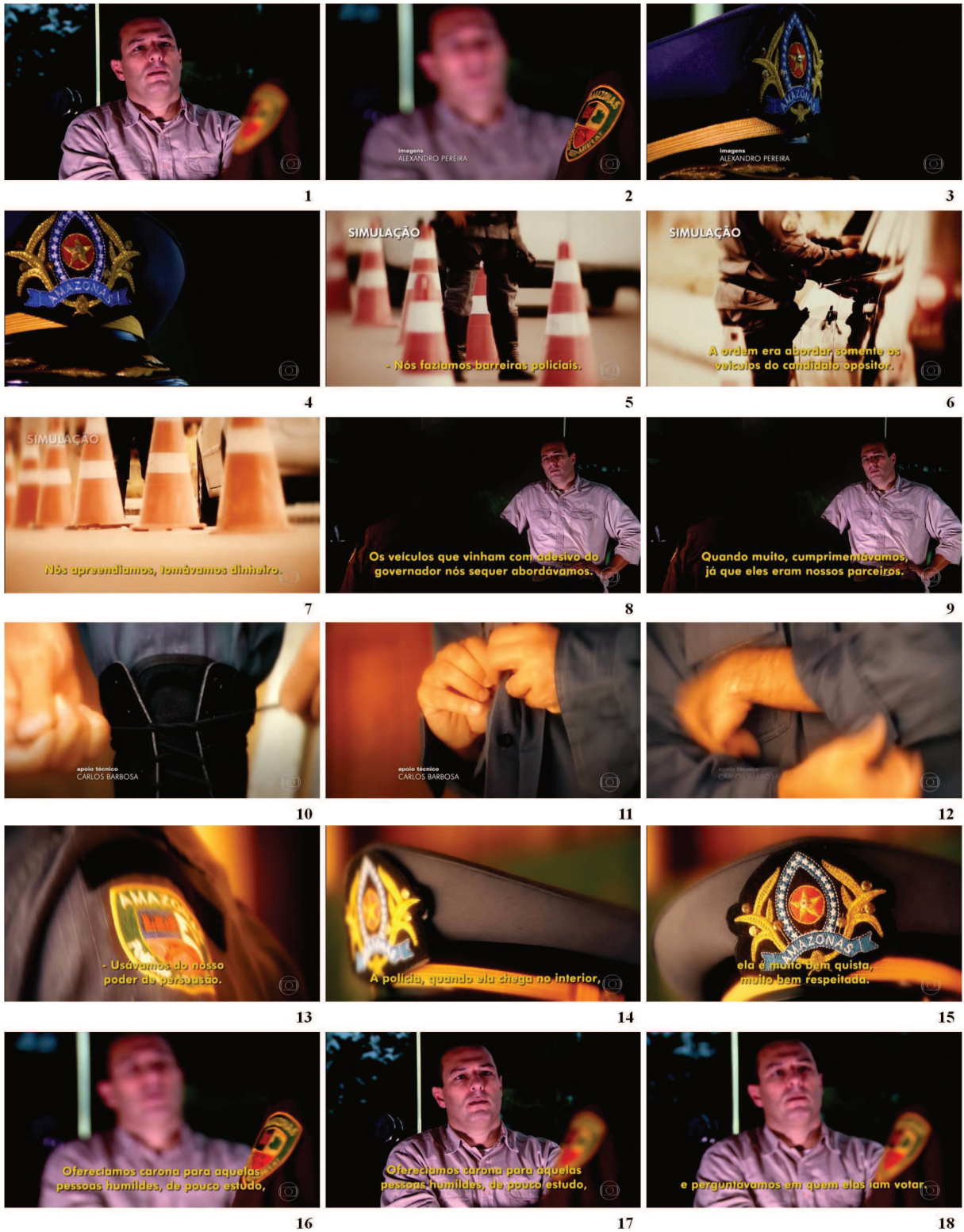
A reportagem de Maurício Ferraz tem 06 min e 29 s, e a *persona* repórter assim como a *persona* sem-rostro são molduras desse construto. No *Fantástico*, Maurício Ferraz costuma fazer reportagens policiais e de investigação. Em 2015, ele havia feito uma reportagem sobre compra de votos na campanha de José Melo à reeleição como governador do Amazonas. (REDE GLOBO, 2015).

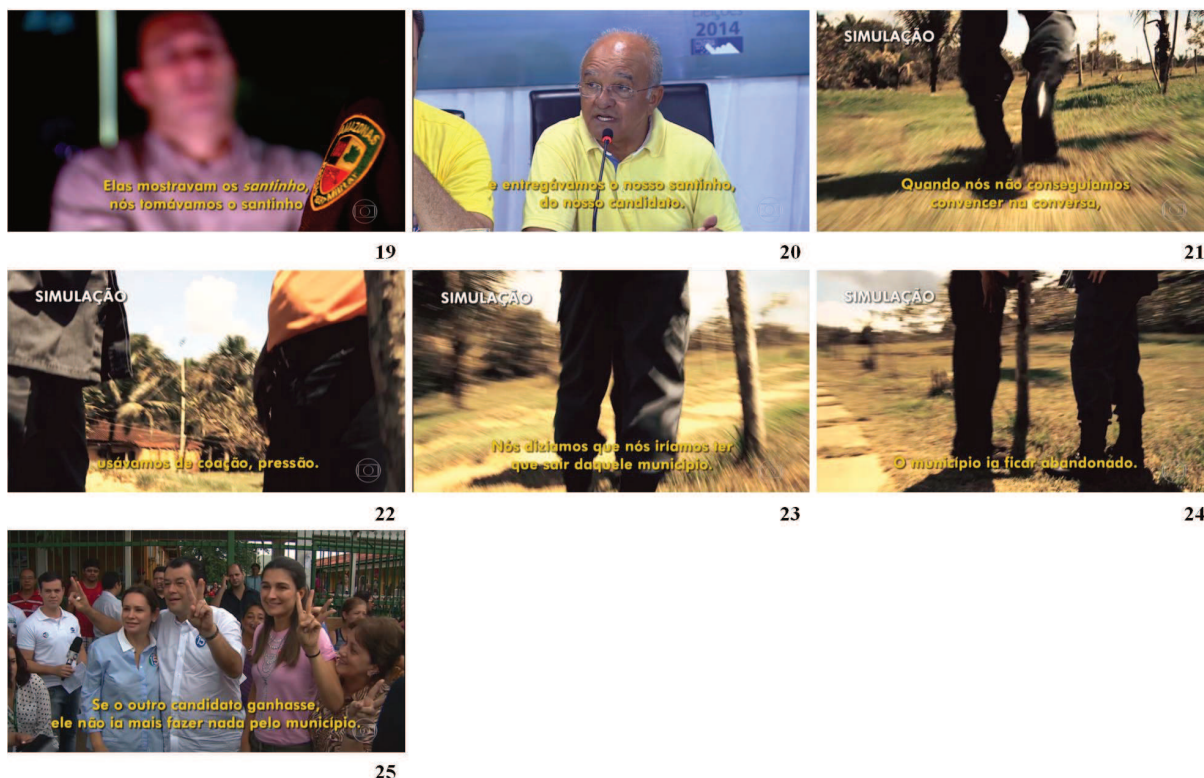
²⁹ Na eleição para governador do Amazonas de 2014, os candidatos ao cargo eram sete. No primeiro turno, os dois candidatos mais votados foram Eduardo Braga, do PMDB, e José Melo, do PROS. Conforme a reportagem do *Fantástico*, Braga recebeu 43,16% dos votos, e Melo, 43,04%. Melo perdeu para Braga por uma porcentagem de 0,12%. Como nenhum dos dois recebeu mais de 50% dos votos, eles foram para o segundo turno.

³⁰ Com isso, José Melo teria abusado de seu poder político. Ele era o atual governador. E o governador tem a PM do estado subordinada a ele. Em outras palavras, o governador tem autoridade e comanda a PM do estado no que diz respeito à segurança pública do estado.

³¹ José Melo venceu Eduardo Braga no segundo turno com 55,54% dos votos.

Figura 35 – *Persona* sem-rostos entrevistada por Maurício Ferraz





Fonte: Elaborada pela autora, com base em REDE GLOBO (2016c).

A figura 35 evidencia os frames de uma sonora da reportagem³² de 01 min e 03 s em que a *persona* sem-rostos aparece na condição de entrevistada diante da *persona* repórter Maurício Ferraz.

Nos frames 01 a 04 da figura 35, tem-se o *off* da *persona* repórter Maurício Ferraz, o qual introduz a sonora do sem-rostos. Nesses frames, ouve-se a *voz off* de Maurício Ferraz e veem-se as imagens que cobrem essa *voz off* e que correspondem a ela. No *off*, a *persona* repórter diz o seguinte, "*O Fantástico conseguiu entrevistar um oficial que trabalhava na polícia na época. Ele contou como tudo funcionava...*". Na primeira parte desse *off*, Maurício Ferraz identifica o entrevistador e o entrevistado, e, na segunda, ele evidencia, minimamente, ao mesmo tempo, a pergunta do entrevistador e a resposta do entrevistado. Há claros espaços que delimitam e molduram as distâncias entre ambos. As molduras principais desta reportagem são o repórter Maurício Ferraz e o entrevistado, a *persona* sem-rostos, o oficial da PMAM envolvido no esquema de intimidação e pressão de eleitores a favor da reeleição de José Melo como governador do Amazonas. As imagens dos frames 01 e 02 acompanham a *voz off* e ajudam na identificação. Na verdade, os frames 01 e 02 são um mesmo plano; mas, nele, há um jogo de foco que mostra ora uma *persona* enquadrada, ora a outra. Conforme Mercado (2011), esse plano pode ser chamado de *plano sobre o ombro*. O *plano sobre o*

³² Em reportagem de TV, a sonora é o trecho da entrevista do repórter com o entrevistado, a fala do entrevistado.

ombro é usado comumente para mostrar a troca entre dois personagens, a qual pode ser de palavras, como em uma conversa. Nele, um personagem aparece parcialmente de costas para a câmera e de frente para o outro, e o outro, de frente para a câmera e para esse personagem que está de costas. Em Jornalismo de TV, ele constitui os planos de entrevista - ou o plano e o contraplano. No plano, vê-se o entrevistador de frente para a câmera e para o entrevistado, e, no contraplano, por sua vez, o contrário, o entrevistado de frente para a câmera e para o entrevistador. Nesta sonora aqui dissecada, os frames 08 e 09 da figura 35 também são *planos sobre o ombro*.

É possível perceber que, dentre esses quatro frames, só há planos do entrevistador. Não há contraplanos do entrevistado porque ele não pode ou não quer aparecer diante das câmeras. Mas, voltando aos frames 01 e 02, eles possuem uma particularidade que os distingue dos frames 08 e 09. O jogo de foco faz desse plano sobre o ombro dois *close-ups*, um *close-up médio* e um *close-up extremo*. Logo, surgem dois primeiros planos, dois rostos, duas imagens-afecção, duas ethicidades televisivas.

O frame 01 mostra a *persona* repórter Maurício Ferraz na condição de entrevistador. Ela está em um *close-up médio*, em foco, iluminada por uma luz branca e fria, posicionada de frente para a câmera e para o seu entrevistado, o qual está desfocado e parcialmente fora de campo. Esse frame é um rosto reflexivo que dá sentidos de seriedade e neutralidade ao repórter Maurício Ferraz. Nessa construção, como em quase todo o jornalismo da emissora, evoca-se um imaginário de jornalista como profissional objetivo, imparcial e comprometido com uma “verdade” que se expressaria com a escuta dos envolvidos nos fatos. Esse imaginário tende a pensar em dois lados da notícia, como se os fatos fossem apreensíveis na sua totalidade. Como nós referimos inúmeras vezes, a notícia é sempre um construto, uma ethicidade, uma versão ética, técnica, estética e cultural de um fato e, portanto, uma realidade em si mesma.

O rosto do repórter é rígido, impassível. É uma imagem-afecção porque é uma imagem (e um imaginário) que tende a se estender a todo o jornalismo da emissora e a todo o jornalismo em geral. Os afectos, as qualidades apontadas não enunciam sentimentos, mas características do que se espera de um jornalista. Trata-se de um rosto-imaginário, imagem-afecção.

O frame 01 também é um *visus*, nos termos de Canevacci (2009). Além de expressivo em sua imobilidade e em sua fixidez exagerada, o *visus* da *persona* repórter Maurício Ferraz é bastante conhecido na programação da Rede Globo e sempre idêntico, independentemente do programa jornalístico no qual ele ganhe visibilidade. Talvez, por isso, no *off* desta sonora, ele

mencione o *Fantástico* como entrevistador. Nesta reportagem, Maurício Ferraz entrevista *pelo e para* o *Fantástico*. Diferentemente do modo de moldurar as *personas* na casa SBT (elas transcendem os programas, como nós vimos no promo da emissora), a Globo estabelece uma hierarquia em que os seus funcionários são a emissora. O PGQ e a institucionalidade estaria acima de qualquer nome, inclusive do nome do dono ou dos donos, que raramente aparecem nas telas. Isso fica evidenciado na menção ao programa ao invés da menção ao repórter e à equipe de reportagem, por exemplo. O programa está acima de Maurício Ferraz e da equipe.

Na cabeça desta reportagem, a *persona* apresentadora Poliana Abritta deu ao *Fantástico* os créditos da matéria exibida em 2015 sobre o primeiro escândalo da reeleição do governador do Amazonas, José Melo. Com isso, ela enunciou o *Fantástico* como programa atento aos escândalos eleitorais e disposto a dar visibilidade a eles em suas reportagens. Ainda que Maurício Ferraz tenha feito o trabalho jornalístico desta reportagem, esta matéria foi feita para o *Fantástico* - ou, melhor, para ser exibida com sentidos de exclusividade do *Fantástico*. Contudo, na entrevista, nesta sonora, quem personifica o *Fantástico* é Maurício Ferraz. Ele dá rosto ao programa, e, vice-versa, o programa dá outro rosto a ele.

E o frame 02 mostra a *persona* sem-rosto na condição de entrevistada. Ela está em um *close-up extremo*, em foco, iluminada por luz amarela e quente, posicionada de costas para a câmera e de frente para o seu entrevistador, o qual está desfocado e no campo. Esse frame é um rosto reflexivo que expressa a autoridade e a identidade policial da *persona* sem-rosto, do oficial da PMAM. O emblema da farda identifica claramente de qual PM ele é, da PMAM - a PM usada por José Melo para intimidar e pressionar eleitores a votar nele a fim de garantir a sua reeleição em 2014. Com a *voz off* e com essa imagem, compreende-se que este é um PM que esteve envolvido no esquema. Pela condição de entrevistado, logo, pensa-se que ele está ali para relatar algo ao entrevistador, à *persona* repórter Maurício Ferraz que está a sua frente.

No *off*, o repórter não explicita porque o oficial não pode ou não quer mostrar o rosto, mas o modo em que é moldurado enuncia sentidos de confissão de alguém envolvido em um crime pesado e, portanto, corre risco em relação àqueles que está denunciando. Sentidos de proteção à testemunha estão sendo dados pela emissora ao entrevistado. A deformação de sua voz e os *close-ups extremos* de detalhes de sua farda dão sentidos de drama e, ao mesmo tempo, de revelação. O entrevistado sem-rosto tem o seu rosto fragmentado em uma série de primeiros planos da farda policial e na sobreposição do seu relato a determinadas imagens. As imagens em tom de sépia, identificadas como “simulação” e utilizadas na ilustração da *voz off* da *persona* sem-rosto, frames 05 a 07, mostram um militar abordando veículos de eleitores do concorrente. Nós sabemos disso porque está sendo dito pela *voz off* do sem-rosto. Em outros

momentos, repetem-se sequências de *plano sobre o ombro* e, depois, *close-ups extremos* de farda e imagens de simulação de outras situações criminosas, de abuso de poder relatadas pelo PM. Na realidade, na simulação, só vemos situações, por exemplo, de o corpo de um militar de frente para um civil em planos médios que cortam a cabeça de ambos, frames 21 e 22, mas a *voz off* nos leva a ver ali coação e pressão. “*Quando nós não conseguíamos convencer na conversa, usávamos de coação e pressão*”, diz a *voz off* do sem-rostro que confessa. Portanto, o sem-rostro aqui é construído em sequências diferentes: o plano no qual vemos o entrevistador de frente e o ombro do entrevistado, os fragmentos que dão sentidos de polícia militar, a simulação de PMs parando carros e conversando com civis, imagens das campanhas dos candidatos Melo e Braga. Mas, como explicava Canevacci (2009), em todo esse conjunto de elementos de montagem (montagem interna, externa, sonora, corporal, cromática, visual, gráfica,...), o elemento organizador de todos os outros elementos é a *voz off* do sem-rostro. De maneira que se constrói uma hierarquia na qual o sem-rostro passa a ter aqui o lugar da voz referida pelo autor: um lugar de verdade incontestável, uma presença onisciente e onipresente. E isso se dá pelo modo como são moldurados os elementos da reportagem no conjunto da montagem. Essa dimensão, esse lugar de poder adquirido pela *voz off* de um entrevistado anônimo não é comum na emissora Rede Globo, a não ser em determinados casos. Parece aqui ser remetido a um imaginário de aliados da emissora no combate à corrupção. Além da *voz off*, se destaca nessa construção do sem-rostro a rostificação de elementos (DELEUZE, 1984) que referem o poder público envolvido no que é construído como um escândalo. A rostidade, neste caso, contribui para um reforço da fragilização das instituições públicas, particularmente, o sistema político e a polícia militar, pelo menos como construto ético.

5.2.2.2 A Automutilação E As Personas Sem-Rosto

A cartografia de sem-rostro do programa *Fantástico* segue agora com as *personas* sem-rostro de uma grande reportagem do repórter Marcelo Canellas de 20 de novembro de 2016³³. (REDE GLOBO, 2016a). Essa grande reportagem aborda o tema automutilação na adolescência e apresenta uma grande variedade de sem-rostro. Como será explicitado adiante, ela moldura as *personas* sem-rostro como fontes entrevistadas pela *persona* repórter Marcelo Canellas, mas com sentidos diferentes da reportagem anterior. Essas *personas* sem-rostro dão depoimentos sobre o problema de saúde automutilação. Na grande reportagem, esse problema

³³ Disponível em: <<http://g1.globo.com/fantastico/videos/t/edicoes/v/automutilacao-afeta-20-dos-jovens-brasileiros/5462323/>>.

de saúde é enunciado como a prática na qual a pessoa se corta intencionalmente em diferentes partes do corpo, como pulsos, braços e pernas, com objetos afiados, como lâminas de apontador, navalha e estilete, mas sem ter a ideação suicida. Sendo assim, as *personas* sem-rosto dão depoimentos porque ou se cortam ou já se cortaram, ou convivem com uma pessoa que se corta ou já se cortou. A grande reportagem ainda moldura as que se cortam ou já se cortaram como jovens ou adolescentes e as que convivem com uma pessoa que se corta ou já se cortou como mães desses jovens ou adolescentes. A figura 36 mostra as *personas* sem-rosto da grande reportagem de Marcelo Canellas.

Figura 36 – *Personas* sem-rosto da grande reportagem sobre a automutilação na adolescência



Fonte: Elaborada pela autora, com base em REDE GLOBO (2016a).

A grande reportagem é a primeira moldura das *personas* sem-rosto a ser destacada. Em jornalismo de TV, ela é uma moldura que segue determinados padrões. Trata-se de um tipo de reportagem que faz a abordagem aprofundada de um determinado tema com maior

pesquisa do assunto e maior número de fontes que uma notícia. A grande reportagem é uma das molduras que constroem o *Fantástico*, e, ao reivindicá-la, esse programa se enuncia como sendo um espaço de reportagem. Para fazer as suas reportagens, o *Fantástico* tem a sua própria equipe de repórteres, e eles são chamados de repórteres especiais. Marcelo Canellas é um repórter especial do *Fantástico* e, aqui, também ele é uma moldura das *personas* sem-rosto, uma vez que entrevistou todas elas e deu visibilidade a elas na sua grande reportagem sobre a automutilação na adolescência. Conforme o perfil no site Memória Globo, Marcelo Canellas é um repórter premiado e preocupado com questões sociais e com direitos humanos, e, conforme o site da ANDI - Comunicação e Direitos, ele é um Jornalista Amigo da Criança, um título conferido pela ANDI aos jornalistas que trabalham frequentemente em suas matérias com a promoção e com a defesa dos direitos humanos e dos direitos da criança e do adolescente. (ANDI – COMUNICAÇÃO E DIREITOS, 2012a; ANDI – COMUNICAÇÃO E DIREITOS, 2012b; MEMÓRIA GLOBO, 2004). Sendo Marcelo Canellas o repórter da grande reportagem do *Fantástico* sobre a automutilação na adolescência, recupera-se e também alimenta-se o imaginário acerca desse repórter especial do *Fantástico* como profissional que traz à tona questões sociais importantes envolvendo crianças e adolescentes. Aqui, essas questões dizem respeito à automutilação na adolescência, o tema da grande reportagem, outra moldura importante das *personas* sem-rosto. As enunciações do tema e da importância desse tema são feitas já na introdução especial e na cabeça da grande reportagem.

Figura 37 – Introdução especial e cabeça da grande reportagem sobre a automutilação na adolescência



Fonte: Elaborada pela autora, com base em REDE GLOBO (2016a).

A introdução especial (frames 01 a 03, figura 37) e a cabeça (frames 04 a 06, figura 37) são feitas pelas *personas* apresentadores do *Fantástico* Tadeu Schmidt e Poliana Abritta. Elas são duas molduras da grande reportagem, e, com elas, o tema automutilação na adolescência é enunciado aos poucos. A construção tem sentidos de desvelamento de tema sério e delicado. Na introdução, em *voz off*, a *persona* apresentador Tadeu Schmidt diz, "*Nos jovens... Quando falta autoestima... Autoajuda não resolve... Automedicação é um perigo... Tanta falta de autoconfiança... A solução não é automática... Mas existe...*". Essa *voz off* da *persona* Tadeu Schmidt acompanha uma animação, e, nessa animação, as palavras anteriormente sublinhadas surgem como sangue que emerge de cortes em uma folha de caderno escolar. A automutilação é evidenciada pelas palavras (a falta de autoestima e a falta de autoconfiança são duas dentre as possíveis causas da automutilação na adolescência, e a autoajuda e a automedicação, duas dentre as soluções procuradas por aqueles que sofrem com o problema) e também pelo efeito que faz as palavras surgirem no papel. Esse papel é bastante significativo. A folha de caderno remete à escola e às aulas; e, aí, a automutilação é evidenciada como um fenômeno que surge no ambiente escolar ou na idade escolar. Dentre as *personas* sem-rostro, as *personas* sem-rostro jovens ou adolescentes passaram a se automutilar na escola ou na idade escolar por motivos diversos. A folha de caderno também remete ao diário pessoal e ao que nele pode ser escrito. No imaginário, tem-se o diário como um tipo de agenda no qual a pessoa escreve coisas que somente ela pode ler, como, por exemplo, vivências, experiências, desabafos, sentimentos e segredos. A pessoa que se corta dificilmente fala com alguém sobre o seu problema e tenta esconder as suas cicatrizes a todo custo usando roupas compridas, por exemplo. Se pensadas como estando em um diário pessoal, aquelas palavras podem remeter a sentimentos que talvez o automutilador quisesse ter, mas não tem, como a autoestima e a autoconfiança, e, por isso, corta-se e procura manter em segredo a sua automutilação. Sendo assim, aí, a automutilação é evidenciada como prática pessoal que não se conta para ninguém, a não ser para um diário. Aliás, dentre as *personas* sem-rostro jovens ou adolescentes, uma escrevia em um diário sobre o seu problema e os seus sentimentos (frame 11, figura 36). Assim como o papel, a música que toca ao fundo ao longo de toda a introdução é bastante significativa. Essa música lembra as das caixinhas de música e dos porta-joias, mas, aqui, ela é triste, lenta, pausada. No imaginário, tem-se as caixinhas de música e os porta-joias como pertences de meninas. Dentre as *personas* sem-rostro jovens ou adolescentes, a maioria é menina; e, aí, a automutilação é evidenciada desde aqui como um problema que afeta mais as meninas do que os meninos e que envolve um sentimento de tristeza.

O tema automutilação na adolescência só é totalmente desvelado e de fato enunciado na cabeça da grande reportagem. Após a introdução, na cabeça, as *personas* Tadeu Schmidt e Poliana Abritta aparecem no palco do *Fantástico*. A *persona* Tadeu Schmidt começa dizendo, "*Os jovens negam, tentam esconder... Os pais, quando descobrem, entram em choque...*", e a *persona* Poliana Abritta continua, "*E os médicos alertam é um fenômeno social que afeta 20% dos jovens no mundo e que já virou problema de saúde pública aqui no Brasil. Como lidar com a automutilação na adolescência?*". Mais uma vez, temos aqui a emissora dando para si e para o programa sentidos de um determinado lugar no cuidado da questão pública dos brasileiros, neste caso, a saúde pública.

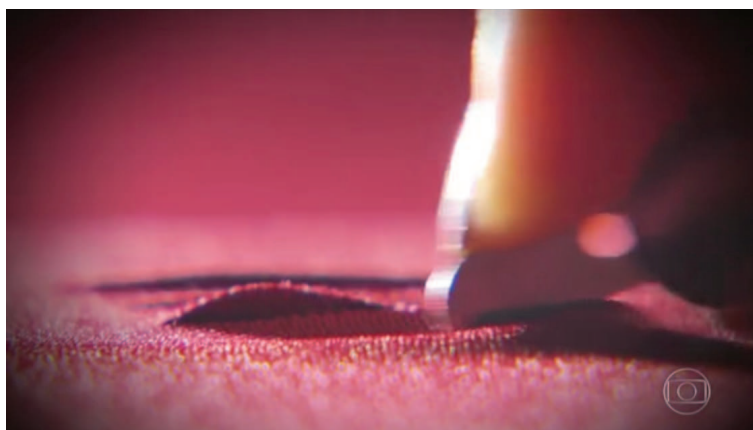
Aqui, então, o tema é enunciado com a pergunta de Poliana Abritta; com a palavra automutilação e com a informação de porcentagem destacadas no palco em realidade aumentada (frame 06, figura 37); com o efeito de cicatrizes que reveste o telão; com as luzes vermelhas que iluminam o palco e o telão. Como é possível perceber até aqui, para enunciar o tema da grande reportagem nas molduras introdução especial e cabeça, o *Fantástico* reivindica a sua estética *clean* e os seus modernos recursos tecnológicos.

Para enunciar a importância do tema da grande reportagem na moldura cabeça, por sua vez, o programa reivindica duas informações destacadas na fala da *persona* Poliana Abritta e molduradas como alerta de médicos, a porcentagem de jovens no mundo que a automutilação faz sofrer e o problema de saúde pública que a automutilação faz surgir no Brasil. Com essa grande reportagem, o *Fantástico* dá para si sentidos de estar atento a esse alerta e ao que os especialistas dizem (o programa fala das coisas do mundo por meio de fontes, sendo essas fontes molduras que dão sentidos de legitimidade e de credibilidade a essas coisas do mundo), moldura o tema como sério e delicado (o tom de voz das *personas* apresentadores e a trilha sonora que toca ao fundo tem esses sentidos) e enuncia que se questiona como lidar com esse problema de saúde pública (o programa enuncia ir além de noticiar esse alerta de médicos), que busca respostas para essa questão e que apresenta uma solução (a solução é enunciada desde a introdução especial como sendo existente). Com essa grande reportagem, o programa também dá a ver uma determinada realidade brasileira, sentidos de brasilidade são dados ao tema que poderia também ser construído de forma local ou global, ainda que, ao enunciar a importância do tema na cabeça, o programa tenha dimensionado o fenômeno da automutilação citando, primeiro, a realidade mundial a partir da porcentagem de jovens que se automutila (a porcentagem dá sentidos de cientificidade, de precisão e de veracidade à informação de que a automutilação afeta jovens no mundo todo). Há uma construção de

brasilidade como foco do tema que tem a ver com o rosto da emissora e o modo dela construir historicamente brasilidades televisivas.

Marcelo Canellas enuncia diferentes dimensões da automutilação na adolescência passando por diferentes casos. Contudo, faz isso com certa linearidade. A grande reportagem começa com a revelação de automutilação de uma *persona* sem-rosto em um vídeo de rede social (frame 01, figura 36). A *voz off* da *persona* repórter Marcelo Canellas moldura o relato como uma revelação desconcertante. Há um *close* das mãos da *persona* sem-rosto (ou de uma outra *persona*) segurando um celular. Na tela desse celular, aparecem o rosto borrado e a voz deformada de uma *persona* que, ainda assim, pode-se identificar como uma adolescente. A *persona* sem-rosto diz, "Eu fui no banheiro, peguei um negócio e comecei a me cortar". No rosto, ela tem efeitos especiais (nariz e orelhas de algum animal que não dá para identificar exatamente qual é), típicos dos novos aplicativos de transmissão de vídeo e produção fotográfica por celular. Não é possível compreender o que a menina diz, mas aparecem as legendas com a frase citada. Na sequência, aparece uma trilha com um *close-up extremo* de uma mão cortando um pedaço de tecido vermelho com um instrumento cortante que parece ser uma lâmina de apontador, uma rostificação de um corte (figura 38).

Figura 38 – A rostificação do corte da grande reportagem sobre a automutilação na adolescência



Fonte: Elaborada pela autora, com base em REDE GLOBO (2016a).

Do início até o fim, passa por casos nos quais as *personas* sem-rosto estão ou vivendo ou enfrentando com a família e os profissionais de educação o problema da automutilação e nos quais as causas são os sentimentos de rejeição da família, o *bullying* na escola e os problemas emocionais. Isso me leva a pensar que uma das atualizações do sem-rosto na Rede

Globo e no *Fantástico* é moldurada por estas questões: testemunhas que, de alguma forma, vivem ou viram de perto um certo inferno.

A automutilação, no *Fantástico*, é um conjunto de imagens televisivas protagonizadas por sem-rostos. Uma hora é um rosto borrado; outra, um menino de costas; outra, um entrevistado que permanece na sombra. A narrativa é um processo constituído de diferentes estágios, de início, meio e fim, sendo esse fim a superação do problema, a qual é alcançada com a ajuda de profissionais de saúde.

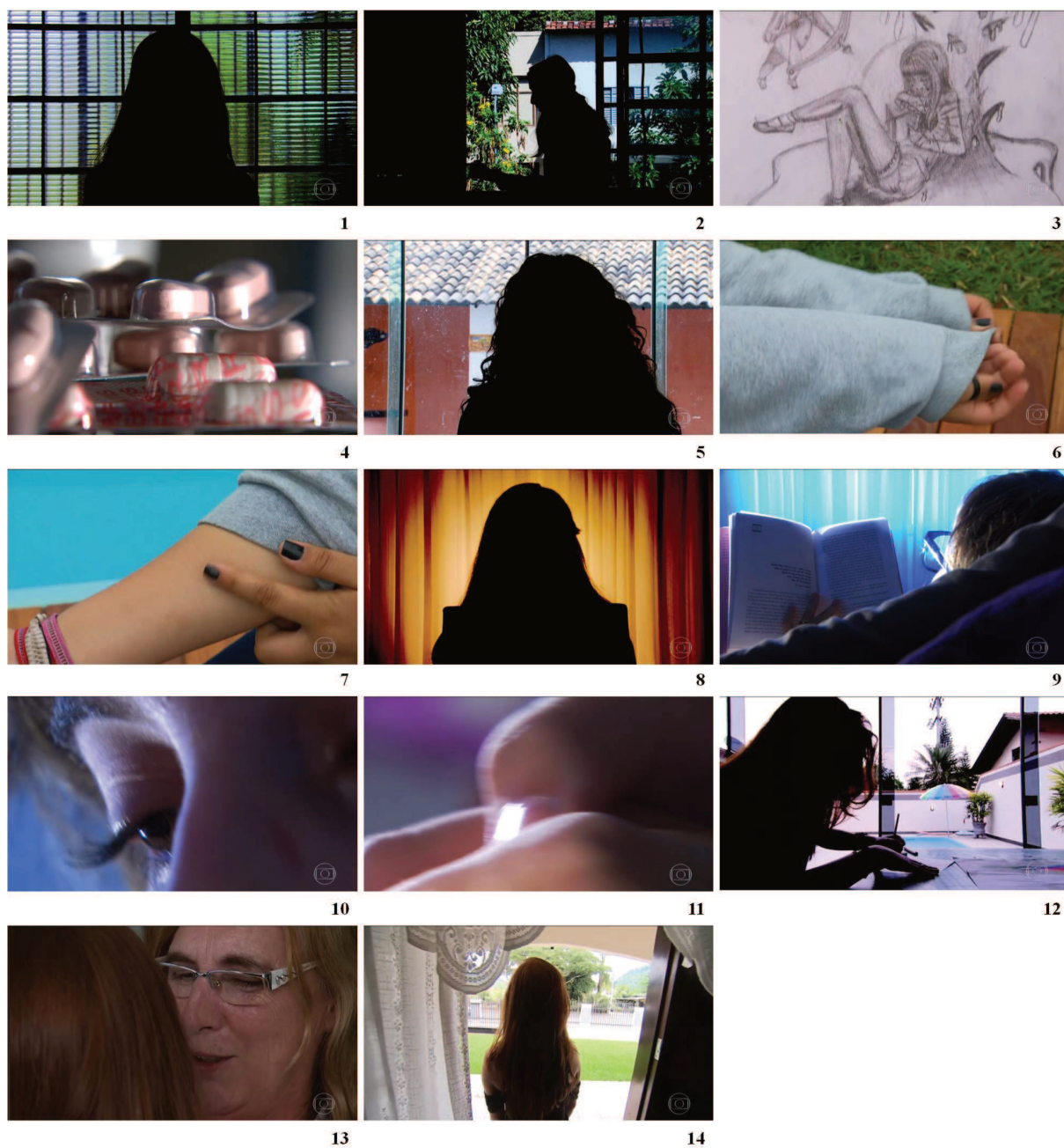
Ao longo da duração desse tempo televisivo, a *persona* repórter Marcelo Canellas entrevista três psiquiatras, sendo um deles pesquisador também, todos com rostos, nomes e profissões evidentemente visíveis, já que isso é o que legitima as suas falas. Se o rosto sublinhado por um nome legitima o conhecimento, o sem-rostos (com a sua voz deformada em algumas ocasiões e com o jogo de luzes e de sombras) legitima o comportamento como um espaço escuro que precisa ser iluminado. Trata-se de construções televisivas molduradas por espaços materiais e por espaços psicológicos que apelam ao imaginário do escuro, da intimidade, do medo, do limite com a loucura, do inferno. Dali, as pessoas só podem falar sem-rostos. No imaginário popular e também no científico, o psiquiatra é o médico mais capacitado para atravessar a linha entre cordura e loucura. Na matéria, tantos psiquiatras dão sentidos de legitimidade e credibilidade à abordagem do tema. Com eles, a *persona* repórter enuncia que procurou compreender a automutilação desde o ponto de vista médico. Com a exceção do primeiro e do último casos, nos demais, Marcelo Canellas conversa com o jovem automutilador e, em alguns, também com a mãe e com os profissionais de educação que convivem com esse jovem. Todos os jovens entrevistados são moldurados pela automutilação e pela moldura fonte, entrevistado, testemunha.

Na figura 36, nos frames 02, 04, 05, 07 e 10, veem-se essas *personas*. É possível perceber que ganharam visibilidade de formas diferentes. O que as diferencia entre si. Das cinco, apenas uma é menino. E a *persona* sem-rostos menino tem a construção de sua imagem bem distinta da das *personas* sem-rostos meninas. Ele está de costas para a câmara e de frente para a *persona* repórter Marcelo Canellas, provavelmente, sentado em um banco, em um lugar que lembra um parque. A touca de onça de pelúcia sobre a cabeça, ao mesmo tempo que o protege de uma identificação pelas costas, o infantiliza, enunciando que essa *persona* é uma criança ou um adolescente. O lugar no qual a conversa acontece resgata o imaginário de pracinha, um lugar em que meninos gostam de brincar livremente. Ao contrário das *personas* sem-rostos meninas, a *persona* sem-rostos menino está ao ar livre, exposto à luz do dia e sem a sua mãe para acompanhá-lo. O que remete ao imaginário de maior coragem e independência

dos meninos. As *personas* sem-rostos meninas aparecem em contraluz de frente para a câmera e para o repórter, que, agora, fica fora de quadro, em lugares que lembram ambientes de casa, que enunciam sentidos de lar, conforto e proteção. As *personas* sem-rostos meninas tem ainda os seus depoimentos complementados pelos depoimentos das suas mães. O que proporciona outra perspectiva da automutilação com a qual sofrem. O que enuncia mais uma dimensão de abordagem do repórter, uma vez que aparece no quadro as entrevistando. Para não impactar na exposição das filhas, as mães também não mostram os seus rostos ou, talvez, para reforçar a construção deste espaço psicológico anônimo e obscuro da mutilação.

Além de construir uma imagem de sem-rostos característica para cada entrevistado, o problema da automutilação é mostrado de diferentes formas conforme o caso. Por exemplo, a menina que se automutila pela rejeição do pai, que canta e toca ao violão a música *Qualquer Negócio*, da cantora brasileira Clarice Falcão, que desenha as suas dores e que toma remédio (frames 01 a 04, figura 39); a menina que se automutila pela rejeição da sua família e que esconde as suas marcas de corte com roupas de manga comprida (frames 05 a 07, figura 39); a menina que se automutila por *bullying* (frames 08 a 11, figura 39); a menina que superou a automutilação e que aparece escrevendo no seu diário (frames 12 a 14, figura 39). Junto da atualização dos sem-rostos em sombras, opacidades e posicionamentos de costas está uma forte rostificação do corte, de imagens de braços e partes do corpo que claramente se mostram cortadas, como é possível ver nos exemplos da figura 40. Imagens da vida, da arte, da criação destes jovens são confrontadas com imagens de sua automutilação em uma alternância de diversas histórias e de diversos dados. Ao contrário do sem-rostos anterior, esta construção não apresenta um acusado, e sim vítimas. Há, aqui, um modo de moldurar problemas sociais relacionados à família e às instituições de ensino que molduram, na construção televisiva em questão, o rosto da automutilação.

Figura 39 – A automutilação de algumas *personas* sem-rostro da grande reportagem



Fonte: Elaborada pela autora, com base em REDE GLOBO (2016a).

Figura 40 – A rostificação do corte (de partes do corpo automutiladas) da grande reportagem



Fonte: Elaborada pela autora, com base em REDE GLOBO (2016a).

Em determinado momento da grande reportagem, por exemplo, um *close-up* rostifica os pés de uma menina enquanto ela diz que postou um vídeo na internet se mutilando porque o seu pai não lhe dá atenção. Na sequência, um plano da sombra da menina (*close-up médio*) entra, o repórter Marcelo Canellas questiona, “*E o que é que aconteceu?*”, e ela responde, “*Ele ligou para minha mãe*”. Em seguida, entra um enquadramento médio do plano do repórter de costas falando com a mãe cujo rosto também é uma sombra. A mãe relata que viu as marcas e diz, “*O chão parece que saiu dos meus pés. Foi horrível.*”. De imediato, volta para a menina, e o repórter pergunta, “*E o teu pai passou a te dar atenção? Não?*”. Aí, vemos a sombra da entrevistada mexendo a cabeça negativamente. O repórter conclui, “*Então, não adiantou...*”, e a menina concorda com ele, “*É...*”. No *off*, a voz *off* de Marcelo Canellas explica, “*Hoje, ela trata o desinteresse do pai com terapia além de tomar medicamentos...*”, e as imagens de uma rostificação de lápis desenhando, um plano picado da menina desenhando sobre a sua cama e as imagens de medicamentos entram ilustrando o *off* e acompanhando a voz *off*. Essa moldura, voz *off*, pode ser reconhecida como a voz da ethicidade/moldura Doutor Drauzio Varella, uma das *personas* do *Fantástico* que costuma ser associada aos quadros de saúde do programa nos últimos anos. No *off*, continua, “*A mãe também faz tratamento psicológico para se fortalecer e enfrentar os dramas da filha sem ilusões*”. Nesse momento, um plano contrapicado aparece, e, aí, vemos as duas sombras (as ethicidades mãe e filha sem-rostos) se abraçando com o sol ao fundo. A reportagem ainda traz pessoas famosas, a cantora norte-americana Demi Lovato, de quem se mostra o rosto, que já se mutilou, assumiu o problema publicamente e fala sobre isso com o seu público, os seus fãs, e a *youtuber* Karyna Rangel, que aborda diretamente o assunto em seu canal e recebe pedidos de ajuda de adolescentes que se automutilam.

A grande reportagem alterna essas histórias entre *personas* sem-rostos, especialistas de saúde e especialistas da área de educação. O recurso da sombra (ou contraluz) é um dos mais usados. Nessas montagens, tornam-se centrais os outros elementos da imagem, como a janela de vidro atrás de uma menina (frame 04, figura 36), a janela de vidro com grades atrás de uma outra menina (frame 05, figura 36), a cortina voil branca atrás de uma terceira menina (frame 10, figura 36), a cortina amarela e alaranjada atrás de uma quarta (frame 07, figura 36). Ao mesmo tempo, a janela remete a um exterior, outra situação, e a um interior. Contudo, nesses casos, as meninas estão de costas para a janela e de frente para a câmera, a janela dos mundos televisivos e suas montagens. Essas montagens enunciam um lugar para a TV e a emissora na entrada a este mundo escuro e sem rostos para o resgate de uma questão de uma adolescência que precisa de rosto (de fato, uma celebridade que já se mutilou e superou o problema aparece com rosto). Os sem-rostos, nesta grande reportagem de Marcelo Canellas e do *Fantástico*, dão

rosto a um problema que é localizado entre o institucional público e o institucional privado: a saúde pública, a educação e a família.

5.2.2.3 O Repórter Secreto Eduardo Faustini

Agora, para concluir, o terceiro sem-rostos do programa *Fantástico* cartografado aqui é o Repórter Secreto Eduardo Faustini, o personagem sem-rostos que deu início a esta pesquisa de Mestrado. A diferença em relação aos sem-rostos do programa já analisados é que Eduardo Faustini é uma *persona* da casa, isto é, se os sem-rostos anteriores eram autorizados a falar por um repórter especial do *Fantástico*, aqui, o próprio repórter é não só quem autoriza alguém a falar (principalmente, o que não quer ser dito), mas também quem “protagoniza” episódios diversos de um combate ao crime organizado no país. Esses sentidos se dão por um conjunto de molduras. Eduardo Faustini é moldurado como repórter sem rostos do *Fantástico* desde que chegou a esse programa. A análise do personagem sem-rostos Repórter Secreto começa com a moldura jornalista investigativo de TV, e não de qualquer TV, mas da Rede Globo, com todos os sentidos que ela dá a si própria, atravessados, principalmente, pela moldura jornalismo.

Fora do programa *Fantástico*, Eduardo Faustini tem uma longa carreira profissional, mas fala muito pouco sobre ela. Em uma entrevista ao jornalista Millos Kaiser da revista Trip, sem revelar o ano ou a idade, Faustini diz que começou a trabalhar como jornalista quando ainda era bem jovem na revista *O Cruzeiro*. Nessa revista, ele trabalhou como fotojornalista. (KAISER, 2011). Depois dessa experiência, passou por outras empresas de comunicação, e, em 1989, chegou à TV. Entre os anos de 1989 e 1995, nas emissoras de TV Rede Manchete e SBT, trabalhou como repórter investigativo do programa de reportagem *Documento Especial*. (EDUARDO..., 2015; KAISER, 2011). De acordo com Eduardo Faustini, nesse programa, os repórteres não apareciam nas matérias, e, com isso, a condição de repórter sem rostos surgiu na sua carreira profissional. (KAISER, 2011). A condição de repórter sem rostos está relacionada às práticas do Jornalismo Investigativo de TV. Repórter sem rostos é o jornalista investigativo de TV que não mostra o rosto (a face) diante das câmeras a fim de garantir o desenvolvimento do seu trabalho (o qual, por vezes, envolve infiltrações e uso de microcâmeras escondidas), a realização das suas próximas investigações e a sua própria segurança.

A ethicidade Eduardo Faustini é moldurada, então, como um repórter sem rostos desde que chegou à emissora de TV Rede Globo em 1995. Trata-se de uma ethicidade televisiva do programa *Fantástico* atravessada por sentidos de jornalismo investigativo, principalmente, no que diz respeito a alguém que vigia poderes públicos brasileiros e pega flagrantes de situações

de corrupção que tem a ver estritamente com dinheiro (público), como indica a moldura título do quadro do Repórter Secreto Eduardo Faustini, *Cadê o dinheiro que tava aqui?*.

A reportagem do personagem sem-rostro Repórter Secreto Eduardo Faustini analisada é a primeira do ano de 2016. Ela foi exibida no dia 14 de fevereiro e abriu a terceira temporada do quadro *Cadê o dinheiro que tava aqui?*³⁴. (REDE GLOBO, 2016b). A figura 41 mostra a sequência de planos da cabeça de 24 s das *personas* apresentadores Tadeu Schmidt e Poliana Abritta para essa reportagem.

Figura 41 – Cabeça da reportagem do Repórter Secreto Eduardo Faustini



Fonte: Elaborada pela autora, com base em REDE GLOBO (2016b).

A *persona* Tadeu inicia dizendo, "*O Repórter Secreto do Fantástico está de volta para investigar um esquema que envolve... atenção para os números... mais de 80 cidades em um estado brasileiro*". E a *persona* Poliana continua, "*E que desviou mais de duzentos milhões de*

³⁴ Disponível em: <<http://g1.globo.com/fantastico/videos/t/edicoes/v/reporter-secreto-investiga-esquema-que-ja-desviou-mais-de-r-200-milhoes-na-paraiba/4811723/>>.

reais dos cofres públicos. O pulo do rato acontece na licitação de obras feitas por prefeitos e gente ligada às prefeituras. Mas... cadê o dinheiro que tava aqui?'. Atrás dos apresentadores, o telão exibe a logomarca do quadro *Cadê o dinheiro que tava aqui?*, como é possível ver nos frames 01 e 02 da figura 41. Esse quadro estreou em 02 de novembro de 2014. Os ambientes nos quais o Repórter Secreto Eduardo Faustini busca os casos de desvio e roubo de dinheiro público são os órgãos públicos municipais - prefeituras e câmaras de vereadores - de pequenas cidades do Brasil. Esta moldura municipal reforça estes sentidos de vigilância e de flagrantes como molduras do quadro. Faustini pode ser qualquer um que, daqui a pouco, chega à minha cidade, um cidadão que não foi visto antes por ninguém, mas que é como qualquer um de nós; bem diferente do Faustini que nós conheceremos agora como imagem técnica.

Na matéria de 14 de fevereiro de 2016, como a cabeça das *personas* apresentadores adianta, ele investiga um esquema de desvio e roubo de dinheiro público entre prefeituras e empresas fantasmas da Paraíba em licitações de obras públicas fraudadas. O Repórter Secreto visita seis municípios paraibanos, explicita como eles operavam o esquema, mostra a situação das obras, ouve a população e questiona os prefeitos e o dono de uma empresa fantasma. Na verdade, o número de municípios envolvidos nesse esquema é maior. Ao todo, são 83. Juntos, eles causaram um rombo de mais de R\$ 200 milhões aos cofres públicos. De modo geral, o esquema funcionava assim. O valor da obra era superfaturado. Na concorrência da licitação dessa obra, ganhava a empresa fantasma. O dono dessa empresa fantasma pegava para ele, como propina, uma quantia do valor total da obra e, depois, repassava o restante do dinheiro ao prefeito. Essa empresa fantasma não construía absolutamente nada, e a obra era realizada pelos indicados do prefeito. Uma parte do dinheiro o prefeito destinava à obra; a outra, ao seu próprio bolso. Como consequência desse desvio e roubo, a obra pública ficava pela metade. Nos municípios paraibanos visitados pelo Repórter Secreto (Monte Horebe, Joca Claudino, Marizópolis, Cajazeiras, Cachoeira dos Índios e Bernardino Batista), escolas, açude, postos de saúde, academia ao ar livre e ginásios de esporte ficaram inacabados.

A logomarca de *Cadê o dinheiro que tava aqui?* traz o mascote do quadro, um ratinho branco de gravata preta. O rato é um animal pequeno comumente associado à sujeira, à praga, à doença, aos lugares escuros, subterrâneos e insalubres (como bueiros e redes de esgoto). No quadro, o mascote representa a corrupção (o que há de sujo no governo, o que se espalha cada vez mais em todos os níveis de governo, o que põe em risco o bem estar do país, o que adoce o país) e o próprio agente político corrupto (quem torna a corrupção uma realidade, quem atua ilegalmente no exercício de sua função, quem age às escuras de forma imperceptível aos olhos dos cidadãos, quem corrói cofres públicos). Na cabeça da reportagem, o mascote ganha vida,

por assim dizer, ganha sentidos. Ele salta do telão ao palco junto às *personas* apresentadores, como é possível ver nos frames 03 a 06 da figura 41. No frame 07, um capacete de construção civil amarelo "cai" na cabeça do mascote. Tão logo isso acontece, o ratinho dispara, corre, sai pelo lado esquerdo da imagem. É um rato branco, talvez, um *hamster*; ele pode se misturar com os ratos "sujos" e entrar nos subsolos mais recônditos sem se machucar, protegido de um capacete.

A investigação também é uma moldura deste sem-rostos. As pautas do quadro *Cadê o dinheiro que tava aqui?* são levantadas com a colaboração dos telespectadores. Esses últimos podem enviar as suas denúncias ao Repórter Secreto através do site do *Fantástico*. Para além dos telespectadores, é provável que órgãos de investigação como o Ministério Público Federal proponham pautas ao quadro. Nesta reportagem, especificamente, quem de fato investiga os 83 municípios paraibanos que operam o tal esquema são o Ministério Público Federal (MPF), o Grupo de Atuação Especial de Combate ao Crime Organizado (GAECO), a Controladoria Geral da União (CGU) e a Polícia Federal (PF). Juntos, eles realizam a Operação Andaime. Essas informações são destacadas na reportagem. Apesar disso, o Repórter Secreto Eduardo Faustini faz a sua própria investigação. Como é visto na matéria, ele vai aos municípios e aos órgãos públicos municipais, verifica a situação das obras, ouve a população, questiona os acusados de envolvimento no esquema (os prefeitos e o dono de empresa fantasma), contrasta o que eles dizem.

Na matéria em questão, nós vemos o rosto do personagem sem-rostos Repórter Secreto Eduardo Faustini (figura 42). Uma figura humana cujos rostos e corpos foram substituídos por uma imagem única de cor azul em movimento que, aparentemente, se move com os movimentos dessa *persona*. Ela lembra uma inserção um tanto grotesca feita com *softwares* como Adobe Photoshop, construção que é pouco habitual na emissora. Enquanto anda pelos corredores, ouve-se a voz do apresentador do *Fantástico*, Tadeu Schmidt, que é quem vem narrando em *off* o caso, "*O repórter Eduardo Faustini não tem medo de fantasma. Olha ele aí na sede de uma prefeitura onde é ruim, hein, você encontrar viva alma.*" Há sentidos ali de um fantasma que investiga fantasmas, de um rato (branco) que não tem receio de se misturar para desvendar outros "ratos". Ele está aí para descobrir aqueles que estão "*metendo a mão no que é do povo*", como diz a voz *off* enquanto são mostrados planos gerais de cidades vistas em plano picado, cenas de obras abandonadas e imagens de ruas e rodovias. Há uma abertura da matéria na qual ainda entra a fala de um promotor e outras cenas de cotidiano para encerrar com a imagem da vinheta do quadro e o *off* do apresentador perguntando firmemente, *Cadê o dinheiro que tava aqui?*.

Figura 42 – O “fantasma” que não tem medo de fantasmas



Fonte: Elaborada pela autora, com base em REDE GLOBO (2016b).

A reportagem basicamente se constrói, ao longo dos seus 10 minutos e 24 segundos, com o *off* do apresentador Tadeu Schmidt, imagens da cidade, do cotidiano, de buracos nas ruas e obras abandonadas e entrevistas de acusados, de cidadãos comuns, de representantes do poder público, como promotores, procuradores e delegados. O rosto de Faustini, além dessa presença azul, que, de certa forma, lembra uma imagem sem gravidade, fantasmal, que atravessa paredes, aparece relacionado à moldura entrevista, como vemos nas figuras 43 e 44. Na primeira, vemos a figura fantasma Faustini segurando o microfone; na segunda, somente o microfone com um *close-up* do entrevistado. Em ambos os casos, é absolutamente irrelevante quem, de fato, estava fazendo aquelas entrevistas, isto é, a pessoa que estava sendo vista pelos entrevistados, provavelmente, não seja sempre a mesma pessoa que faça essas entrevistas. Contudo, todos se atualizam aqui como o Repórter Secreto Eduardo Faustini.

De modo geral, as reportagens do quadro *Cadê o dinheiro que tava aqui?* repetem a estrutura: *off* de Tadeu Schmidt, imagens de cidades, de cenas cotidianas, recursos gráficos, fontes do lado denunciante e do lado denunciado. O que muda é a denúncia. O sem-rosto aqui reforça sentidos específicos não somente de um certo jornalismo policial (que estava presente na primeira matéria comentada neste capítulo sobre o sem-rosto no *Fantástico*) e mais de uma certa presença tão discreta quanto atenta nos diversos recantos da estrutura pública brasileira.

Figura 43 – O rosto do Repórter Secreto Eduardo Faustini



Fonte: Elaborada pela autora, com base em REDE GLOBO (2016b).

Figura 44 – O sem-rosto e a defesa da questão pública



Fonte: Elaborada pela autora, com base em REDE GLOBO (2016b).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS: DO AUDIOVISUAL ÀS AUDIOVISUALIDADES DO SEM-ROSTO NA TV ABERTA BRASILEIRA

Chegamos, assim, à conclusão de uma etapa, de uma reflexão, de um trabalho. Embora muito do visto, lido, pensado e refletido não coube nestas páginas, e sim nas páginas que não estão escritas no relatório e fazem parte do crescimento da pesquisadora.

Acreditamos que, no conjunto deste relatório, conseguimos apontar algumas respostas, dentre as tantas possíveis, para a questão central da pesquisa: quais os sentidos identitários (éticos) que o sem-rostos adquire no interior dos mundos televisivos e o que ele diz sobre a televisão e sobre a tecnocultura contemporânea?

Lembramos que o nosso objetivo geral foi compreender a construção do sem-rostos nos mundos televisivos e que os nossos objetivos específicos eram: 1) cartografar e dissecar os construtos de sem-rostos nas emissoras da TV aberta; 2) autenticar as molduras e as moldurações utilizadas nesses construtos; 3) compreender os sentidos de sem-rostos construídos na TV aberta, particularmente, em duas emissoras que apresentam as maiores diferenças na oferta desses sentidos, SBT e Rede Globo; 4) compreender o que a emissora e a própria TV dizem sobre si próprias nesses sem-rostos. Acreditamos que, ao longo dos capítulos, respondemos a essas questões e tecemos, agora, alguns apontamentos que atravessam todos esses objetivos e a questão central da dissertação.

Esta pesquisa nos mostrou que há rostos onde aparentemente não há. Embora as molduras e moldurações de cada construção sem-rostos sejam diferentes em cada emissora e em cada programa, podemos perceber audiovisualidades do sem-rostos, isto é, uma qualidade dos mundos televisivos construída em um movimento paradoxal de chamar a atenção para um rostos ausente. Essa ausência de rostos não é simplesmente preenchida com uma molduração específica (enquadramento de costas, rostos borrados, por aí vai), é preenchida também com a sobreposição de um conjunto de rostos humanos e não humanos mediados pela técnica.

Em uma televisão que se constrói basicamente com rostos (*visus*), em uma tecnocultura onde o rostos tem um lugar central, oculta-se o rostos de *personas* e personagens com a sobreposição de rostos diversos: máquina de rostidade. Molduras e moldurações diversas dão sentidos a esses sem-rostos nos mundos televisivos.

O sem-rostos é a justaposição de enquadramentos, ângulos de câmera, recursos técnicos como luzes e sombras ou anamorfoses operados sobre o rostos e, às vezes, sobre a voz, mas também é um espaço: o palco, a rua, a casa, o entrevistador, o entrevistado, a própria entrevista. Esses espaços sobrepostos ainda a outros espaços: um quadro, um programa, uma

emissora, um fluxo televisivo onde o programa é interrompido por espaços comerciais, um horário na grade de programação, um nome específico (“Programa Silvio Santos”, “Programa do Ratinho”, “Fantástico”) que moldura o programa e o quadro. A atualização do rosto no sem-rosto tem uma particularidade que é própria dela: só pode ser decodificada no conjunto dos rostos dos mundos televisivos em que ela se insere. Por isso, não é possível compreender o sem-rosto sem pensar nas audiovisuais do sem-rosto.

Essas questões puderam ser percebidas ao ingressar na jornada de desabituar o olhar, de adentrar às imagens e dissecá-las. Esse processo é complexo, já que exige uma desnaturalização do *modus operandis* da televisão em particular e das mídias em geral que tendem a deixar as montagens na opacidade para centrar a atenção nos seus conteúdos. A TV dificilmente dá a ver suas montagens, reforçando, recorrentemente, o imaginário de uma TV que é janela para o mundo, onde só restaria (ou não!) aceitar sua imagem-síntese, seu teor contudístico. Foi muito difícil fugir do dito e das histórias já contadas e me aventurar a me perder nas imagens para perceber as montagens. Ou seja, o sem-rosto é uma montagem televisiva, um novo conceito, como lembrava Eisenstein (2002b) ao falar do que resulta da justaposição de dois ou mais fragmentos de qualquer coisa; um código em forma de superfície que precisa ser decodificado, afirmamos com Flusser (2011); mas, sobretudo, uma qualidade audiovisual que se atualiza em algumas molduras e moldurações evocando determinados imaginários.

Por se tratar de pesquisa qualitativa e não quantitativa, consideramos aqui algumas durações televisivas de duas emissoras específicas, SBT e Rede Globo, que mostravam sentidos tensos e diversos na construção do sem-rosto. Muitos outros sem-rosto podiam estar no lugar dos abordados. Contudo, na grande cartografia realizada, optamos pelas duas emissoras que pareciam se diferenciar mais no modo de atualizar o sem-rosto e pelos tempos televisivos que pareciam nos dar maiores pistas sobre este objeto.

Por outro lado, a nossa cartografia foi nos levando a aprofundar com mais ou menos intensidade cada um dos sem-rosto e cada uma das emissoras aqui abordadas, conforme o desenvolvimento do trabalho nos ia demandando. Destacamos a mudança mais radical de pensar o sem-rosto como um repórter e como um recurso necessário por demanda jurídica ou por necessidade de investigação para a descoberta de presenças mais inusitadas de sem-rosto.

O sem-rosto é, então, uma construção propriamente televisiva e, embora até possa se tratar de alguém que por lei não pode mostrar o rosto (um menor de idade acusado de alguma coisa, por exemplo), há uma construção técnica, estética e ética do sem-rosto que vai bem além dessa normatização que protege a identidade de alguém. Trata-se de uma construção

identitária e tecnocultural que é própria dos mundos televisivos, principalmente dos mundos televisivos *ditos* documentais - reforçamos *ditos* aqui já que a distinção entre documental ou ficcional é uma convenção demarcada por certas molduras, que, conforme já foi comentado com Kilpp (2010), são atravessadas pelo que entendemos como gênero televisivo. Tanto no SBT quanto na Rede Globo, vimos a presença de sem-rostos em programas jornalísticos e de auditório. O mesmo vale para a nossa primeira cartografia estendida a outras emissoras da TV aberta e a outros programas: o sem-rostos televisivo é uma moldura dos mundos ditos reais e é moldurado por esses. Essa relação é uma primeira marca identitária importante que forma as audiovisualidades do sem-rostos na TV aberta brasileira.

Percebemos como de fato o sem-rostos é a construção de um rostos denso e complexo que dá a ver sentidos dados às emissoras e são formas de atualização de seus rostos (os rostos das emissoras), mas não só delas. Por isso, iniciamos por compreender, de formas diversas, alguns aspectos mais característicos dos rostos das emissoras em questão. No caso do SBT, através do promo *SBT, A TV que tem torcida*, e, no caso da Rede Globo, na construção tecnocêntrica chamada de Padrão Globo de Qualidade (PGQ). Pensamos esses dois construtos como rostos de cada emissora, isto é, a enunciação do que praticam como rostos ideais. Ao mesmo tempo, nesses *visus*, mostram-se a atualização de diversas rostos da emissora. Em uma, rostos que atualizam uma certa família brasileira reunida em torno de um “pai”, rostos de diversas idades que vemos juntos e ao longo de muitos anos, inclusive rostos que vemos se transformar de crianças em adultos, rostos que respondem a um nome ou simplesmente a um apelido como em uma família, rostos hierarquizados em uma mistura de relações de trabalho que irmana a todos sob os cuidados de um grande rostos que já está para além do tempo.

O *visus* do SBT se caracteriza, em primeiro lugar, por um rostos que se constrói agora como eterno, o rostos do seu dono, Silvio Santos, é um dos rostos significantes da emissora, conforme comentado. Junto com esse novo *visus* de Silvio Santos, o lugar da tecnologia e de uma estética mais limpa parece estar apontando para uma transição da estética de jogos de azar ou “estética de cassino” (MONTAÑO, 2007), que caracterizou e ainda caracteriza boa parte da programação do SBT, para uma estética mais limpa, em que se enuncia a tecnologia digital em lugar mais destacado, na construção do universo SBT. Ainda assim, prevalece uma certa estética do exagero, do forte contraste entre cores, do excesso que sai do quadro sonora e visualmente em gargalhadas, em gritos, em confrontos, em personagens que correm e batem uma na outra. A construção dos espaços sociais palco e plateia no SBT atravessam quase toda a sua programação. Dificilmente, a plateia seja o lugar do sem-rostos. O lugar do sem-rostos no

SBT é o palco, aquele que tem algo a dizer e, sobretudo, por paradoxal que pareça, aquele que deve ser visto pela plateia e pelo restante do palco.

Em um primeiro momento, trouxemos o sem-rostos que se atualiza no *Programa Silvio Santos*. Ele se atualiza na figura de diversas *personas* comuns que, por exemplo, não devolvem uma bolsa que foi esquecida, buscando sempre a própria vantagem. O sem-rostos relacionado a uma situação moralmente comprometedoras ou na qual se sentiu o bobo da corte e, por isso, não autorizou a mostrar o rostos. Na montagem televisiva, esses sem-rostos passam a ter um conjunto de rostos. Há, aqui, uma evocação de uma certa “brasilidade”, aquela retratada por DaMatta (1997) na figura do malandro, e que tem mais sentido quanto menos o rostos é mostrado ou menos assumido é pelo autor. Essa figura sem-rostos é construída com o rostos borrado e com sua interação com a cena montada para ele ser pego, mas também com a interação (principalmente sonora) com o estúdio, formando, assim, a sobreposição de dois espaços em um. A moldura “pegadinhas” como tais, embora com diversos nomes, não são exclusividade de uma emissora, nem sequer da TV brasileira. Entretanto, as pegadinhas preparadas por humoristas do SBT e, principalmente, a presença em *voz off* da risada de Silvio Santos, moldura que já tem fortes sentidos tecnoculturais (talvez seja uma das figuras e uma das risadas mais imitadas no país), dão sentidos decisivos àquele sem-rostos como um sem-rostos SBT.

Em um segundo momento, percebemos o sem-rostos atualizado no *Programa do Ratinho*. Encontramos ali o Sombra e o Gabriel, uma personagem e uma *persona* sem-rostos que ocupam o espaço do palco junto à mesma plateia. Um palco, aliás, que tem muitas caras.

O Sombra é um rostos que se atualiza como silhueta, um certo anti-herói, anti-jornalista (mais moldurado pela curiosidade de almanaque do que pela notícia em tempo real) que trabalha para um anti-jornal. O Sombra e o *Jornal Rational*, particularmente, o seu lugar de repórter de plantão, convocam imaginários diversos. Se, por um lado, rememora o rádio e um certo jornalismo investigativo, por outro, recicla sentidos próprios de diversas ficções televisivas como *Os três patetas* e *O gordo e o magro* assim como o imaginário do palhaço que sofre nas mãos de outro palhaço, o Ratinho, no caso. O quadro como um todo e o Sombra como sem-rostos tem um lugar particular na inversão de sentidos, como no carnaval descrito por DaMatta (1997). Neste caso, a inversão não aponta para abrir espaço para lugares proibidos, e sim para anular sentidos instaurados em outros imaginários ditos “sérios”, ou melhor, construídos como tais.

O menino Gabriel, outro sem-rostos, tem seu rostos atualizado à semelhança do Sombra. Atrás de um biombo, onde claramente pelos contornos podemos visualizar um menino de

boné, de perfil, sentado em um banquinho. Esse rosto ocupa um espaço bem delimitado do palco enquanto que os outros convidados (a mãe do Gabriel e as duas irmãs que estão acusando o menino de não assumir a paternidade da filha de uma delas) estão com os rostos visíveis à frente do espaço em que se encontra Gabriel e com uma certa margem de movimento, principalmente o de levantar e brigar, quando, de alguma forma, o apresentador autoriza. O rosto de Gabriel também se atualiza em atores que fazem a dramatização. É, na construção deste sem-rosto, onde, mais uma vez, o imaginário circense mais se dá a ver, mas, neste caso, não tanto como o que apanha ou o que inverte sentidos. A presença dos palhaços que interagem com o Gabriel atrás do biombo, com o Ratinho e com o especialista (moldurado como tal) que falam sobre assuntos de família, além de correr entre palco e plateia, é mais uma moldura que reforça outras molduras deste sem-rosto. Se, em algum momento, trazíamos, com Vieira, Coêlho e Marques (2016) seguindo Emmanuel Lévinas, o rosto como potência de contato com o outro, comunicação e linguagem a ser ouvida, o sem-rosto Gabriel parece mais passar pelo que Deleuze (1984) chamava de anulação das funções do rosto. O sem-rosto Gabriel, longe de passar por uma função individualizante, é levado à uma classe, menores de idade, “*Os cara briga, mata, apronta... Ah, menor de idade... Eu sou menor de idade... Como é que para fazer filho não é menor de idade?*”, como aparece na fala do Ratinho, reforçada pela interação com o especialista e aplaudida pela plateia. Há, aqui, a sobreposição de uma série de discussões sociais trazidas como moldura que, de alguma forma, convoca imaginários fundamentalistas. A voz do Ratinho gritando essas “verdades” e sendo reafirmada por todos os espaços e *personas* presentes, menos pelo sem-rosto, que é, neste caso, contido por um biombo que o emudece.

Dessa forma, o sem-rosto SBT *persona* e personagem é um sem-rosto que revela imaginários altamente hierárquicos, que remete à oralidade, a um linguajar cotidiano que se nutre de palavrões e tensiona o tempo todo os padrões da língua portuguesa escrita assim como as práticas do “politicamente correto”. Ao mesmo tempo, é um sem-rosto que senta no banco dos acusados (em um certo imaginário de bode expiatório) e sobre quem se descarrega as versões de todos: do apresentador, dos palhaços, da plateia (que aplaude ou vaia), do especialista, da família e das pessoas que o acusam. Inclusive, no momento de dramaturgia, sua história é novamente contada. Todos falam sobre ele, menos ele próprio. O vococentrismo, discutido por Chion (2011), ou seja, a centralidade na voz humana, seja in ou off, é muito marcante nas duas emissoras; contudo, o SBT tem, na sua montagem sonora, excesso de ruídos e trilhas, além de inserções visuais que remetem às histórias em quadrinhos ou aos seriados televisivos antigos, como *Batman*, em que sons onomatopéicos apareciam,

além de sonora, visualmente. Essas molduras que reafirmam e exageram movimentos falam dos sem-rostos que moram nos mundos televisivos do SBT. Entre a oralidade do rádio, as estéticas do circo e a técnica televisiva.

De outro lado, na Rede Globo, uma certa máscara que reveste todos e tudo o que a emissora tem para mostrar. Um rosto de todos os rostos, inclusive um rosto dos sem-rostos. Com um equilíbrio de cores, com um predomínio de azul cromado que moldura esses mundos televisivos em um encontro de cenários futuristas e tecnologia de ponta que se dá a ver nos cenários, mas também nas câmeras dos repórteres sem-rostos, mas com câmeras secretas de alto potencial para ver aquilo que não seria visto a olho nu, principalmente no que diz respeito ao correto funcionamento do poder público. Essa estética é asséptica, clássica, bonita e limpa e sem ruídos, acidentes, interferências, erros, brancos e imperfeições. Mas também em termos de sentidos identitários, a emissora se enuncia como limpa e sem erros, de olho em todos os erros, furos e desvios possíveis. Embora, muitas vezes, o próprio padrão estético tenha atualizações conforme os estágios da técnica, como, por exemplo, o uso de imagens de celular, essas mudanças reforçam os sentidos identitários mencionados. Um padrão estético com tecnologia de ponta, uma grade de programação (virtual e atual) que está acima de qualquer *persona* e dificilmente é alterada, um conjunto de programas que são mais importantes que os seus apresentadores e um conjunto de *personas* dentro dos programas que tem diversas hierarquias claramente delimitadas (apresentador, repórter, entrevistado).

No caso da Rede Globo, os sentidos éticos do sem-rostos se enunciam a partir de imaginários bem diferentes, embora a centralidade da *voz off*, aquele recurso autoritário de que fala Canevacci (2009), que direciona o olhar sobre as imagens para interpretações únicas, é uma constante nos sem-rostos da Rede Globo. Ao mesmo tempo, a construção visual e sonora das montagens televisivas são, como referimos, muito “bem comportadas”, nada parece sair do quadro ou levantar a voz. O sem-rostos da Rede Globo está fortemente moldurado por instituições, enunciadas como guardiãs dos interesses coletivos (a emissora, o jornalismo, a figura do jornalista investigativo) ou enunciadas como falhas (prefeituras, sistemas familiares e escolares, governos).

Rostos de políticos corruptos são molduras do primeiro sem-rostos que denuncia um esquema de corrupção à luz das cores verde e amarelo. O sem-rostos testemunha que denuncia um delito não é um rosto que representa uma instituição, não é da emissora, não protege os interesses da Polícia Militar, ele é um sujeito moldurado como aquele que denuncia, e a instância de denúncia não é a justiça, e sim a emissora. O sem-rostos, neste caso, dá sentidos de uma mudança de atitude, uma denúncia anônima, um perigo de exposição pelo grau que

compromete a revelação que ele vai fazer dentro do programa ao repórter que comanda a entrevista.

Se o SBT tinha como espaços sociais palco e plateia, os espaços sociais mais determinantes nos sem-rostos Rede Globo são entrevistador e entrevistado. O sem-rostos ocupa ambos espaços, mas de forma bem diferente. O sem-rostos entrevistado é autorizado a falar por iniciativa da emissora e autorização do repórter. O sem-rostos entrevistador é quem autoriza a falar e quem tem liberdade de movimento para andar pelo Brasil afora e pelas mais diversas cenas.

Os planos detalhe na construção de sem-rostos na emissora reforçam a rostidade e a constituição de um espaço qualquer (DELEUZE, 1984), dando a ver afectos sem tempo espaço: a corrupção, a dor da solidão expressa na mutilação, o descaso dos poderes públicos, etc.

No caso da automutilação, há a construção de diversos sem-rostos moldurados com as mais diversas técnicas. Adolescentes e mães de adolescentes ficam sem-rostos enquanto narram a dor, a solidão, o desespero e um certo final feliz. Artistas que já passaram por esse problema e especialistas (psiquiatras, psicólogos) fazem parte dos rostos que reforçam esses sem-rostos. Dados, estatísticas, porcentagens também reforçam esses rostos atualizados em sem-rostos. Aqui, além da construção de um espaço social entrevistador/entrevistados, onde, mais uma vez, o primeiro é quem é moldurado como aquele que mergulha sem medo em um mundo obscuro e assustador, há a construção estética deste espaço que parece dar rosto à mutilação como um espaço psicológico.

A condição de repórter sem rosto está relacionada às práticas do Jornalismo Investigativo da Rede Globo e aos imaginários de repórter bem anteriores a esta. O cinema, os seriados e um certo imaginário compartilhado entre o próprio campo do jornalismo está moldurado por um repórter/herói que corre atrás da notícia e que mostraria “todas as versões dos fatos” de forma “imparcial”. Ele não é um repórter que fica na redação repassando as notícias que recebe. Ele está entre as pessoas, bem no meio do cotidiano, como mais um entre todos, às vezes, nos espaços mais sujos, justamente para ver e ouvir o que *realmente* está acontecendo e costurar os fatos, contando a “verdadeira história”. Sem-rostos e com as tecnologias mais avançadas de imagem e som, o Repórter Secreto se transforma em um “fantasma que não tem medo de fantasmas”. O fantasma é, de alguma forma, aquele que já morreu e, por isso, não tem medo da morte e atravessa todas as realidades materiais. Nos mundos televisivos, aparece como uma silhueta que tem a liberdade de se mover por todos os

lados, todos os municípios, todos os dutos, encarando poderosos e perguntando, “*Cadê o dinheiro que estava aqui?*”.

Um fantasma ou um ratinho branco entre ratos pretos, o repórter sem rosto revestido de capacete está entre os sujos, mas não se suja. O sem-rosto repórter é moldurado por uma rede de pessoas, cidadãos ou telespectadores que enviam denúncias, e, ao mesmo tempo, tem uma rede de instituições que monitora.

Se o SBT enuncia principalmente o seu lugar na casa (no estúdio), o Brasil vai até ele. A Rede Globo enuncia o seu lugar principalmente na rua, na cidade, no Brasil. A enunciação fundamental é que ele vai para fora, embora o lugar do estúdio seja hierarquicamente mais importante, é na rua, no fora, nas casas, ministérios, prefeituras onde os sem-rosto contam experiências reveladoras ou onde o repórter sem rosto trabalha para zelar pelo dinheiro público.

Dessa forma, partimos do sem-rosto no audiovisual e chegamos às audiovisuais de sem-rosto, isto é, uma qualidade audiovisual, sentidos inscritos nas imagens de sem-rosto que revelam questões importantes sobre a televisão brasileira. Para a TV aberta brasileira, o sem-rosto sempre é um rosto complexo e com sentidos tensos. Ele pode ser um rosto borrado de um menor em situação de acusação, pode ser uma testemunha que denuncia algo, pode ser uma vítima de uma armadilha ou de alguma fraude. Mas ele pode também ser um repórter que, junto com a *voz off*, se torna, de alguma forma, onisciente e onipresente em situações de corrupção, denunciando desvios de conduta dos poderes públicos e velando pelo que seria “nosso” de direito: a verba pública e a administração de nossas cidades.

Em cada emissora, o sem-rosto reforça também os sentidos que a atravessam eticamente e é moldurado por estes. Uma figura reciclada dos imaginários radiofônicos que se misturam com imaginários policiais, religiosos e circenses gerando uma espécie de linguagem redundante ao extremo no caso do SBT. Um tipo de brasilidade construída que acentua o familiar, o bairro, o jeitinho brasileiro, aquilo que, muitas vezes, acontece ou é dito no ambiente doméstico. Sentidos circenses que reforçam imaginários populares parecem ser tensionados em outras práticas por outros sem-rosto, o do jornalismo “sério”, o da verdade, o do entrevistado e repórter, o de uma verdade incontestável. O jornalista cão de guarda, herói, é uma peça da emissora que zela por um país inteiro. Há uma brasilidade do público, do correto, da instituição sobre as instituições que moldura este sem-rosto Rede Globo.

Em todos esses casos, o sem-rosto se mostra como uma potência múltipla que pode atualizar rostos dos mais diversos: de um programa, de uma emissora, de uma relação social, de uma sociedade televisiva.

REFERÊNCIAS

- “EU NUNCA me considereirei patrão de vocês”, diz Silvio Santos em festa de final de ano do SBT. **UOL**, Rio de Janeiro, 14 dez. 2012. Disponível em: <<https://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2012/12/14/eu-nunca-me-considererei-patrao-de-voces-diz-silvio-santos-em-festa-de-final-de-ano-do-sbt.htm>>. Acesso em: 30 jul. 2018.
- A PRAÇA É NOSSA. **A grande estreia de Golias na Praça, em 1987 | Praça Retrô (02/02/17)**. Mountain View: Google, 2017a. (09 min e 46 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=p5BMnT98JS4>>. Acesso em: 06 jan. 2018.
- A PRAÇA É NOSSA. **A Praça é Nossa (30/11/17) | Parte 1**. Mountain View: Google, 2017b. (31 min e 03 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=BLRCh-1lfo0>>. Acesso em: 06 jan. 2018.
- A PRAÇA É NOSSA. **O programa**. São Paulo, 2018. Disponível em: <<https://www.sbt.com.br/apracaenossa/programa/>>. Acesso em: 30 jul. 2018.
- ACERVO 80JHL. **Patricia Abravanel no sorteio da Tele Sena**. Mountain View: Google, 2013. (08 min e 38 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=HrXnpdE1vdg>>. Acesso em: 01 ago. 2018.
- ALMEIDA, Émerson Vasconcelos. **Audiodisualidades nos quadrinhos digitais: como se dá o tensionamento das molduras quadrinhos, audiovisual e software/interface nas AppHQs**. 2013. 114 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2013.
- AMARAL FILHO, Lúcio Siqueira. **Do player à interface: escavações publicitárias no YouTube em busca da relação entre os meios**. 2016. 225 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2016.
- ANA CAROLINA DIAS LEITE. **Carrossel - Capítulo 1 (Parte 2)**. Mountain View: Google, 2015. (21 min e 56 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=0N-bkL28UcY>>. Acesso em: 05 nov. 2017.
- ANDI – COMUNICAÇÃO E DIREITOS. **Jornalista Amigo da Criança**. Brasília, DF, 2012a. Disponível em: <<http://www.andi.org.br/jac/o-projeto>>. Acesso em: 24 jan. 2018.
- ANDI – COMUNICAÇÃO E DIREITOS. **Marcelo Canellas**. Brasília, DF, 2012b. Disponível em: <<http://www.andi.org.br/jornalista-amigo-da-crianca/marcelo-canellas>>. Acesso em: 24 jan. 2018.
- ASSESSORIA PLENA. **Ratinho SBT pede o fim da novela Passione na Rede Globo**. Mountain View: Google, 2012. (01 min e 26 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=qbqy7h2A0tY>>. Acesso em: 03 ago. 2018.

AUMONT, Jacques et al. O filme como representação visual e sonora. In: AUMONT, Jacques et al. **A estética do filme**. Campinas: Papirus, 1995. (p. 19-52).

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. **Dicionário teórico e crítico de cinema**. Campinas: Papirus, 2003.

BALÁZS, Béla. Béla Balázs (O homem visível. Nós estamos no filme. A face das coisas. A face do homem. Subjetividade do objeto.). In: XAVIER, Ismail (Org.). **A experiência do cinema**: antologia. Rio de Janeiro: Edições Graal: Embrafilme, 1983. p. 75-99.

BARROS, Adilson; LOZETTI, Alexandre; HAZAN, Marcelo. Thiago Silva diz que mão no ombro na entrada em campo é ideia de amigo. **Globoesporte.com**, São Paulo, 12 jun. 2014. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/2014/06/thiago-silva-diz-que-mao-no-ombro-e-ideia-de-amigo-dele-e-de-david-luiz.html>>. Acesso em: 30 jul. 2018.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 1986. p. 165-196.

BOGONI, Fabricia. **O uso de reportagem com auxílio de computador (RAC) por jornalistas investigativos**: um estudo de casos múltiplos. 2014. 127 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo) – Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2014.

BOLOGNESI, Mario Fernando. **Circos e palhaços brasileiros**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. Disponível em: <<http://www.arteseed.pr.gov.br/arquivos/File/livros/circolivro.pdf>>. Acesso em: 25 dez. 2017.

BOLOGNESI, Mario Fernando. **Palhaços**. São Paulo: Editora UNESP, 2003. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=sUD7V_YYmtsC&printsec=frontcover&dq=palha%C3%A7os&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwjzqr8t3cAhUsx1kKHTrCAxYQ6AEIJzAA#v=onepage&q=palha%C3%A7os&f=false>. Acesso em: 25 dez. 2017.

BORELLI, Silvia Helena Simões; PRIOLLI, Gabriel (Coord.). **A deusa ferida**: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência. São Paulo: Summus, 2000.

BRANDÃO, Cristina. As primeiras produções teleficcionais. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (Org.). **História da televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010.

BRASIL na Copa do Mundo FIFA de 1994. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 11 jul. 2018. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Brasil_na_Copa_do_Mundo_FIFA_de_1994>. Acesso em: 30 jul. 2018.

BRASIL. **Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990.** Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8069.htm>. Acesso em: 25 dez. 2017.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2016:** hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília, DF, 2016. Disponível em: <<http://www.pesquisademidia.gov.br/>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

CÂMERAS ESCONDIDAS PROGRAMA SILVIO SANTOS. **Ivo Holanda e Gel falam sobre o trabalho com as pegadinhas.** Mountain View: Google, 2016. (08 min e 18 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2f0gCXxZHOg>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

CANAL TEMPESTADE NOTURNA. **Topa Tudo Por Dinheiro - 20 de abril de 1997.** Mountain View: Google, 2017. (1 hora, 26 min e 33 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=kNHD4rGpJg4>>. Acesso em: 05 nov. 2017.

CANELLA, Vlademir. **Atualizações audiovisuais do fotojornalismo na web.** 2016. 125 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2016.

CANEVACCI, Massimo. Cabeças cortadas. In: CANEVACCI, Massimo. **Comunicação visual.** São Paulo: Brasiliense, 2009. p. 129-158.

CANEVACCI, Massimo. Walter Benjamin, antropólogo das metrópoles. In: CANEVACCI, Massimo. **A cidade polifônica:** ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana. São Paulo: Studio Nobel, 1997. p. 99-121.

CARDOSO, Junior. Pegadinha do SBT gravada em Campinas gera polêmica na internet. **PIRANOT**, [S.l.], 06 jul. 2015. Disponível em: <<http://www.piranot.com.br/2015/07/06/entretenimento/tv/pegadinha-do-sbt-gravada-em-campinas-gera-polemica-na-internet/>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

CARLA MARINHO. **A Caixa De Pandora (1929).** Mountain View: Google, 2013. (2 horas, 12 min 34 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=uxq3J4D1IqM>>. Acesso em: 02 jan. 2018.

CARLADDSC. **Lluvia Joris Ivens, 1929.** Mountain View: Google, 2011. (14 min 23 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=vbvm9kNHbTs>>. Acesso em: 02 jan. 2018.

CARRAVETTA, Luiza Maria Cezar. **Construindo o telejornal.** Porto Alegre: Armazém Digital, 2009.

CASTRO, Thell de. Em 1987, Silvio Santos tomou Praça da Band duas semanas após estreia. **Notícias da TV**, [S.l.], 10 maio 2015. Disponível em: <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/em-1987-silvio-santos-tomou-praca-da-band-duas-semanas-apos-estreia-7778>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

CHANGE BEFORE GOING PRODUCTIONS. **Enoch Arden (1911) - D. W. Griffith | Blanche Sweet | Alfred Lord Tennyson | G.W. Bitzer**. Mountain View: Google, 2012. (33 min 15 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ZNvb9X9QafA>>. Acesso em: 02 jan. 2018.

CHION, Michel. **A audiovisualização**: som e imagem no cinema. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2011.

CLARK, Walter; PRIOLLI, Gabriel. **O campeão de audiência**: uma autobiografia. São Paulo: Summus, 2015. Livro eletrônico, não paginado.

CLAUDIA BENÍTEZ. **La Línea General**. Mountain View: Google, 2012. (1 hora, 59 min 55 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=RR5Cvw4s2oE>>. Acesso em: 02 jan. 2018.

COPA do Mundo FIFA. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 23 jul. 2018. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Copa_do_Mundo_FIFA>. Acesso em: 28 jul. 2018.

CROITOR, Cláudia. Sombra tem "acordo verbal" com Ratinho. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 14 maio 2000. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/tvfolha/tv1405200026.htm>>. Acesso em: 08 ago. 2018.

CUNHA, João Fabricio Flores da. **A comunicação afetiva no cinema de Ingmar Bergman**. 2016. 144 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2016.

CUNHA, João Fabricio Flores da. A rostidade no cinema de Ingmar Bergman. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38., 2015, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2015. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0743-1.pdf>>. Acesso em: 27 dez. 2016.

DAMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis**: para uma sociologia do dilema brasileiro. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DANIEL FILHO. **O circo eletrônico**: fazendo TV no Brasil. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

DELEUZE, Gilles. **Bergsonismo**. São Paulo: Editora 34, 2004.

DELEUZE, Gilles. **La imagen-movimiento**: estudios sobre cine 1. Barcelona: Paidós, 1984.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs**: capitalismo e esquizofrenia. Rio de Janeiro: Editora 34, 1996. v. 3.

DEZAN, Anderson. Aos 81 anos, o "rei das pegadinhas" Ivo Holanda diz: "Sou o Chaves brasileiro". **EGO**, São Paulo, 14 set. 2016. Disponível em:

<<http://ego.globo.com/televisao/noticia/2016/09/aos-81-anos-o-rei-das-pegadinhas-ivo-holanda-diz-sou-o-chaves-brasileiro.html>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

DUNGA. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 24 jul. 2018. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Dunga>>. Acesso em: 30 jul. 2018.

EDUARDO Faustini. **Portal dos Jornalistas**, [S.l.], 2015. Disponível em: <<http://www.portaldosjornalistas.com.br/jornalista/eduardo-faustini>>. Acesso em: 31 ago. 2016.

EISENSTEIN, Sergei. Dickens, Griffith e nós. In: EISENSTEIN, Sergei. **A forma do filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002a. p. 176-224.

EISENSTEIN, Sergei. Palavra e imagem. In: EISENSTEIN, Sergei. **O sentido do filme**. São Paulo: Zahar, 2002b. p. 13 -50.

EVERALDO CEIÇA. **A Praça É Nossa 2007 (Com Comerciais)**. Mountain View: Google, 2017. (48 min e 43 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=b4sqL8nCBZo>>. Acesso em: 06 jan. 2018.

FABIO MARCKEZINI. **Ratinho "dando de chicote na Globo" - Programa do Ratinho(1998)**. Mountain View: Google, 2016. (01 min e 30 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=znMoLAsuAnk>>. Acesso em: 03 ago. 2018.

FAMÍLIAS chefiadas por mulheres são 37,3% do total no país, aponta IBGE. **G1**, São Paulo, 17 out. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2012/10/familias-chefiadas-por-mulheres-sao-373-do-total-no-pais-aponta-ibge.html>>. Acesso em: 16 jan. 2018.

FELLINI, Federico. Sobre o clown. **Grupo Tempo**, [S.l.], [2017?]. Disponível em: <http://www.grupotempo.com.br/tex_fellini.html>. Acesso em: 25 dez. 2017.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Quem sabe o mal que se esconde nos corações humanos?** [S.l.], 2006. Disponível em: <<http://www.radionors.jor.br/2013/07/quem-sabe-o-mal-que-se-esconde-nos-coracoes-humanos.html>>. Acesso em: 08 ago. 2018. Blog: Uma história do rádio no Rio Grande do Sul.

FILHAS do patrão, patroas são! Veja quem são as herdeiras de Silvio Santos. **BOL**, [S.l.], 18 out. 2017. Disponível em: <<https://noticias.bol.uol.com.br/bol-listas/filhas-do-patrao-patroas-sao-veja-quem-sao-as-herdeiras-de-silvio-santos.htm>>. Acesso em: 30 jul. 2018.

FISCHER, Neuber. Silvio Santos entrega primeiro prêmio de R\$ 1 milhão de 2016. **Observatório da Televisão**, [S.l.], 02 maio 2016. Disponível em: <<https://observatoriodatelevisao.bol.uol.com.br/noticia-da-tv/2016/05/silvio-santos-entrega-primeiro-premio-de-r-1-milhao-de-2016>>. Acesso em: 06 ago. 2018.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Annablume, 2011.

FUTEBOL do Brasil. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 04 jul. 2018. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Futebol_no_Brasil>. Acesso em: 04 ago. 2018.

FUTEBOL. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 30 jul. 2018. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Futebol>>. Acesso em: 04 ago. 2018.

GOMES, Marcelo Batista. **Branco ou Augusto?** A duplicidade em cena: o palhaço em “estado” de “transformação”. 2012. 143 f. Dissertação (Mestrado em Artes) – Programa de Pós-Graduação em Artes, Universidade Federal de Uberlândia (UFU), Uberlândia, 2012.

GOMES, Marcelo Salcedo. Rosticidade televisiva. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2016. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1350-1.pdf>>. Acesso em: 24 dez. 2016.

GRETA Garbo. In: GOOGLE IMAGENS. Mountain View: Google, 2017. Disponível em: <[HOEFEL, Diego. **Entre retratos e paisagens:** ensaio sobre rosto no cinema. 2013. 126 f. Dissertação \(Mestrado em Comunicação\) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Ceará \(UFC\), Fortaleza, 2013.](https://www.google.com.br/search?biw=1366&bih=631&tbm=isch&sa=1&ei=7LtcW8v_C4WjwgS52IHIBg&q=greta+garbo&oq=greta+garbo&gs_l=img.3..0j0i67k1j018.153533.157052.0.157787.13.9.1.3.3.0.161.1194.0j8.8.0...0...1c.1.64.img..1.12.1261...0i10k1.0.eosdqVrTyk#imgrc=PvkRhj4jrCy_0M:> . Acesso em: 02 maio 2017.</p>
</div>
<div data-bbox=)

HOMEM revela ter recebido cachê por pegadinha do SBT. **Bonde**, [S.l.], 28 nov. 2012. Disponível em: <<https://www.bonde.com.br/entretenimento/televisao/noticias/homem-revela-ter-recebido-cache-por-pegadinha-do-sbt-248706.html>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **IBGE:** Nomes no Brasil. Rio de Janeiro, 2016a. Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/nomes/#/search>>. Acesso em: 25 dez. 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **IBGE:** Nomes no Brasil: Pesquise um nome: Gabriel: Masculino: Brasil: Sumário: Frequência. Rio de Janeiro, 2016b. Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/nomes/#/search>>. Acesso em: 25 dez. 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **IBGE:** Nomes no Brasil: Nomes mais populares: Masculino: Brasil: Todas as décadas. Rio de Janeiro, 2016c. Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/nomes/#/search>>. Acesso em: 25 dez. 2017.

INSTITUTO Brasileiro de Opinião Pública e Estatística. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 04 jul. 2018. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Instituto_Brasileiro_de_Opinio%C3%A3o_P%C3%BAblica_e_Estat%C3%ADstica>. Acesso em: 07 ago. 2018.

JAIRO TORRES. **Copa 94: Brasil vs Itália | Final | Entrada em Campo.** Mountain View: Google, 2017. (01 min). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=LrYTAVrn3Y>>. Acesso em: 30 jul. 2018.

JEQUITI. **Compre seu Carnê do Baú da Felicidade Jequití**. Mountain View: Google, 2017. (40 s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=m_JVlvjRE4Y>. Acesso em: 01 ago. 2018.

JEQUITI. **Patricia Abravanel para Jequití**. Mountain View: Google, 2015. (01 min). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=riluI7uwFOM>>. Acesso em: 01 ago. 2018.

JOAN Collins. In: GOOGLE IMAGENS. Mountain View: Google, 2017. Disponível em: <https://www.google.com.br/search?q=joan+collins&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjvtvSRvMLcAhXFjJAKHYPJDnsQ_AUICygC&biw=1366&bih=631#imgrc=5hJrXXZt7zs0M:>>. Acesso em: 02 maio 2017.

JORGE FARIAS. **Festival SBT 30 Anos Novelas 11/06/2011**. Mountain View: Google, 2011. (55 min e 03 s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xmu_UZD5kvA>. Acesso em: 01 ago. 2018.

JORGESHOW. **Sorteio da Tele Sena Cupom Milionário - 18/12/2016**. Mountain View: Google, 2016. (12 min e 35 s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=_VhaEBtJfCM>. Acesso em: 06 ago. 2018.

KAISER, Millos. O cara sem cara da Globo. **Trip**, São Paulo, 7 fev. 2011. Disponível em: <<http://revistatrip.uol.com.br/revista/196/paginas-negras/o-cara-sem-cara-da-globo.html>>. Acesso em: 22 fev. 2018.

KANTAR IBOPE Media. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 27 jun. 2018. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Kantar_IBOPE_Media>. Acesso em: 07 ago. 2018.

KILPP, Suzana. **A traição das imagens: espelhos, câmeras e imagens especulares em reality shows**. Porto Alegre: Entremeios, 2010.

KILPP, Suzana. **Ethnicidades televisivas**. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

LA SOMBRA (personaje creado por la radio). In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 02 ago. 2018. Disponível em: <[https://es.wikipedia.org/wiki/La_Sombra_\(personaje_creado_por_la_radio\)](https://es.wikipedia.org/wiki/La_Sombra_(personaje_creado_por_la_radio))>. Acesso em: 08 ago. 2018.

LAGE, Leandro. Testemunhos em close-up: o rosto do sofrimento na TV. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 24., 2015, Brasília. **Anais eletrônicos...** Brasília: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2015. Disponível em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-1b70c395-00f5-4d22-ac36-290968580b3e_2869.pdf>. Acesso em: 22 dez. 2016.

LEAL, Ondina Fachel. **A leitura social da novela das oito**. Rio de Janeiro: Vozes, 1986.

LEOZITO791. **Abertura Jornal Racional + Ratinho comemora o 1º Lugar (21/05/2015)**. Mountain View: Google, 2015. (01 min e 33 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=4KjqRN2j8L8>>. Acesso em: 03 ago. 2018.

Link de vídeo excluído do YouTube (do primeiro frame da esquerda para a direita da Figura 21 – Visus *Personas* Carlos Alberto de Nóbrega e Ratinho no SBT referente à *persona* Ratinho). **Primeira briga no Programa do Ratinho 1998 Estreia no SBT.** Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=cezH9feBxVk>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Link de vídeo excluído do YouTube (do terceiro frame da esquerda para a direita da Figura 21 – Visus *Personas* Carlos Alberto de Nóbrega e Ratinho no SBT referente à *persona* Ratinho). **Programa do Ratinho 24 julho 2009 Parte 1 You Tube.** Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=iKgyR59S7es>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Link de vídeo excluído do YouTube (referente à explicação de Ratinho sobre como surgiu o quadro DNA). Celso Portioli visita o apresentador Ratinho [Parte 02] [Domingo Legal] [2013]. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Qy3sPX8vZ4k>>. Acesso em: 23 jul. 2017.

Link de vídeo excluído do YouTube (referente à informação sobre o apelido de Ratinho). Sete Vidas do Ratinho [Parte 01] [Conexão Repórter] [2014]. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=TI-aWO5CKJE>>. Acesso em: 22 jul. 2017.

Link de vídeo excluído do YouTube (referente à informação sobre o apelido de Ratinho). Sete Vidas do Ratinho [Parte 02] [Conexão Repórter] [2014]. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=pMEhnJR8Ch4>>. Acesso em: 22 jul. 2017.

Link de vídeo excluído do YouTube (referente à informação sobre o apelido de Ratinho). Celso Portioli dá carona para Ratinho [Domingo Legal] [2017]. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=SYeWhb6lFGI>>. Acesso em: 22 jul. 2017.

Link de vídeo excluído do YouTube (referente ao Sombra). Celso Portioli visita o apresentador Ratinho [Parte 04] [Domingo Legal] [2013]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Nh_cd6Ut4lQ>. Acesso em: 23 jul. 2017.

Link de vídeo excluído do YouTube. Exame de DNA no Ratinho: Descubra como ele é feito. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Fxt17poGyKE>>.

LOPES, Tiago Ricciardi Correa. **Aura e vestígios do audiovisual em experiências estéticas com mídias locativas:** performances algorítmicas do corpo no espaço urbano. 2014. 237 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2014.

LUCAS BARROS. **Fundo do Barril - Exame de DNA no Ratinho.** Mountain View: Google, 2017. (07 min e 38 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=KuORWvZX3tU>>.

MACHADO, Arlindo. **A arte do vídeo.** São Paulo: Brasiliense, 1995.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério.** São Paulo: SENAC, 2000.

MACHADO, Ricardo de Jesus. **Técnica e audiovisualidades:** arquitetura de informação e a emergência do homem na tecnocultura. 2015. 196 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da

Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2015.

MÁQUINA DA FAMA. **Foco, força e fé - Parte 1 | Máquina da Fama (21/08/17)**.

Mountain View: Google, 2017. (28 min e 56 s). Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=WsJ3bX-0kv4>>. Acesso em: 01 ago. 2018.

MARCELO Canellas. **Portal dos Jornalistas**, [S.l.], 2016. Disponível em:

<<http://www.portaldosjornalistas.com.br/jornalista/marcelo-canellas/>>. Acesso em: 24 jan. 2018.

MÁSCARA de Agamémnon. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 2 abr. 2013. Disponível em:

<https://pt.wikipedia.org/wiki/M%C3%A1scara_de_Agam%C3%A9mnon>. Acesso em: 02 maio de 2017.

MATHEUS UETA OFICIAL. **Matheus Ueta**. São Paulo, 2017a. Disponível em:

<<http://matheusjeta.com.br/2017/#anchor2>>. Acesso em: 30 jul. 2018.

MATHEUS UETA OFICIAL. **Matheus Ueta/Meus passos**. São Paulo, 2017b. Disponível em:

<<http://matheusjeta.com.br/2017/#anchor4>>. Acesso em: 30 jul. 2018.

MATTOS, Sérgio. **A televisão no Brasil: 50 anos de história (1950-2000)**. Salvador: Editora PAS – Edições Ianamá, 2000.

MCLUHAN, Marshall. A televisão: o gigante tímido. In: MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007. p. 346-379.

MELHOR jogador do mundo pela FIFA. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 8 jun. 2018. Disponível em:

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Melhor_jogador_do_mundo_pela_FIFA>. Acesso em: 28 jul. 2018.

MEMÓRIA GLOBO. **Fantástico**. Rio de Janeiro, 2013a. Disponível em:

<<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/programas-jornalisticos/fantastico.htm>>. Acesso em: 27 jan. 2018.

MEMÓRIA GLOBO. **Marcelo Canellas**. Rio de Janeiro, 2004. Disponível em:

<<http://memoriaglobo.globo.com/perfis/talentos/marcelo-canellas.htm>>. Acesso em: 24 jan. 2018.

MEMÓRIA GLOBO. **Poliana Abritta**. Rio de Janeiro, 2014. Disponível em:

<<http://memoriaglobo.globo.com/perfis/talentos/poliana-abritta.htm>>. Acesso em: 27 jan. 2018.

MEMÓRIA GLOBO. **Tadeu Schmidt**. Rio de Janeiro, 2013b. Disponível em:

<<http://memoriaglobo.globo.com/perfis/talentos/tadeu-schmidt.htm>>. Acesso em: 27 jan. 2018.

MERCADO, Gustavo. **O olhar do cineasta**: aprenda (e quebre) as regras da composição cinematográfica. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

METRO-GOLDWYN-MAYER. Corporate/MGM History. Beverly Hills, 2018. Disponível em: <<https://www.mgm.com/#/about/mgm-history>>. Acesso em: 25 set. 2018.

METRO-GOLDWYN-MAYER. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 14 set. 2018. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Metro-Goldwyn-Mayer>>. Acesso em: 25 set. 2018.

MIRA, Maria Celeste. **Circo eletrônico**: Silvio Santos e o SBT. São Paulo: Olho D'Água: Loyola, 1995.

MONTAÑO LA CRUZ, Sonia Estela. **Plataformas de vídeo**: apontamentos para uma ecologia do audiovisual da web na contemporaneidade. 2012. 220 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2012.

MONTAÑO, Sonia. A construção da telerrealidade: o caso Linha Direta. **Cadernos IHU**, São Leopoldo, v. 2, n. 4, p. 1-59, 2004. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/images/stories/cadernos/ihu/004cadernosihu.pdf>>. Acesso em: 27 jan. 2018.

MONTAÑO, Sonia. **A TV Jogo no SBT**. 2007. 163 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2007.

MORAES, Cybeli Almeida. **A pausa audiovisual**. 2012. 161 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2012.

MORGADO, Fernando. SBT e o futebol. **Fernando Morgado**, [S.l.], 2008. Disponível em: <<http://fernandomorgado.com/artigo/sbt-e-o-futebol>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

MORGADO, Fernando. **Silvio Santos**: a trajetória do mito. São Paulo: Matrix, 2017.

MULHERES. **Mulheres - Entrevista com Gell Correia e Ivo Holanda (28/07/15)**. Mountain View: Google, 2015. (33 min e 31 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=9mU7OFGupx8>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

O REPÓRTER sem rosto. **Memória Globo**, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/programas-jornalisticos/fantastico/o-reporter-sem-rosto.htm>>. Acesso em: 01 set. 2016.

O SOMBRA. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 05 jul. 2018. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/O_Sombra>. Acesso em: 08 ago. 2018.

OLIVEIRA SOBRINHO, José Bonifácio de. **O livro do Boni**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2011.

ORLAN Self Hybridization. In: GOOGLE IMAGENS. Mountain View: Google, 2017.

Disponível em:

<[PALHAÇO branco e palhaço augusto: uma dupla perfeita. **Esquadrilha da Risada**, \[S.l.\], 06 out. 2009. Disponível em: <<http://esquadrilhadarisada.blogspot.com/2009/10/palhaco-branco-e-palhaco-augusto-uma.html>>. Acesso em: 25 dez. 2017.](https://www.google.com.br/search?biw=1366&bih=631&tbm=isch&sa=1&ei=Bb1cW56GMYGawgTQ0LvQBA&q=orlan+self+hybridization&oq=orlan+se&gs_l=img.1.0.0i19k1j0i30i19k1i2.67917.69311.0.71416.5.4.1.0.0.0.177.458.0j3.3.0....0...1c..64.img..1.3.332...0i5i30i19k1j0i8i30i19k1.0.owaXtuGL5Tk#imgrc=8Esw3bXc_qCK6M:>. Acesso em: 02 maio 2017.</p>
</div>
<div data-bbox=)

PALHAÇO. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 04 jul. 2018. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Palha%C3%A7o>>. Acesso em: 08 ago. 2018.

PARTICIPANTE de pegadinha diz que só percebeu ao ouvir risada dos "zumbis". **Diário do Nordeste**, [S.l.], 01 abr. 2015. Disponível em:

<<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/cidade/online/participante-de-pegadinha-diz-que-so-percebeu-ao-ouvir-risada-dos-zumbis-1.1258119>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

PAULO A PRADO. **SBT - making of do bonequinho do Silvio Santos**. Mountain View: Google, 2011. (02 min e 51 s). Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=LRp5aWgvKxc>>. Acesso em: 30 jul. 2018.

PELÉ. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 21 jul. 2018. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Pel%C3%A9>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

PIPOCA & NANQUIM. **A origem dos HERÓIS PULP: O Sombra, Besouro Verde e outros | Pipoca e Nanquim Especial #45**. Mountain View: Google, 2017. (28 min e 35 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=7pJuqzWhi20>>. Acesso em: 08 ago. 2018.

PRAÇA da Alegria. In: **DICIONÁRIO da TV Globo**. Vol. 1: programas de dramaturgia & entretenimento. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003. p. 661-662.

PRADO, Miguel Arcanjo. Braços direitos do apresentador. **Agora São Paulo**, São Paulo, 09 jun. 2009. Disponível em: <<http://www.agora.uol.com.br/show/ult10111u578330.shtml>>. Acesso em: 08 ago. 2018.

PROGRAMA DO RATINHO. **Apresentador**. São Paulo, 2018. Disponível em: <<https://www.sbt.com.br/ratinho/apresentador/>>. Acesso em: 30 jul. 2018.

PROGRAMA DO RATINHO. **Boteco do Ratinho – Parte 1 | Programa do Ratinho (29/11/17)**. Mountain View: Google, 2017a. (22 min e 31 s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KUPqjiU_PD4>. Acesso em: 10 jan. 2018.

PROGRAMA do Ratinho. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 02 ago. 2018. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Programa_do_Ratinho>. Acesso em: 28 jul. 2018.

PROGRAMA DO RATINHO. **Jornal Rational - 02.03.17 - Parte 1**. Paris: Dailymotion, 2017b. (22 min 20 s). Disponível em: <<https://www.dailymotion.com/video/x5ds4fq>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

PROGRAMA DO RATINHO. **Jornal Rational - 02.03.17 - Parte 2**. Paris: Dailymotion, 2017c. (29 min 58 s). Disponível em: <<https://www.dailymotion.com/video/x5ds4i1>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

PROGRAMA RODA RODA. **Roda a Roda Jequití - 10.07.16 - Parte 1**. Paris: Dailymotion, 2016. (24 min e 12 s). Disponível em: <<https://www.dailymotion.com/video/x4jzo5c?playlist=x4lr4x>>. Acesso em: 01 ago. 2018.

PROGRAMA SILVIO SANTOS. **Jogo dos Pontinhos | Programa Silvio Santos (23/04/17)**. Mountain View: Google, 2017a. (28 min e 09 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=tBVHosIW9-o>>. Acesso em: 05 nov. 2017.

PROGRAMA SILVIO SANTOS. **Jogo dos Pontinhos | Programa Silvio Santos (20/08/17)**. Mountain View: Google, 2017b. (26 min e 35 s). Disponível em: <<https://youtu.be/IUfHNmV7afo>>. Acesso em: 01 ago. 2018.

PROGRAMA SILVIO SANTOS. **Mulher ganha mais de R\$ 1 milhão | Programa Silvio Santos (25/02/18)**. Mountain View: Google, 2018. (03 min e 38 s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=c16yowd_aU4>. Acesso em: 06 ago. 2018.

PROGRAMA SILVIO SANTOS. **Pegar curioso**. Paris: Dailymotion, 2017c. (05 min 05 s). Disponível em: <<https://www.dailymotion.com/video/x5fcmum>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

PROGRAMA SILVIO SANTOS. **Programa Silvio Santos - 01.05.16 - Patricia tá na rua**. Paris: Dailymotion, 2016. (08 min e 07 s). Disponível em: <<https://www.dailymotion.com/video/x488i6o?playlist=x40ir8>>. Acesso em: 01 ago. 2018.

PROGRAMA SILVIO SANTOS. **Programa Silvio Santos (05/03/17) - Silvio Santos apresenta nova coreógrafa do SBT**. Mountain View: Google, 2017d. (02 min e 31 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Db3nDBjq1z8>>. Acesso em: 01 ago. 2018.

PROGRAMA SILVIO SANTOS. **Silvio Santos entrega prêmio de R\$ 1 milhão | Programa Silvio Santos (27/08/17)**. Mountain View: Google, 2017e. (05 min e 54 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=znGOOFwUSMQ>>. Acesso em: 06 ago. 2018.

PROGRAMA SILVIO SANTOS. **Talento Infantil | Programa Silvio Santos (08/10/17)**. [Matheus Ueta revela que foi demitido do SBT em conversa com Silvio Santos]. Mountain View: Google, 2017f. (41 min e 53 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=HGe92S0dA5Q>>. Acesso em: 30 jul. 2018.

PULP (LITERATURA). In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 30 set. 2018. Disponível em: <[https://es.wikipedia.org/wiki/Pulp_\(literatura\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Pulp_(literatura))>. Acesso em: 30 set. 2018.

PULP MAGAZINE. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 24 set. 2018. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Pulp_magazine>. Acesso em: 30 set. 2018.

PULP. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 28 jun. 2018. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Pulp>>. Acesso em: 30 set. 2018.

QUEM É o sombra do Programa do Ratinho? **Fatos Desconhecidos**, [S.l.], 30 jul. 2015. Disponível em: <<https://www.fatosdesconhecidos.com.br/quem-e-o-sombra-do-programa-do-ratinho/>>. Acesso em: 08 ago. 2018.

RÁDIO MEC. **O rádio faz história** [O Sombra]. Rio de Janeiro: Rádio MEC, 08 dez. 2014. Programa de rádio.

RATINHO. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 24 jul. 2018. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Ratinho>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

REDAELLI, Rangel. **Glifos durante na superfície audiovisual**. 2012. 126 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2012.

REDE GLOBO. **Exibidoras Globo**. Rio de Janeiro, 2017a. Disponível em: <http://negocios8.redeglobo.com.br/PDF/Mapa%20exibidoras_123_emissoras%20com%20cabecalho.pdf>. Acesso em: 27 jan. 2018.

REDE GLOBO. **Fantástico** [A cara da corrupção]. Rio de Janeiro: Globo, 18 mar. 2012. Programa de TV. (22 min 03 s). Disponível em: <<http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2012/03/reporter-se-infiltra-e-flagra-corrupcao-em-reparticao-publica.html>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

REDE GLOBO. **Fantástico** [Automutilação]. Rio de Janeiro, 20 nov. 2016a. Programa de TV. (13 min 34 s). Disponível em: <<http://g1.globo.com/fantastico/videos/t/edicoes/v/automutilacao-afeta-20-dos-jovens-brasileiros/5462323/>>. Acesso em: 23 jan. 2018.

REDE GLOBO. **Fantástico** [Corrupção em São Gonçalo]. Rio de Janeiro: Globo, 21 abr. 2002. Programa de TV. (10 min 53 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=P88zw3FRV-0>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

REDE GLOBO. **Fantástico** [Investigação de esquema de desvio de dinheiro público na Paraíba para o quadro Cadê o dinheiro que tava aqui?]. Rio de Janeiro, 14 fev. 2016b. Programa de TV. (10 min 24 s). Disponível em: <<http://g1.globo.com/fantastico/videos/t/edicoes/v/reporter-secreto-investiga-esquema-que-ja-desviou-mais-de-r-200-milhoes-na-paraiba/4811723/>>. Acesso em: 23 jan. 2018.

REDE GLOBO. **Fantástico** [Novo cenário do programa]. Rio de Janeiro: Globo, 27 abr. 2014a. Programa de TV. (07 min 34 s). Disponível em: <<http://globo.com/rede-globo/memoria-globo/v/fantastico-novo-cenario-2014/3856626/>>. Acesso em: 30 jan. 2018.

REDE GLOBO. **Fantástico** [Reportagem de apresentação do Repórter Secreto Eduardo Faustini]. Rio de Janeiro: Globo, 02 nov. 2014b. Programa de TV. (04 min 49 s). Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/3737912/>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

REDE GLOBO. **Fantástico** [Reportagem de estreia do Repórter Secreto Eduardo Faustini para o quadro Cadê o dinheiro que tava aqui?]. Rio de Janeiro: Globo, 02 nov. 2014c. Programa de TV. (10 min 53 s). Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/3738039/>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

REDE GLOBO. **Fantástico** [Segundo escândalo eleitoral de José Melo denunciado no Fantástico em 2016]. Rio de Janeiro, 05 jun. 2016c. Programa de TV. (06 min 29 s). Disponível em: <<http://g1.globo.com/fantastico/videos/t/edicoes/v/investigacao-mostra-que-governador-do-am-usou-pm-para-intimidar-eleitor/5073276/>>. Acesso em: 23 jan. 2018.

REDE GLOBO. **Fantástico**. [Primeiro escândalo eleitoral de José Melo denunciado no Fantástico em 2015]. Rio de Janeiro, 08 mar. 2015. Programa de TV. (13 min 28 s). Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/4019887/>>. Acesso em: 23 jan. 2018.

REDE GLOBO. **Princípios e valores da TV Globo no vídeo**. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <http://estatico.redeglobo.globo.com/2013/06/03/Principios_e_Valores_da_TV_Globo_no_Video.pdf>. Acesso em: 27 jan. 2018.

REDE GLOBO. **Sobre a Globo**. Rio de Janeiro, 2017b. Disponível em: <http://estatico.redeglobo.globo.com/2017/10/04/sobre_globo.pdf>. Acesso em: 27 jan. 2018.

REINALDO, Gabriela Frota; CARMO, Isabel Paz Sales Ximenes. Faces do rosto: máscara e identidade em *Les Yeux Sans Visage*, de Georges Franju. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 25., 2016, Goiânia. **Anais eletrônicos...** Goiânia: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2016. Disponível em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/comp%C3%B3s2016-facesdorostocompleto_3295.pdf>. Acesso em: 22 dez. 2016.

RELEMBRE "O Sombra", popular seriado dos anos 40 da Nacional. **Portal EBC**, Brasília, 08 dez. 2014. Disponível em: <<http://radios.ebc.com.br/todas-vozes/edicao/2014-12/o-sombra-da-radio-nacional-nasceu-como-shadow>>. Acesso em: 08 ago. 2018.

ROBB, Brian J. Origens secretas: a pré-história do super-herói. In: ROBB, Brian J. **A identidade secreta dos super-heróis: a história e as origens dos maiores sucessos das HQs: do Super-Homem aos Vingadores**. Rio de Janeiro: Valentina, 2017. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=ri2dDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=a+identidade+secreta+dos+super-herois&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwie8_rVit7cAhXIkpAKHWUiBj4Q6AEIJzAA#v=onepage&q=a%20identidade%20secreta%20dos%20super-herois&f=false>. Acesso em: 08 ago. 2018.

RODELA. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 06 maio 2018. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Rodela>>. Acesso em: 25 set. 2018.

RVISION TV. **October (Ten Days That Shook The World) (1928) Movie**. Mountain View: Google, 2016. (1 hora, 42 min e 19 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=YVuf3T3k-W0>>. Acesso em: 03 jan. 2018.

SALIBA, Raquel. **A construção do jornalismo audiovisual na web: um olhar sobre o New York Times e o Buzzfeed**. 2016. 127 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2016.

SAMUEL PORTES. **Ratinho comemora audiência**. Mountain View: Google, 2012. (01 min e 16 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ZdBTv7RZy44>>. Acesso em: 03 ago. 2018.

SANCHES, Gildo. Alvin Batista Soares, o "Sombra". **Jornal O Debate**, São Manuel, 16 fev. 2007. Disponível em: <http://www.odebateregional.com.br/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=9&Itemid=3¬=7460>. Acesso em: 08 ago. 2018.

SBT NA WEB. **Saiba como o bonequinho do Silvio é feito**. Mountain View: Google, 2014. (02 min e 24 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=u2SgO84yzzA>>. Acesso em: 30 jul. 2018.

SBT ONLINE. **Bom Dia & Cia - Estreia de Ana Vitória e Matheus no Bom Dia e Cia**. Mountain View: Google, 2013a. (06 min e 13 s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fqIJ-VAD_zI>. Acesso em: 05 nov. 2017.

SBT ONLINE. **Boneco Silvio Santos na gincana**. Mountain View: Google, 2011a. (37 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jtUgIN-ronM>>. Acesso em: 01 ago. 2018.

SBT ONLINE. **Cante no ritmo de 'A Pipa do Vovô'**. Mountain View: Google, 2015a. (20 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Nuxgo4-hwm0>>. Acesso em: 01 ago. 2018.

SBT ONLINE. **Cante Se Puder - Programa de 19/06/13 - Parte 2**. Mountain View: Google, 2013b. (30 min e 58 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=wHjpEyFdmJk>>. Acesso em: 01 ago. 2018.

SBT ONLINE. **Carrossel Animado (07/03/16) - Matheus e Ana Júlia brincam no Caça Artistas**. Mountain View: Google, 2016a. (05 min e 12 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=JcW75goXYvw>>. Acesso em: 05 nov. 2017.

SBT ONLINE. **Carrossel Animado (17/11/15) - Ana Júlia e Matheus Ueta brincam do Sorriso do Dia**. Mountain View: Google, 2015b. (04 min e 39 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=-VyxUaxfJXY>>. Acesso em: 05 nov. 2017.

SBT ONLINE. **Nova Campanha: SBT - A TV Que Tem Torcida**. Mountain View: Google, 2016b. (46 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=4ZY8hYCOD38>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

SBT ONLINE. **Pra Ganhar É Só Rodar (04/01/17) – Completo**. Mountain View: Google, 2017a. (28 min e 26 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=046bKi3x5Oo>>. Acesso em: 01 ago. 2018.

SBT ONLINE. **Pra Ganhar É Só Rodar (19/04/17) - Moça ganha 1 MILHÃO DE REAIS e vai às lágrimas**. Mountain View: Google, 2017b. (04 min e 09 s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=_DPaUdWakRs>. Acesso em: 06 ago. 2018.

SBT ONLINE. **Roda a Roda Jequití (27/03/16) - SBT entrega mais uma vez R\$ 1 milhão de reais**. Mountain View: Google, 2016c. (02 min e 24 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=mEdCvOYNhqU>>. Acesso em: 06 ago. 2018.

SBT ONLINE. **Silvinho apresenta clipe especial da Copa**. Mountain View: Google, 2014a. (34 s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=m_RUccrARvA>. Acesso em: 01 ago. 2018.

SBT ONLINE. **Silvio Santos entrega mais R\$1 milhão**. Mountain View: Google, 2011b. (05 min e 07 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=0r9hAscOysM>>. Acesso em: 06 ago. 2018.

SBT ONLINE. **Vinheta de Fim de Ano 2013 do Programa Silvio Santos – SBT**. Mountain View: Google, 2013c. (01 min e 04 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=HwxiRM7DCHU>>. Acesso em: 01 ago. 2018.

SBT ONLINE. **Vinheta SBT 33 Anos - Quem Compartilha Felicidade, Multiplica**. Mountain View: Google, 2014b. (03 min e 53 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=TzUrjGgT5h0>>. Acesso em: 01 ago. 2018.

SBT. **SBT A TV Dos Milionários - O SBT Não é Loteria 2009**. Mountain View: Google, 2016. (44 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=tC0BnL8efW0>>. Acesso em: 06 ago. 2018.

SBTDOBRASIL. **O SBT não é Loteria, mas já fez 7 Milionários - 30/05/2010**. Mountain View: Google, 2010. (50 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5ma7pnh53bM>>. Acesso em: 06 ago. 2018.

SELEÇÃO Brasileira de Futebol. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 28 jul. 2018. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Sele%C3%A7%C3%A3o_Brasileira_de_Futebol>. Acesso em: 30 jul. 2018.

SERVIO GRED. **Programa do Ratinho 2006**. Mountain View: Google, 2014. (10 min e 02 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=6HWwpvd7bmY>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

SILVA, Arlindo. **A fantástica história de Silvio Santos**. São Paulo: Editora do Brasil, 2000.

SILVA, Guilherme Brasil Medeiros. **A construção do audiovisual no YouTube**. 2016. 134 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em

Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2016.

SILVA, Ivana Almeida da. A face sombria do fantasma em Cisne Negro. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., 2011, Recife. **Anais eletrônicos...** Recife: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2950-1.pdf>>. Acesso em: 24 dez. 2016.

SILVA, Ivana Almeida da. **Rosto cinematográfico**: aproximações do sofrimento na contemporaneidade. 2014. 221 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Porto Alegre, 2014.

SIMON, Allan. Baú da TV: relembre como era o futebol no SBT. **Torcedores.com**, [S.l.], 03 set. 2014. Disponível em: <<https://www.torcedores.com/noticias/2014/09/bau-da-tv-relembre-como-era-o-futebol-sbt>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO (SBT). **Institucional/Onde estamos**. São Paulo, 2018a. Disponível em: <<https://www.sbt.com.br/institucional/ondeestamos/>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO (SBT). **Institucional/Quem somos/SBT em números**. São Paulo, 2018b. Disponível em: <<https://www.sbt.com.br/institucional/quemsomos/sbtemnumeros/>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO (SBT). **O SBT já fez 7 milionários até hoje; veja quem são eles**. São Paulo, 13 jun. 2010. Disponível em: <<https://www.sbt.com.br/noticias/?c=5649>>. Acesso em: 06 ago. 2018.

SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO (SBT). **Programa do Ratinho**. São Paulo, 02 mar. 2017a. Disponível em: <<http://www.sbt.com.br/ratinho/videos/categoria/5982/b0f791f3101fa5c6dded74804d8a4d63/Jornal-Rational-020317-Parte-1.html>>. Acesso em: 24 mar. 2017.

SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO (SBT). **Programa do Ratinho**. São Paulo, 02 mar. 2017b. Disponível em: <<http://www.sbt.com.br/ratinho/videos/categoria/5982/c3cf64341d878730c91e1cbf0ba52f/Jornal-Rational-020317-Parte-2.html>>. Acesso em: 24 mar. 2017.

SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO (SBT). **Programa do Ratinho**. São Paulo, 26 out. 2016. Disponível em: <<http://www.sbt.com.br/ratinho/videos/categoria/5986/ed867b6f1a51f98c62cb15ee5362c266/Teste-de-DNA-261016-Completo.html>>. Acesso em: 24 mar. 2017.

SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO (SBT). **Programação**. São Paulo, 2018c. Disponível em: <<https://www.sbt.com.br/programacao/>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO (SBT). **Programas**. São Paulo, 2018d. Disponível em: <<https://www.sbt.com.br/home/>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O império do grotesco**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2002.

STYCER, Mauricio. "Foi uma pegadinha para nós também", diz figurante da "menina fantasma" de Silvio Santos. **UOL**, São Paulo, 27 nov. 2012. Disponível em: <<https://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2012/11/27/foi-uma-pegadinha-para-nos-tambem-diz-figurante-no-quadro-da-menina-fantasma-de-silvio-santos.htm>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

TAROUCO, Fabricio Farias. **A metrópole comunicacional que emerge dos aplicativos para dispositivos móveis: #um estudo em comunicação e design**. 2014. 216 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2014.

TELE SENA OFICIAL. **Campanha Mães 2017 - EVOLUÇÃO 45"**. Mountain View: Google, 2017. (45 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Y1BOnVMUYQc>>. Acesso em: 01 ago. 2018.

THE BRITISH MUSEUM. **The Turquoise Mosaics**. London, 2017. Disponível em: <http://www.britishmuseum.org/research/collection_online/collection_object_details.aspx?objectId=667486&partId=1&searchText=xuhtecuhli&page=1>. Acesso em: 02 maio 2017.

THE NOITE COM DANILO GENTILI. **Especial 30 anos de A Praça É Nossa – Completo | The Noite (11/05/2017)**. Mountain View: Google, 2017. (51 min e 35 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=TiCJX5YJ-XE>>. Acesso em: 30 jul. 2018.

THE SHADOW. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 22 jul. 2018. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/The_Shadow>. Acesso em: 08 ago. 2018.

THEPROJECTOINIST. **Way Down East (1920) DW Griffith**. Mountain View: Google, 2012. (2 horas, 24 min e 59 s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ReND_yO6ESY>. Acesso em: 02 jan. 2018.

THIAGO ROCHA. **Trilha sonora de medalha nas Olimpíadas no SporTV (2004)**. Mountain View: Google, 2012. (02 min e 20 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=kWtVXl4Gzys>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

TIRIRICA OFICIAL. **Tiririca na Praça É Nossa 1997**. Mountain View: Google, 2012. (10 min e 30 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=SzXeb2q7J1Q>>. Acesso em: 06 jan. 2018.

URUBAK. **Vinheta - SBT A TV que faz milionários**. Mountain View: Google, 2015. (53 s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=DX66ewLOoTI>>. Acesso em: 06 ago. 2018.

VIEIRA, Frederico; COELHO, Tamires; MARQUES, Ângela. O rosto na imagem, a imagem sem rosto: apontamentos para pensar outramente a relação entre estética e política. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 25., 2016, Goiânia. **Anais eletrônicos...** Goiânia: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2016. Disponível

em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/marquestemplatecomposautoria_3289.pdf>.
Acesso em: 22 dez. 2016.

WALTER B. Gibson. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. San Francisco, 23 abr. 2018.
Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Walter_B._Gibson>. Acesso em: 08 ago. 2018.