

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN - FAMECOS
CURSO DE JORNALISMO

ALINA SILVA FERNANDES

**OSCAR 2023: A REPERCUSSÃO DA COBERTURA TELEVISIVA DA CERIMÔNIA PELA
TNT BRASIL NO TWITTER**

Porto Alegre
2023

GRADUAÇÃO



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

ALINA SILVA FERNANDES

**OSCAR 2023: A REPERCUSSÃO DA COBERTURA TELEVISIVA DA CERIMÔNIA
PELA TNT BRASIL NO TWITTER**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção de Bacharel em Jornalismo pela Escola de Comunicação, Artes e Design (Famecos) da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Profa. Dra. Cristiane Finger

Porto Alegre
2023

ALINA SILVA FERNANDES

**OSCAR 2023: A REPERCUSSÃO DA COBERTURA TELEVISIVA DA CERIMÔNIA
PELA TNT BRASIL NO TWITTER**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção de Bacharel em Jornalismo pela Escola de Comunicação, Artes e Design (Famecos) da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Área de concentração: Comunicação Social

Aprovada em: ____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Dra. Cristiane Finger – PUCRS

Prof. Dr. Juremir Machado da Silva – PUCRS

Prof. Dr. Fabio Canatta – PUCRS

AGRADECIMENTOS

A execução e conclusão deste trabalho, bem como deste curso, não teria sido possível sem a presença, ajuda e apoio de diversas pessoas que fizeram parte desta longa e gratificante caminhada.

Agradeço à minha professora orientadora, que desde o início me deu todo o apoio e auxílio necessário ao longo dos últimos quatro meses, além de sempre me incentivar a fazer o melhor trabalho possível para alcançar um resultado de excelência.

Aos meus outros professores, pelos anos de parceria e conhecimentos transmitidos, e por ajudar a pavimentar a estrada rumo ao diploma.

Aos meus amigos e colegas de curso, pela parceria, apoio mútuo e compartilhamento de experiências, anseios, expectativas e bons momentos durante o curso, que sempre guardarei com muito carinho.

Aos meus amigos de fora do curso, que me apoiaram, me compreenderam e me incentivaram durante toda a jornada deste trabalho.

À minha família, que sempre me apoiou desde a escolha do curso e possibilitou que eu pudesse estudar algo que amo.

À Famecos, por ter me acolhido tão bem durante os últimos quatro anos confirmado que eu fiz a escolha certa.

À PUCRS, por ser um lugar incrível que vou amar para sempre, ter trazido experiências e pessoas maravilhosas à minha vida e ter contribuído significativamente para a minha formação e crescimento, como pessoa e como profissional.

A toda a indústria da arte, cultura e entretenimento, que sempre me proporciona bons momentos e me inspira como ser humano, e que também foi a inspiração chave para o tema deste trabalho, por existir.

A todos estes e a quem mais eu possa ter esquecido enquanto redijo estes agradecimentos, meu mais sincero muito obrigada por tudo.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar a repercussão da cobertura da cerimônia do Oscar 2023 na rede social Twitter. A análise se dá pela observação quantitativa e qualitativa de postagens feitas por internautas na rede social referentes a diferentes aspectos da premiação, divididos em seis categorias. A Análise de Conteúdo (Bardin, 1977) conta ainda com embasamento teórico prévio acerca de temas como a relação da televisão com o cinema e o impacto social e cultural desta, além da interação e convergência das novas mídias (entre as quais estão as redes sociais como o Twitter) e as relações, interações e comportamento do público nessas mídias. São identificadas e analisadas as respostas da audiência aos diversos aspectos da transmissão da cerimônia do Oscar e desvendados os motivos e fenômenos comunicacionais por trás de tais reações. Por fim, a principal conclusão é sobre como a televisão é um modelo e um espelho para o público, para o qual ver a si próprio nas telas, em termos de representatividade, é importante.

Palavras-chave: Oscar; Twitter; televisão; cinema; mídia; público.

ABSTRACT

The present work aims to analyze the repercussion of the coverage of the 2023 Oscar ceremony on the social media platform Twitter. The analysis is carried out through quantitative and qualitative observation of posts by internet users on the platform referring to different aspects of the award, divided into six categories. The Content Analysis (Bardin, 1977) also relies on a prior theoretical basis on topics such as the connection between television and cinema and its social and cultural impact, in addition to the interaction and convergence of new media (among which are social media platforms such as Twitter) and the relations, public interactions and behavior of the audience in this media. Audience responses to the various aspects of the Oscar ceremony broadcast are identified and analyzed and the reasons and communication phenomena behind such reactions are revealed. Finally, the main conclusion is about how television is a model and a mirror to the audience, to which seeing themselves on screen, in terms of representation, is important.

Keywords: Oscar; Twitter; television; cinema; media; audience.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	7
2 TELEVISÃO, ENTRETENIMENTO E SOCIEDADE.....	9
2.1 A RELAÇÃO CINEMA VERSUS TELEVISÃO.....	9
2.2 O IMPACTO SOCIAL E CULTURAL DA TELEVISÃO.....	12
3 NOVAS MÍDIAS, CONVERGÊNCIA E PÚBLICO.....	21
3.1 CONVERGÊNCIA E INTERAÇÃO DAS NOVAS MÍDIAS.....	21
3.2 RELAÇÕES, INTERAÇÕES E COMPORTAMENTO DO PÚBLICO NAS NOVAS MÍDIAS.....	26
4 ANÁLISE DA REPERCUSSÃO DA CERIMÔNIA DO OSCAR 2023 NA REDE SOCIAL TWITTER.....	30
4.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	30
4.1.1 Expectativas do público.....	36
4.1.2 Apresentação.....	39
4.1.3 Celebridades.....	43
4.1.4 Moda.....	46
4.1.5 Momentos de maior repercussão.....	49
4.1.6 Reações do público.....	53
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	56
REFERÊNCIAS.....	60

1 INTRODUÇÃO

Após a cerimônia do Oscar de 2023, a internet – em especial as redes sociais, como o Twitter – ficaram repletas de comentários sobre o evento, ocorrido na noite de 12 de março em Los Angeles. Os internautas repercutiram os mais diversos aspectos da premiação: expectativas de quem seriam os vencedores, as celebridades, os momentos mais inusitados e até mesmo a própria apresentação do evento, que ficou a cargo da TNT Brasil. O Oscar, sendo um grande e glamouroso evento hollywoodiano, definitivamente provoca um impacto emotivo considerável na audiência, principalmente naquela que tem uma relação próxima com a matéria prima da premiação, ou seja, os amantes de cinema. Tal impacto, bem como todos os fatores em torno deste, não apenas não deve ser ignorado como também constitui bom material para análise, pois representa um importante e notável fenômeno de comunicação.

No presente trabalho, o objetivo é analisar a repercussão da cobertura televisiva da cerimônia do Oscar 2023 pela TNT Brasil na rede social Twitter. Além disso, objetivos específicos incluem identificar e analisar as respostas da audiência a diversos aspectos da transmissão da cerimônia do Oscar; desvendar os motivos e fenômenos comunicacionais por trás de tais reações. A metodologia a ser empregada a fim de atingir tais objetivos envolve a recuperação de postagens dos internautas no Twitter referentes à repercussão da transmissão, e a divisão dessas postagens em seis categorias de análise.

O segundo capítulo trata sobre as relações entre a televisão e seu público, passando pela sua relação com o cinema e, em seguida, sua relevância cultural e social e sua relação com o público. São explorados conceitos de autores como Gilles Lipovetsky (2009), Joan Ferrés (1998) e Guy Debord (1997).

O terceiro capítulo trata sobre a interação e convergência das novas mídias, em especial a internet, e da relação e comportamento do público em relação a elas. Conceitos como a cultura participativa, de Henry Jenkins (2009), e a ecologia das mídias, de Carlos Alberto Scolari (2015), estão presentes neste capítulo.

O quarto capítulo apresenta um maior detalhamento sobre os procedimentos metodológicos a serem realizados, baseados nos princípios da Análise de Conteúdo de Laurence Bardin (1997). Em seguida, a análise quantitativa e qualitativa da

repercussão da cerimônia do Oscar 2023, por meio das postagens divididas em categorias.

No quinto capítulo, referente à conclusão da monografia, são tecidas considerações a respeito do tema estudado e opiniões sobre o objeto de estudo, além do fenômeno de comunicação por trás dele.

A relevância desta análise para os estudos da Comunicação gira em torno do fato de que o Oscar, além de ser um evento muito importante para a indústria cinematográfica, também é importante para o público, para os espectadores que a acompanham. As pessoas assistem ao Oscar com expectativas, elas querem ver seus filmes favoritos, suas celebridades favoritas, brilharem no tapete vermelho – um símbolo consagrado do espetáculo que a cerimônia representa. Essa comoção e emoção do público está presente não apenas na premiação, mas também em várias situações que envolvem a televisão, que foi o principal meio de comunicação durante gerações e que ainda mantém uma alta adesão e relevância nos dias de hoje. No entanto, ao contrário das gerações passadas, as pessoas hoje em dia conseguem externar suas opiniões e reagir ao que estão assistindo, por meio de redes sociais como o Twitter – o que contribui para uma comunicação ainda mais ativa e participativa. Além disso, os espectadores expressam nas redes toda a comoção que sentem com o que estão assistindo na televisão, e existem motivos para isso – motivos que são desvendados e explorados neste trabalho.

2 TELEVISÃO, ENTRETENIMENTO E SOCIEDADE

Este capítulo trata sobre as relações entre a televisão e seu público, passando pela sua relação com o cinema e, em seguida, sua relevância cultural e social e sua relação com o público.

2.1 A RELAÇÃO CINEMA VERSUS TELEVISÃO

O cinema, apesar de ter surgido décadas antes da televisão, se instaurou com um propósito bem parecido com o de sua sucessora: entreter e divertir um vasto público. A sétima arte, em seu princípio, visava atingir esse público de forma mais acessível do que outras formas de arte na época.

O cinema visa o grande público, um público de massa considerado sem distinção de classe, de idade, de sexo de religião e de nação. Ele se dirige a um indivíduo médio ou universal, evitando chocar telespectadores formados por culturas diferentes. É exatamente o contrário de uma arte elitista que exige uma formação e códigos específicos de leitura. (Lipovetsky; Serroy, 2009, p.40)

No entanto, com o tempo, o cinema foi se tornando uma forma de lazer cada vez menos acessível. Com os preços dos ingressos subindo a cada ano - e sendo ainda mais alto nos fins de semana, quando a maioria das pessoas tem o tempo livre para lazer -, além de gastos com transporte e alimentação, por exemplo, cada vez menos pessoas têm ido ao cinema com frequência no Brasil.

É nesse contexto que a televisão acaba entrando como uma alternativa mais acessível, tendo surgido como uma forma de democratização do entretenimento. Sua intersecção com o cinema, inclusive, pode ser vista de diversas formas nos dias atuais, sendo, talvez, a mais latente delas, os serviços de *streaming*. Com o advento da internet, o *streaming* surgiu com a proposta “assista o que quiser, quando quiser”, libertando os espectadores de uma limitação tanto da televisão aberta e fechada quanto do cinema: ter que esperar até um horário específico para poder assistir a um programa ou filme.

A empresa responsável por popularizar a ideia de “vídeo sob demanda” foi a Netflix, que começou como um serviço *online* de compra e aluguel de DVDs e

posteriormente se tornou um serviço de *streaming*¹. A partir de então, várias outras empresas lançaram suas próprias plataformas no mercado, entre elas: Disney+, Star+ (ambos da Walt Disney Company), HBO Max (propriedade da Warner Bros), Prime Video (da Amazon), Globoplay (Globo), entre outros². Além de oferecer em seus catálogos uma variedade de séries e filmes já vistos nos cinemas e canais de televisão, ou seja, já conhecidos pelo público, as plataformas passaram a investir em produções originais, que estariam disponíveis apenas em seus próprios catálogos. Outra vantagem do *streaming* tem a ver também com o advento não só da internet, como também das telas como um todo: a possibilidade de acessar o serviço e assistir não só em aparelhos de televisão, mas também em computadores, tablets e celulares. É justamente essa praticidade e modernização que torna a televisão (que, nesse contexto, transcende o aparelho televisivo tradicional) preferível pelo público ao cinema em termos práticos.

É como um “cinema a domicílio”. O lazer que a tela oferece tornou-se em grande parte privado. Inicialmente familiar, a audiência de TV tomou cada vez mais o caminho da individualização, possibilitada pela multiplicação de aparelhos [...] (Lipovetsky; Serroy, 2009, p. 210)

Devido às suas particularidades, o *streaming* pode ser categorizado como uma nova forma de televisão, sendo abarcado pelo conceito de TV expandida: quando a televisão perpassa outros meios de suporte técnico e absorve propriedades e linguagens de outras mídias (Capanema, 2008). Ou seja, pode ser entendido como resultado da convergência entre o conceito original da televisão e a internet, possibilitando que outros aparelhos que não os televisores tradicionais exerçam o mesmo papel.

Muitas vezes entendida erroneamente como solução única, ou como superposição de uma tecnologia sobre outra, a convergência é, na verdade, promotora da diversidade, multiplicando as possibilidades de formatos dos meios. A ecologia midiática é regida, assim, pela reformulação dos meios pelos meios, como forma de metalinguagem midiática. (Capanema, 2008, p. 200)

A diferenciação entre o cinema e a televisão tornou-se ainda mais visível durante a pandemia, por exemplo. Apesar de ter afetado a indústria cinematográfica e televisiva como um todo, com filmagens tendo que ser adiadas e/ou canceladas e

¹ Disponível em: <https://tecnoblog.net/especiais/25-anos-da-netflix-como-a-empresa-mudou-a-industria-do-entretenimento-domestico/>. Acessado em setembro de 2023.

² Disponível em: <https://www.remissaonline.com.br/blog/o-que-e-streaming/>. Acesso em setembro de 2023.

produções sofrendo com atrasos, o *streaming* surgiu como uma solução para parte da situação. Muitas das empresas que tiveram que cancelar produções originalmente planejadas para estrear no cinema acabaram optando por lançá-las diretamente em suas plataformas de *streaming*. No entanto, em alguns casos, os assinantes precisavam pagar uma taxa extra para assisti-las, como ocorreu com alguns lançamentos do Disney+ na época – recurso que a empresa batizou de *premier access*³.

Sendo uma espécie de fruto da intersecção entre o cinema e a televisão tradicional, funcionando muitas vezes como uma alternativa ao primeiro e um substituto da segunda, o *streaming* vem ganhando novas formas e tipos de conteúdos, visando atrair um público cada vez maior. A Netflix lançou, em 2021, um serviço de jogos na plataforma para os assinantes, sendo muitos deles inspirados em seus próprios filmes e séries. O Globoplay, buscando manter a relevância e influência de sua empresa fundadora - uma das emissoras de televisão mais tradicionais e importantes do Brasil -, passou a investir em um formato de conteúdo novo no streaming, porém já antigo na televisão: a novela. Em outubro de 2022, estreava na plataforma da Globo a primeira novela em *streaming* da emissora, *Todas as Flores*, que se revelou um sucesso de audiência. O último capítulo estreou no Globoplay em junho, e a novela passará a ser transmitida na TV aberta a partir de setembro, após o folhetim das 21h, *Terra e Paixão*⁴. Outra estratégia da emissora para fisgar a audiência e trazê-la para o *streaming* é apostar em produções baseadas em outras já conhecidas. É o caso da série *As Five*, continuação da temporada de 2017 da novela teen *Malhação*, que foi um grande sucesso entre o público jovem⁵. Há também a recente *Turma da Mônica - a Série*, que continua a história dos dois filmes baseados no universo criado por Mauricio de Sousa, *Turma da Mônica: Laços*, de 2019, e *Turma da Mônica: Lições*, de 2021, - ambos lançados nos cinemas⁶.

³ Disponível em: <https://canaltech.com.br/entretenimento/disney-anuncia-fim-do-premier-access-e-novo-esquema-de-lancamentos-no-disney-192635/>. Acesso em setembro de 2023.

⁴ Disponível em: <https://gshow.globo.com/novelas/todas-as-flores/noticia/todas-as-flores-por-que-nao-perder-a-estreia-da-novela-de-grande-sucesso-na-tv-aberta.ghtml>. Acesso em setembro de 2023.

⁵ Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/tv/noticia/2023/01/segunda-temporada-de-as-five-ganha-data-de-estreia-clckkrjix00340182pirv62nt.html>. Acesso em setembro de 2023.

⁶ Disponível em: <https://opopular.com.br/magazine/turma-da-monica-a-serie-esta-no-globoplay-1.2495422>. Acesso em setembro de 2023.

2.2 O IMPACTO SOCIAL E CULTURAL DA TELEVISÃO

Desde sua invenção e popularização, a televisão tornou-se parte integrante da vida e do cotidiano de muitas pessoas, sendo vista como um símbolo de informação e entretenimento. A televisão aproxima o público de situações, lugares e contextos que, originalmente, estariam muito longe dele, por meio da imagem, fazendo isso das mais diversas formas. Por meio dos telejornais, as pessoas veem o que está acontecendo em qualquer lugar do mundo, mesmo nunca tendo estado nesse lugar fisicamente; por meio das novelas, filmes e séries que passam na televisão, as pessoas podem “viajar” para uma realidade ficcional por meio do consumo dessas tramas, o que as promove entretenimento.

Além de aproximar as pessoas de outras realidades, a televisão também tende a aproximá-las umas das outras. Mesmo após tantas reinvenções e transformações, a TV segue tendo esse poder, que foi potencializado pelo advento da internet. A união de forças dessas duas mídias já provou ser tão efetivo quanto essencial, especialmente no recente contexto de isolamento social atravessado pela população em 2020 e 2021.

Nas camadas de transformação do ambiente de mídia, nas relações indissociáveis do consumo com o contexto da vida dos sujeitos, é desafiador observar as articulações, negociações e reinterpretações. Esses movimentos exigem um olhar para uma situação dinâmica, que muda, mas carrega consigo características originais. (Da Cunha; Scalei *in* Pase; Hohlfeldt, 2022, p. 241)

Durante a pandemia de Covid-19, as pessoas tiveram que se distanciar socialmente. Foram privadas dos encontros presenciais com familiares e amigos, de idas a festas, shows, sessões de cinema e outras formas de aglomeração social que o risco de contaminação não permitia. Nesse contexto, a tecnologia teve papel fundamental em aproximar, na medida do possível, as pessoas de seus entretenimentos costumeiros. Um exemplo dessa tecnologia, a aproximação da internet com a televisão, vem na forma de um dos bens de consumo cada vez mais presente nos lares brasileiros⁷, que nada mais é do que uma evolução dos aparelhos de televisão tradicionais: as *smart* TVs.

⁷ Pesquisa feita em 2022 pelas empresas Nielsen e MetaX apontou a presença de Smart TVs em 61% dos lares brasileiros. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/tecnologia/smart-tvs-estao-em-61-dos-lares-brasileiros-diz-pesquisa/>. Acesso em setembro de 2023.

As *smart* TVs são televisões que podem ser conectadas à internet, acessar navegadores e receber instalações de aplicativos, além de possuir as mesmas funções de um aparelho televisivo tradicional, como a transmissão de canais de TV aberta. Além disso, há a possibilidade de se conectar a outros aparelhos por meio de cabos, como consoles de videogame, aparelhos de DVD e/ou Blu-Ray e de TV a cabo. No entanto, o maior atrativo de uma *smart* TV são as possibilidades que a conexão com uma rede wi-fi oferece. Além das já mencionadas plataformas de *streaming*, outros sites/aplicativos que geralmente eram mais acessados por outros meios, como o YouTube, também passaram a ser consumidos pelo público por meio das *smart* TVs. Na pandemia, por exemplo, dezenas de artistas fizeram apresentações em transmissões ao vivo em seus canais no YouTube⁸, como uma forma de se aproximar do público e promover algo similar ao que seria uma performance em um show - que não poderia acontecer no contexto pandêmico.

No entanto, apesar da tendência da televisão, juntamente com os novos recursos que a acompanham, de aproximar as pessoas, esses novos recursos acabam também, por vezes, afastando-as umas das outras. Pode-se entender que esses novos modos de consumir TV (abarcados pela já citada televisão expandida) uma adição moderna ao conceito da sociedade do espetáculo, cunhado por Guy Debord. “Do automóvel à televisão, todos os *bens selecionados* pelo sistema espetacular são também suas armas para o reforço constante das condições de isolamento das ‘multidões solitárias’” (Debord, 1997, p. 23). Afinal, junto com a evolução das telas, vem sua multiplicidade e, junto com esta, a possibilidade de cada um assistir o que quiser, onde quiser e quando quiser.

Em um contexto de transformação, no qual a mídia se desenha como ecossistema, é mais comum presenciar pessoas que moram juntas vendo televisão sozinhas, cada uma em seu quarto. Em situação de mobilidade, sujeitos assistem a programas pelo celular no transporte público ou acessam suas séries preferidas pelo computador no intervalo do trabalho. (Da Cunha; Scalei *in* Pase; Hohlfeldt, 2022, p. 241-242)

A evolução da televisão, juntamente com outras mídias, possibilitou que aparelhos como computadores, tablets e celulares se tornassem TVs em potencial. Telas menores, portáteis e que, portanto, dão mais liberdade ao usuário para escolher onde vai assistir – como já previra Debord.

⁸ Disponível em: <https://g1.globo.com/retrospectiva/2020/retrospectiva-na-globo/noticia/2020/12/16/veja-lives-que-bombaram-em-2020.ghtml>. Acesso em setembro de 2023.

[...] o emprego generalizado de aparelhos receptores da mensagem espetacular faz com que esse isolamento seja povoado pelas imagens dominantes, imagens que adquirem sua plena força por causa desse isolamento. (Debord, 1997, p. 114)

Antes dessa multiplicidade de telas, o cenário era clássico: as pessoas chegavam a disputar pelo controle da televisão da sala, famílias se espremiavam no sofá para não perder o último capítulo de uma novela. Em 2012, o país literalmente parou para assistir o último capítulo da novela *Avenida Brasil*. Os telejornais noticiavam um fluxo bem abaixo do normal em vias importantes e geralmente movimentadas de capitais como São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador e Brasília, devido ao fato de muitas pessoas estarem em casa para não perderem o último capítulo. Além disso, a própria então presidente, Dilma Rousseff, foi convencida a adiar o comício do qual participaria em apoio à candidatura de Fernando Haddad à prefeitura de São Paulo, que ocorreria no mesmo dia em que iria a ar o desfecho do folhetim. O argumento que a convenceu foi de que ninguém iria ao comício devido à alta audiência esperada para acompanhar o final da novela.⁹

A razão para as pessoas serem tão aficionadas e facilmente seduzidas pela “magia” da televisão, sem mesmo se perceberem nessa condição ou saberem os motivos dela, se encontra no cerne de suas emoções e pode ser explicada pela inversão do “efeito placebo” por parte da TV, como elucidada Joan Ferrés em seu livro *Televisão Subliminar*.

O efeito placebo [...] é uma demonstração de que se pode condicionar a pessoa desde mecanismos emotivos distantes da consciência e da racionalidade. [...] O efeito placebo produz seus efeitos terapêuticos graças às expectativas da pessoa. A experiência televisiva produz seus efeitos socializadores precisamente pela falta de expectativas. Se no efeito placebo, o paciente abre as portas do seu psiquismo pela fé que tem no poder do tratamento, na experiência televisiva o espectador deixa aberta as suas por ingenuidade e desconhecimento do poder socializador do meio. (Ferrés, 1998, p. 35)

Apesar de fenômenos culturais e de audiência como o de *Avenida Brasil* não serem mais tão recorrentes, ainda se fazem presentes nos dias de hoje, mostrando que a televisão tradicional não perdeu totalmente a força quando se trata de atrair o público. Um exemplo bem recente foi a entrevista da atriz Larissa Manoela ao programa *Fantástico*, que foi ao ar na edição da noite de 13 de agosto de 2023. Na

⁹ Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2022/10/19/avenida-brasil-ultimo-capitulo-dez-anos.htm>. Acesso em agosto de 2023.

ocasião, ela falou sobre o desentendimento com os pais por questões referentes ao seu patrimônio e sua vida financeira, assunto que já vinha sendo comentado na mídia há algum tempo. O anseio do público em descobrir os pormenores do conflito de Larissa com os pais se refletiu nos números: o *Fantástico* chegou a alcançar picos de 23 pontos de audiência no IBOPE, segundo dados obtidos pela Folha de S. Paulo. Essa foi a segunda maior audiência do programa em 2023, perdendo apenas para a edição da noite de 8 de janeiro, que mostrou a cobertura dos ataques de apoiadores do ex-presidente Jair Bolsonaro em Brasília e marcou picos de 24 pontos.¹⁰

O caso de Larissa Manoela foi de grande repercussão, desde antes do dia da fatídica entrevista, quando o público ansiava por respostas. Após o programa, continuou estampando as mídias, inclusive levantando debates sobre temas sobre abuso parental, relacionamentos familiares tóxicos e a problemática em torno de crianças-prodígio que crescem em meio à fama. No entanto, a comoção em torno do caso evidenciou uma das faces mais proeminentes na relação da televisão com o público e seus impactos sobre ele: a relação dos espectadores com as celebridades.

O que o público do *Fantástico* assistiu na noite de 13 de agosto de 2023 é o que poderia ser chamado, em linguagem popular, de uma “lavação de roupa suja” em rede nacional. E isso explica, em parte, o motivo por trás dos incríveis 23 pontos alcançados pelo *Fantástico* no IBOPE: as pessoas não resistem a fofocas expondo a vida particular de celebridades. “Os programas que lavam roupa suja são sucesso nas TVs de todo o mundo. [...] É o que o público gosta. Roupa suja dá ibope. Aqui, em Londres, em Paris, em Nova York.” (Merten *in* Pereira Junior, 2002, p. 142).

Outro caso recente que poderia ser chamado de “lavação de roupa suja” teve como palco a cerimônia do Oscar 2022, dessa vez tendo repercutido internacionalmente e levantando novamente o já conhecido debate sobre o limite do humor. Trata-se do fatídico tapa que o ator Will Smith desferiu contra o comediante Chris Rock, após este fazer uma piada envolvendo a esposa do ator, Jada Pinkett-Smith.¹¹ O ocorrido ganhou as manchetes e as discussões na mídia, com o público

¹⁰ Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2023/08/com-larissa-manoela-fantastico-marca-maior-ibope-desde-ataques-de-8-de-janeiro.shtml>. Acesso em agosto de 2023.

¹¹ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/o-tapa-memoravel-de-will-smith-no-oscar-2022>. Acesso em setembro de 2023.

debatendo se Will Smith perdeu a razão por uma simples piada ou se, realmente, Chris Rock passou dos limites em sua tentativa de fazer humor.

Casos como os de Will Smith e Larissa Manoela, em que a repercussão de tais casos gera debates sobre ética, bem ou mal, certo ou errado, quem tem razão ou não, podem ser observados como parte do fenômeno da socialização emotiva, proposto por Joan Ferrés, no qual “os conteúdos latentes têm fortes conexões, tanto com a emotividade como com as ideologias, tanto com os sentimentos como com a ética” (Ferrés, 1998, p. 104). Nesse contexto, ele descreve a televisão como um espetáculo que entretém, mas que ao mesmo tempo age como um instrumento de socialização e reflexão acerca de determinados valores. Ele enfatiza a ligação especialmente com as emoções do público, pois “nas comunicações humanas e, mais concretamente, nas percepções, o sujeito está condicionado por fatores de caráter cultural e emotivo dos quais não é consciente” (Ferrés, 1998, p.32). O autor também explora o conceito do caráter pseudo-religioso da sedução, abordando a experiência televisiva como algo que seduz o expectador, ligando-se às suas emoções, e compara tal experiência a algo religioso. O caráter religioso da veneração às celebridades consiste, em suma, em uma busca pela plenitude por aquilo que falta no próprio indivíduo (Ferrés, 1998). Ele apresenta também o conceito do efeito imitativo, ou mimetismo das celebridades, segundo o qual estas influenciam o comportamento das pessoas.

Nas comunicações audiovisuais, produz-se, pois, um processo dialético pelo qual o ator ou a atriz contamina o personagem e ao mesmo tempo é contaminado por ele. São exemplos de associação ou transferência, que se completam quando tudo o que a estrela e o personagem representam é transferido para a própria vida do espectador. É que é um novo processo de transferência o que vai da associação da beleza física à beleza moral, de maneira que se acaba assumindo o que a estrela representa ética e ideologicamente a partir do que representa emocionalmente. (Ferrés, 1998, p. 125)

O mundo das celebridades povoa o imaginário popular das mais diversas formas e, sendo a televisão a responsável por lançar e dar visibilidade a muitas delas, também contribui ativamente para isso. Tal fascínio, segundo Guy Debord, vem do fato de as “vedetes do espetáculo”, como são chamadas as celebridades pelo autor, serem a representação espetacular do homem, “o objeto de identificação com a vida aparente sem profundidade, que deve compensar o estilhaçamento das especializações produtivas de fato vividas” (Debord, 1997, p. 40). Ou seja, as celebridades são aquilo em que os espectadores se espelham e almejam ser, e cuja

vida e características desejam que tivessem. A televisão, nesse contexto, serve como uma vitrine constante para estas celebridades, como elucida Joan Ferrés.

O interesse com que se acompanham as aparições na telinha de todos esses personagens públicos – tanto suas atuações profissionais como suas aparições pessoais – se explica pelo fato de que cumprem a função já indicada de satisfazer necessidades emocionais dos cidadãos, encarnar seus desejos, compensar suas frustrações. (Ferrés, 1998, p. 114)

Há aquelas celebridades que se tornam símbolos tão marcantes que começam a, literalmente, povoar a imaginação dos espectadores. Um exemplo disso é a apresentadora Xuxa Meneghel, como explicita Merten.

Xuxa praticamente pariu Sasha diante das câmeras da Globo. Os primeiros passos da princesinha foram amplamente noticiados na mídia e a festa do primeiro aniversário teve mais páginas em *Caras* do que qualquer outro acontecimento mais importante da época. (Merten *in* Pereira Junior, 2002, p. 142)

A comoção e obsessão do público em torno da chamada “rainha dos baixinhos” era tanta que começaram a circular boatos e teorias da conspiração envolvendo a apresentadora, muitas delas se tornando até mesmo lendas urbanas. Entre as mais famosas, está a de que Xuxa teria feito um pacto com o diabo, além de ramificações desta: o boato de que quem tocasse o disco da apresentadora ao contrário ouviria uma mensagem satânica, e de que a boneca dela ganhava vida à noite para matar as crianças enquanto elas dormiam.¹² Há também aquelas que alegam que personalidades já falecidas como Michael Jackson e Elvis Presley, por exemplo, na verdade não morreram e seus óbitos foram forjados.¹³ Esse tipo de comportamento por parte do público poder ser explicado, novamente, pela emotividade. “O mito significa tanto para o seduzido que a racionalidade é burlada pela emotividade. Para justificar sua sobrevivência se dão razões que não têm outra lógica do que a do desejo” (Ferrés, 1998, p. 118). O ponto de Ferrés pode ser aplicado não apenas às crenças da sobrevivência dos mitos – as celebridades – mas também a qualquer teoria infundada e mirabolante acerca destes: famosos são tratados como seres mitológicos por seus fãs, muitas vezes como deuses, e isso tende a mexer com sua psique.

¹² Disponível em: <https://www.uai.com.br/app/entretenimento/trends/2023/03/27/not-trends.320608/60-anos-da-rainha-relembre-5-teorias-da-conspiracao-que-ja-envolveram-xuxa.shtml>. Acesso em setembro de 2023.

¹³ Disponível em: <https://observatoriodocinema.uol.com.br/indicacoes/famosos-que-podem-ter-forjado-suas-mortes/>. Acesso em setembro de 2023.

Em alguns casos, a admiração e o culto à fama por parte dos espectadores, cidadãos comuns, transpõe a linha da tietagem às celebridades e traz à tona a vontade de se tornar uma e integrar esse universo. Isso resulta, por vezes, em uma disposição excessiva de buscar a fama.

Cada vez mais há gente abrindo mão da privacidade para viver uma existência pública, em busca de seus quinze minutos de fama. [...] A vida vira filme e cada vez há mais gente disposta a tudo para deixar de ser figurante, assumindo o papel de protagonista. (Merten *in* Pereira Junior, 2002, p.143)

A televisão possui um espaço especialmente dedicado aos anônimos que almejam se tornar estrelas: os *reality shows*. Sejam eles de música, de culinária, de sobrevivência ou simplesmente um confinamento coletivo assistido, os *reality shows* servem como porta de entrada para a fama para muitas pessoas - mesmo aquelas que não vencem o programa conseguem atrair atenção, fama, contratos e patrocínios. E, algumas vezes, essa fama vem de forma quase gratuita, não por conta de algum talento ou competência do indivíduo que a ganha, mas pelo simples fato de ele ter se feito ser visto na telinha – fenômeno também descrito por Joan Ferrés: “Se a televisão é regida pela tirania das audiências, é normal que se dê mais importância ao físico do que ao talento, à estrela do que ao profissional” (Ferrés, 1998, p. 118). Mas, além de tudo isso, os *reality shows* constituem um espetáculo para aqueles que estão em suas casas assistindo. A diferença em relação a outras programações, como as novelas, premiações, reportagens e outras que veiculam a imagem e a vida de celebridades já renomadas, é que os *realities* apresentam como seus protagonistas cidadãos comuns que buscam a fama na TV - o que promove uma conexão e identificação com o público.

Participando da vida alheia, o brasileiro se reconhece, se integra nacional e internacionalmente, não como povo, pois o Brasil é um país formado por gritantes diferenças sociais, mas como telespectador, público alvo. E então, o imaginário vibra, pois é na telepresença, citada por Sodré, que o “povo-telespectador” brasileiro unifica-se, legitimando a relação do indivíduo com o mundo (1994: 32). [...] o telespectador brasileiro celebra as vitórias do futebol, a morte do vilão e o despertar da bela adormecida das novelas das oito. Ele festeja a condenação de criminosos que se tornaram famosos através da TV e idolatra seres pré-fabricados para seduzi- los – as celebridades. (Rossi Zovin, 2008, p.2)

Os fenômenos citados por Zovin podem ser observados, ainda que de forma um tanto alegórica, na relação que o público tem com *reality shows* de grande audiência e repercussão, especialmente naquele que é atualmente o campeão de audiência dessa categoria no país: o *Big Brother Brasil*. Segundo o último

levantamento feito pelo Google Brasil, que elencou os *reality shows* que fizeram mais sucesso em 2022, o *BBB* aparece em primeiro lugar na lista. O conceito do programa já é conhecido e cativo pelo público: um grupo de pessoas confinado durante 100 dias em uma casa cenográfica, desenhada para ser visualmente atrativa para a audiência, sem qualquer acesso ou informação sobre o mundo exterior, disputando um prêmio de 1,5 milhão de reais. Toda a atmosfera de convivência, nem sempre pacífica ou perfeita, entre os participantes, a competição, as provas, as relações e intrigas construídas no dia-a-dia do programa - monitorado por câmeras 24h por dia e transmitido em rede nacional -, criam um cenário instigante e divertido de assistir, envolvendo o telespectador na vida alheia, como mencionado por Zovin. Isso ocorre porque a televisão, especialmente programas como o *BBB*, tem uma força sedutora, que praticamente “puxa” o telespectador para dentro da tela, ganhando sua fidelidade. Essa sedução tem um caráter soporífero, que faz adormecerem a capacidade reflexiva, crítica e racional do espectador em virtude de seu ofuscamento por parte das emoções (Ferrés, 1998). Isso deixa os espectadores alienados e hipnotizados pelo que é mostrado na tela, ao passo que eles permitem alienar-se para esvaziar a mente e esquece dos problemas de suas vidas reais.

Seduzir supõe levar o outro a um certo grau de perturbação, de loucura, de alienação, no sentido etimológico do termo, pelo que supõe de renúncia à própria personalidade, ultrapassada ou engolida por uma personalidade alheia. (Ferrés, 1998, p.66)

Já conforme Debord, dentro do conceito da sociedade espetacular, o espetáculo presente na tela se faz atrativo por conta do idealismo: a vida idealizada pelo telespectador se materializa na tela. No caso do *reality*, podem-se considerar diversos atrativos para isso, como a casa cenográfica em si e o perfil físico aparentemente perfeito que seus participantes têm, por exemplo.

O espetáculo [...] expõe e manifesta em sua plenitude a essência de todo sistema ideológico: o empobrecimento, a sujeição e a negação da vida real. O espetáculo é, materialmente, “a expressão da separação e do afastamento entre homem e homem”. (Debord, 1997, p. 138)

Ao mesmo tempo em que é seduzido, alienado e hipnotizado, o telespectador brasileiro se reconhece em determinados participantes e se identifica com eles, o que faz com que as torcidas se formem em torno destes. Nesse contexto, o povo vibra de emoção nas finais, ao votar e torcer para que seus favoritos ganhem o prêmio e, quando ganham, seus apoiadores celebram a vitória tal qual no futebol. Na noite da

final do BBB 22, por exemplo, o programa chegou a marcar, somente na capital Rio de Janeiro, 34 pontos e 61% de participação do público¹⁴.

Já a alegoria para a “morte do vilão” pode ser atribuída a alguns dos próprios participantes que, por conta de atitudes e condutas desagradáveis, passam a ser pintados pelo público como os vilões do programa de fato - o que, na linguagem atualizada para os dias de hoje, implica no famigerado “cancelamento” e no lchamento virtual por meio das redes sociais. A “morte” propriamente dita seria a eliminação do participante, almejada e pretendida pelos espectadores, que votam em peso no indivíduo quando ele é colocado no paredão. Um exemplo memorável disso foi o da cantora Karol Conká, que marcou a edição de 2021 do *reality* por seu comportamento desagradável e maldoso para com seus colegas de confinamento, fazendo com que ela ganhasse rapidamente o desprezo do público. O resultado foi a eliminação de Karol na quarta semana do BBB 21 com 99,17% dos votos, sendo essa a maior rejeição da história do programa.

Quanto aos “seres pré-fabricados” feitos para serem idolatrados segundo Zovin, as celebridades, as próprias passaram a marcar presença no programa a partir da edição de 2020. Antes disso, os participantes eram sempre e apenas pessoas anônimas, que buscavam fama e riqueza ao entrar no *reality*. A partir do BBB 20, no entanto, a Globo passou a trazer celebridades já consagradas - atores, cantores, influenciadores, entre outros - para participarem, formando o que foi batizado de “Grupo Camarote”, enquanto a parcela de pessoas anônimas passou a ser chamada de “Grupo Pipoca”. Ao longo da história do programa, muitos nomes já passaram pela “nave louca”, como era chamada a casa do *reality*. Alguns deixaram sua imagem marcada de forma positiva, outros de forma negativa e outros simplesmente serviram de bom grado ao propósito do entretenimento do povo¹⁵ – compondo assim a sinuosa relação que envolve o universo da televisão, do entretenimento e das celebridades com seu público.

¹⁴ Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/diversao-e-arte/2022/12/5061354-bbb-a-fazenda-masterchef-brasil-os-reality-shows-de-maior-sucesso-em-2022.html>. Acesso em agosto de 2023.

¹⁵ Disponível em: [https://www.estrelando.com.br/foto/2023/01/16/relembre-os-participantes-do-bbb-que-foram-de-amados-a-odiados-\(e-as-vezes-amados-de-novo\)-247224/foto-13](https://www.estrelando.com.br/foto/2023/01/16/relembre-os-participantes-do-bbb-que-foram-de-amados-a-odiados-(e-as-vezes-amados-de-novo)-247224/foto-13). Acesso em setembro de 2023.

3 NOVAS MÍDIAS, CONVERGÊNCIA E PÚBLICO

Este capítulo tratará sobre a interação e convergência das novas mídias, em especial a internet, e da relação e comportamento do público em relação a elas.

3.1 CONVERGÊNCIA E INTERAÇÃO DAS NOVAS MÍDIAS

Conforme os meios de comunicação evoluem e se transformam, as dinâmicas da comunicação social como um todo também se modificam. Um dos fatores que mais vêm contribuindo para essa transformação é a chamada cultura da convergência, termo cunhado por Henry Jenkins para definir a coexistência e a colisão entre as mídias tradicionais, “passivas”, e as mídias atuais, mais participativas e interativas. O autor descreve essa convergência como uma transformação cultural, na qual as pessoas tendem a fazer conexões entre mídias originalmente dispersas. Nesse contexto, o autor também traz o conceito de cultura participativa:

A expressão *cultura participativa* contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (Jenkins, 2009, p. 30)

A cultura participativa pode ser interpretada como parte do espectro da cultura da convergência, sendo a primeira referente ao nível de interação do público com os conteúdos veiculados nas mídias. As mídias tradicionais, chamadas de “passivas” por Jenkins, são aquelas que contam justamente com espectadores passivos, que não interagem e nem interferem no conteúdo veiculado por elas. É o caso de mídias mais “clássicas” como o rádio e a televisão: cenários como o de uma família reunida no sofá assistindo televisão ou em uma viagem de carro escutando rádio costumavam ser comuns. Em exemplos como esses, observa-se a passividade dos indivíduos, que estão apenas recebendo a informação e o conteúdo a ser transmitido. Já as mídias atuais, descritas pelo autor como mais participativas e interativas, permite que o público, antes sujeito apenas ao consumo, interaja com o que está sendo consumido e até mesmo atue na construção desse conteúdo, em alguns casos. Esse grupo de mídias atuais pode ser representado, principalmente, por aquelas que surgiram com o advento da internet – redes sociais como Instagram, Twitter e TikTok, por exemplo. Há também as plataformas destinadas o compartilhamento de vídeos, como o

YouTube, e também outras destinadas exclusivamente a transmissões ao vivo, como a Twitch.

Plataformas como essas oportunizam às audiências um maior protagonismo em sua própria busca por entretenimento e conteúdo – e, em alguns casos, acabam por aproximá-las ainda mais dos criadores de conteúdo que acompanham. Um exemplo disso é a criação de canais de transmissão no Instagram: o recurso, incorporado à plataforma no início de 2023, permite que esses criadores criem uma conexão mais estreita com seu público. Eles podem criar um canal de transmissão para enviar mensagens, fotos, vídeos, enquetes e outros tipos de conteúdos, promovendo assim uma maior interação e engajamento.¹⁶ A Twitch é outra plataforma cuja principal premissa é a interação entre criadores e consumidores de conteúdo – papéis que muitas vezes se entrelaçam. Feita para a realização de transmissões ao vivo (ou, como são mais conhecidas pelo público geral, as *lives*), a Twitch permite a criação de comunidades e a interação entre internautas. As *lives* podem apresentar vários tipos de conteúdos, como música, culinária e *videogames*, por exemplo. Essas ações não são exclusivas para criadores e influenciadores já consolidados: qualquer pessoa pode criar uma conta na plataforma e iniciar uma *live* falando sobre algum assunto que goste, ensinando alguma receita ou jogando seu jogo favorito, e simultaneamente interagir e trocar ideias com seus espectadores. O TikTok, aplicativo lançado em 2017, veio a despontar como um dos aplicativos mais populares entre os jovens. Trata-se, em suma, de uma plataforma de criação de vídeos curtos com um fundo musical, geralmente com um teor de comédia. No entanto, a rede social também é o lar de vídeos de tutoriais de maquiagem, dicas de decoração, artesanatos, experimentos científicos, entre outros tipos de conteúdos. O aplicativo possui, inclusive, um recurso de “reação”, pelo qual os usuários podem filmar a si mesmos reagindo a um vídeo específico na plataforma – ou seja, promovendo uma interligação e interação entre conteúdos¹⁷.

Apesar de a convergência dos meios não ocorrer necessariamente por conta de aparelhos, e sim na mente dos consumidores e em suas interações sociais

¹⁶ Disponível em: <https://www.remessaonline.com.br/blog/canais-de-transmissao-do-instagram/#:~:text=O%20canal%20de%20transmiss%C3%A3o%20do,de%20usu%C3%A1rios%20ao%20mesmo%20tempo>. Acesso em setembro de 2023.

¹⁷ Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/historiasdigitais/29943-a-historia-do-tiktok>. Acesso em setembro de 2023.

(Jenkins, 2009), os aparatos tecnológicos vêm cada vez mais exercendo um papel importante nessas transformações. Dos aparelhos eletrônicos, vale destacar aqueles que vêm evoluindo cada vez mais e acumulando cada vez mais funções: os celulares. Tendo surgido com o principal propósito de ser um telefone portátil e realizar chamadas, os celulares foram ganhando novos recursos com o passar dos anos, como câmeras, agenda, calendário, alarme, acesso à internet, telas maiores, até se tornarem quase que computadores portáteis – ou, como Jenkins descreve, “o equivalente eletrônico do canivete suíço”. Os celulares, por serem aparelhos móveis e fáceis de transportar, acabam se fazendo mais presentes na rotina das pessoas do que outros meios, como computadores, por exemplo. É muito raro, nos dias de hoje, as pessoas saírem de casa sem seu celular em mãos – e essa essencialidade contribuiu para que eles se tornassem um dos meios mais propícios para a disseminação da cultura da convergência das mídias, das mais diversas formas.

Nos últimos anos, vimos como os celulares se tornaram cada vez mais fundamentais nas estratégias de lançamento de filmes comerciais de todo o mundo; como filmes amadores e profissionais produzidos em celulares competiram por prêmios em festivais de cinema internacionais; como usuários puderam ouvir grandes concertos e shows musicais; como romancistas japoneses serializam sua obra via mensagens de texto; e como *gamers* usaram aparelhos móveis para competir em jogos de realidade alternativa. (Jenkins, 2009, p. 31)

Atualmente, uma parte importante das estratégias de marketing adotadas pelos grandes estúdios de cinema de Hollywood inclui as redes sociais como vetor. Se antigamente via-se muito *trailers* de filmes serem divulgados durante os comerciais de televisão, hoje em dia a veiculação se dá por meio dos canais oficiais dos estúdios na rede, como no YouTube, ao mesmo tempo em que o dito lançamento do trailer é divulgado nas contas oficiais dos estúdios em redes sociais. Tudo isso chega até o público de forma rápida e instantânea em todo o mundo, por meio da internet e dos celulares. A cantora Olivia Rodrigo divulgou recentemente o clipe da música “*get him back!*”, uma das faixas de seu novo álbum, no mesmo dia do lançamento do iPhone 15 da Apple – afinal, ele foi o aparelho utilizado para toda a gravação do clipe. Olivia fez o anúncio do videoclipe logo após o lançamento da empresa da maçã, impulsionando ainda mais a divulgação do novo iPhone¹⁸. Ações como estas por parte de empresas e celebridades são exemplos de como a cultura da convergência, além

¹⁸ Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/olivia-rodrigo-grava-clipe-com-iphone-15-lancado-nesta-terca-12-pela-apple/>. Acesso em setembro de 2023.

de ser uma revolução cultural, é também uma revolução tecnológica e comercial, como também pontuou Jenkins: “A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a forma pela qual a indústria midiática opera [...]” (Jenkins, 2009, p. 43).

As relações entre diferentes mídias, atuais e tradicionais, além de representarem uma colisão entre meios de diferentes gerações, resultando por vezes em interações quase simbióticas entre eles, também podem ser interpretadas sob diferentes óticas. Enquanto Jenkins descreve o universo midiático comunicacional como uma constante rota de colisão entre mídias, Carlos Alberto Scolari introduz o conceito de ecologia de mídias, em seu livro *Ecologia de los Medios*.

[...] os meios de comunicação são ambientes vivos, que se desenvolvem, no caso das tecnologias da comunicação desde a escrita até os meios digitais, geraram ambientes que afetam e as pessoas que as usam. Os meios como espécies diz respeito à relação estabelecida entre o desenvolvimento de um meio para outro, como o papiro e pedra, o rádio e os jornais [...]. (Scolari, 2015 *apud* Barcellos *et al.* in Renó, D.; Gosciola; Renó, L., 2018, p. 13).

Em seu conceito de ecologia de mídias, o autor compara o ambiente digital ao ambiente natural, bifurcando essa comparação em duas interpretações. Em uma delas, os meios de comunicação são os ambientes, habitats que vão se modificando e, conseqüentemente, modificando a vida dos seres vivos que os habitam – no caso, as pessoas. Só que, ao mesmo tempo, as ações desses seres contribuem para a transformação desses ambientes, resultando em um ciclo. Isso se aplica ao ecossistema das mídias: segundo McLuhan (*apud* Barcellos *et al.* in Renó, D.; Gosciola; Renó, L., 2018, p. 13), “o homem modela os instrumentos da comunicação, ao mesmo tempo, os meios remodelam o homem”. Nesse contexto, a evolução dos meios pode ser comparada à própria evolução do planeta Terra como um ambiente massivo: o planeta surgiu como uma bola de fogo inóspita à vida, depois foram se formando as rochas, os oceanos, a atmosfera¹⁹ – ao longo de alguns bilhões de anos, a Terra se tornou um vasto ecossistema propício para o surgimento e proliferação da vida. Assim como o planeta, os meios de comunicação como um todo também foram evoluindo, se transformando e se diversificando – porém, logicamente, em uma escala de tempo bem menor – propiciando seu povoamento por parte de uma audiência tão

¹⁹ Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/a-formacao-terra-os-seres-vivos.htm>. Acesso em setembro de 2023.

diversa quanto ele próprio, que se mistura e interage de formas cada vez mais complexas e que evolui e se transforma junto com o meio.

Na outra interpretação sugerida por Scolari, os meios acabam por representar as próprias espécies, cujas evoluções seriam uma alegoria ao desenvolvimento das próprias mídias, ou seja, a evolução de uma para outra. Essa evolução dos meios de comunicação pode ser comparada à própria evolução das espécies, relacionando-se com conceitos propostos por cientistas do ramo da biologia, como Jean-Baptiste de Lamarck e Charles Darwin. Lamarck propunha a ideia de que os seres vivos se aperfeiçoavam e evoluíam por obra da pressão do ambiente, já Darwin acreditava que a evolução se dava por características que fossem passadas adiante por contribuírem para um melhor desenvolvimento e sobrevivência de determinada espécie²⁰. Apesar de distintas, as ideias de ambos podem ser relacionadas com a ideia da evolução das mídias como “espécies comunicacionais” de certas formas. A teoria de Lamarck de que seres evoluem por pressões externas pode se aplicar ao fato de mídias que se modificam conforme as tecnologias, bem como as demandas da sociedade, vão se transformando: a televisão, que no início concebia imagens em preto e branco, posteriormente passou a ter cores. Os jornais e revistas, que nasceram na impressão em papel, passaram para as telas digitais com o advento da internet. Já a teoria da sobrevivência dos mais adaptados proposta por Darwin aplica-se às mídias que perduram e das que caem no esquecimento e/ou em desuso – ou até mesmo deixam de existir. Um bom exemplo são as redes sociais: algumas plataformas, como o Twitter e o Instagram, sobrevivem e mantêm sua relevância durante anos; outras, como o Orkut e o MSN, que foram extintos da internet, em detrimento de plataformas mais novas e mais adaptadas ao meio.

A evolução das mídias e sua relação com a sociedade é uma grande história que ainda está sendo escrita, desenvolvida e estudada. Nas palavras de Renó (Renó, D, 2018, 2018), “Estudar a ecologia dos meios é muito mais que tentar descobrir até quando um meio poderá sobreviver. É compreender como se desenvolve e se consolida a relação entre sociedade e meios, numa diversidade midiática onde tem espaço para todos os meios, velhos e novos”.

²⁰ Disponível em: <https://www.significados.com.br/lamarck-e-darwin/>. Acesso em setembro de 2023.

3.2 RELAÇÕES, INTERAÇÕES E COMPORTAMENTO DO PÚBLICO NAS NOVAS MÍDIAS

O advento e popularização das redes sociais, possibilitada pela disseminação da internet, transformou significativamente as interações entre indivíduos e ressignificou paradigmas da comunicação social como um todo. Essas plataformas modificaram tanto as interações interpessoais quanto aquelas relacionadas ao conteúdo produzido e veiculado nessas mídias. O impacto delas altera a lógica de distribuição, muito difundida na teoria da comunicação, tornando-a propriamente uma lógica de comunicação, em virtude da interferência nesta pelo público possibilitada pela tecnologia (Primo, 2007, p. 41).

As diversas possibilidades comunicativas e formas de interação propiciadas pelas mídias sociais constituem o que se chama de conversação em rede, conceito elucidado por Raquel Recuero:

[...] conversações coletivas, assíncronas ou síncronas, públicas e capazes de envolver uma grande quantidade de atores [...] uma conversação em rede nasce de conversações em pequenos grupos que vão sendo amplificadas pelas conexões dos atores, adquirindo novos contornos e, por vezes, novos contextos. (Recuero, 2014, p.123)

As redes sociais se destacam entre outras mídias por serem extremamente dinâmicas e permitirem uma comunicação tão versátil quanto instantânea. Plataformas como o Twitter, por exemplo, proporcionam a formação de conexões e interações mesmo entre pessoas que não se conhecem na vida real: por possuir um recurso de busca por assunto, o Twitter permite que os usuários encontrem publicações sobre aquilo que procuram feitas por qualquer usuário da rede social (qualquer usuário cujo perfil não seja privado). Isso faz com que eles possam responder a essas publicações, o que muitas vezes promove debates inteiros em torno de determinado assunto cujos atores são indivíduos que não se conhecem, não possuem nenhum tipo de ligação ou relação prévia, porém foram conectados pelo acaso da rede. Nesse contexto, as redes sociais também possuem um forte caráter unificador, já que têm o poder de aproximar pessoas com os mesmos interesses. Isso se deve aos laços associativos criados nesses ambientes, conceito também cunhado por Recuero, juntamente com o dos laços relacionais: a diferença entre eles é que, enquanto os relacionais vêm da interação entre indivíduos, os associativos têm a ver

com pertencimento, ou seja, pela associação a outros com interesses e crenças semelhantes (Recuero, 2009, 2014).

O advento dos laços associativos como laços sociais é característico do surgimento dos sites de rede social e de sua influência na sociabilidade contemporânea. É nos sites de rede social que esses laços passam a ser, efetivamente, “sociais” no sentido de não apenas indicar um grupo de indivíduos com um pertencimento comum mas conexões efetivas que interferem na rede social e sofrem interferência dela. (Recuero, 2014, p. 131)

Não é incomum que comunidades inteiras se unam em torno de um interesse em comum por meio das redes sociais: perfis em redes como o próprio Twitter, Instagram e Facebook, com as mais variadas temáticas e nichos de público, desde *fan pages*²¹ de artistas até páginas que postam memes relacionados a um tema específico. O próprio termo “comunidade” batizou um dos recursos do extinto Orkut: tratavam-se de fóruns de discussão que reuniam centenas – algumas vezes milhares – de pessoas, nos quais eram debatidos assuntos aleatórios, porém que faziam parte do cotidiano das pessoas. Algumas das mais populares no Brasil possuíam nomes e contextos até divertidos, como “Eu nunca terminei uma borracha”, “Eu odeio acordar cedo”, “Queria sorvete, mas era feijão” e “Eu abro a geladeira pra pensar”²². Tal tendência de pertencimento também é destacada por Alex Primo (2007, p. 197): “Sugere-se um ambiente de total cooperação, em que se desenvolve o sentimento de pertença, promovendo a preocupação com o bem-estar do grupo”.

No entanto, não apenas de pertencimento, identificação e diálogo vivem as conversações em rede. Sendo as mídias sociais ambientes tão vastos e palcos de interações entre os mais diferentes indivíduos, não é raro – ou evitável – o surgimento do conflito entre seus atores, como também explicita Primo:

Não se pode deixar de lado, pois, o estudo das tensões que percorrem todo o ciberespaço. Os discursos tentadores de que a facilitada comunicação através da Internet promoverá por si só mais bem-estar, amizade, crescimento intelectual e nos conduzirá finalmente a um regime mais democrático esconde deliberadamente toda discórdia e mesmo hostilidade debaixo do tapete. (Primo, 2007, p. 198)

A disseminação de discórdia, discussões e até mesmo brigas generalizadas em redes sociais ocorre em torno de diversas temáticas, em especial aquelas consideradas mais “espinhosas”, como religião e política, por exemplo. Esta última,

²¹ *Página de fã*, em inglês.

²² Disponível em: <https://www.metropoles.com/sai-do-serio/so-rindo/relembre-50-comunidades-do-orkut-que-vaio-deixar-saudades>. Acesso em setembro de 2023.

apesar de se fazer frequentemente presente nas discussões dentro e fora da internet, ganha ainda mais destaque em épocas de eleições – como ocorreu em novembro de 2022 na acirrada disputa entre Bolsonaro e Lula no segundo turno. O cenário já conhecido, no qual amigos e familiares discutem e até brigam por conta de opiniões políticas durante rodas de conversa e almoços de domingo, se expandiu para o contexto cibernético no qual internautas discutem e atacam uns aos outros sem ao menos saberem quem está do outro lado de suas telas, e também sem que os outros saibam suas identidades. A tela que separa esses indivíduos, além do próprio suporte técnico da tecnologia da comunicação, serve como um escudo ao internauta que despeja suas opiniões de forma indiscriminada sobre determinado assunto nas redes sociais. As pessoas, no geral, tendem a se sentirem mais seguras para fazerem isso no ambiente midiático – e isso possui uma explicação científica. Em entrevista ao portal Folha BV, o psicólogo Wagner Moura explica que, de fato, a questão do (quase) anonimato é um fator determinante nessa situação: além de o indivíduo não precisar necessariamente responder a um questionamento feito a ele em uma discussão *online*, ao contrário de uma conversa presencial, ele ainda tem, nas plataformas das redes sociais, recursos que permitem a ele editar e modificar suas falas²³.

Todo esse contexto de debates, discussões, controvérsias e discordância no ambiente das mídias digitais levou ao nascimento de uma cultura rapidamente disseminada nesse meio, que pode ser observada como um dos aspectos menos saudáveis da convivência em rede: o linchamento virtual – popularmente conhecido como cultura do cancelamento. Essa prática pode ser observada como uma ameaça à boa convivência e até mesmo ao senso de pertencimento comumente gerado nas relações em rede, conforme Gonçalves e Duarte (2020):

Uma palavra, um gesto um ato, podem ser suficientes para o acolhimento transformar-se em julgamento, caso o indivíduo-alvo mostre não ser mais merecedor da confiança ou da aceitação da audiência on-line, como momentos antes o era. A fragilidade dos laços (se é que chegam a existir de fato) no cerne das relações sociais on-line é exposta e lança o indivíduo contemporâneo em um ciclo de construção, espera por aceitação, aceitação, desconstrução e reconstrução, sujeito sempre às ondas de julgamento apresentado, por vezes de forma cruel, em posts e comentários nas redes sociais (Gonçalves; Duarte, 2020, p. 2-3)

²³ Disponível em: <https://www.folhabv.com.br/cotidiano/por-que-tanta-gente-gosta-de-discutir-nas-redes-sociais-psicologo-explica/>. Acesso em setembro de 2023.

A liberdade de expressão, apesar de conceder voz aos indivíduos, tanto no ambiente digital como fora dele, também permite a disseminação do ódio e da intolerância às ideias e aos discursos alheios, tanto por parte dos cancelados quanto dos canceladores, causando em muitos o medo de expor suas opiniões em rede por medo do linchamento e da não aceitação social. Esse contexto vai de encontro à teoria da Espiral do Silêncio, proposta pela cientista política alemã Elisabeth Noelle-Neumann em 1977. A teoria sugere que as pessoas tendem a não expressar suas ideias e opiniões sobre determinado assunto quando estas divergem da opinião dominante na sociedade. Sendo a opinião pública comumente baseada no pensamento da maioria, a minoria tende a se calar²⁴.

A necessidade de manter uma boa reputação nas mídias sociais e se encaixar nos padrões comportamentais e opinativos da comunidade em que se está inserido também está diretamente relacionada ao conceito de capital social no contexto das conversações em rede, também explorado por Recuero:

[...] o capital social é pensado como constituído de recursos coletivamente construídos relacionados ao pertencimento da rede [...] fazer parte de uma rede social é relevante para um determinado ator porque este tem acesso a recursos construídos pelo grupo, como, por exemplo, informações que lhe sejam relevantes (que a rede faz circular), ou mesmo a apoio social ou acesso às normas que regem o grupo e as interações. (Recuero, 2014, p. 136)

Uma das principais formas de capital social cuja aquisição é mais almejada no universo das mídias sociais é a popularidade – e, conseqüentemente, a fama. Nesse universo, essa popularidade geralmente é adquirida por conta no número de seguidores e nível de audiência em determinada rede social, por exemplo. A conversação em rede acaba se tornando peça chave nesse processo, pois quanto mais pessoas têm acesso e concordam com as opiniões de determinado indivíduo, mais aumenta sua reputação, popularidade e visibilidade (Recuero, 2014).

Em suma, a conversação em rede, afinal, pode ser descrita como mais uma expansão tecnológica da necessidade – e do anseio – do ser humano em se comunicar, transmitir informação, opinião e até mesmo seu próprio valor como indivíduo na sociedade, bem como o receio e o medo de ser condenado por seus semelhantes pelo mesmo motivo.

²⁴ Disponível em: <https://www.politize.com.br/espiral-do-silencio/>. Acesso em setembro de 2023.

4 ANÁLISE DA REPERCUSSÃO DA CERIMÔNIA DO OSCAR 2023 NA REDE SOCIAL TWITTER

4.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os procedimentos metodológicos a serem utilizados neste trabalho partem dos conceitos propostos pela autora Laurence Bardin em 1977. Seu livro, *Análise de conteúdo*, foi concebido para ser um manual deste método de investigação, amplamente utilizado no estudo das comunicações de massa e auxiliar profissionais dessa área.

A análise de conteúdo é um *conjunto de técnicas de análise das comunicações*. Não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos; ou, com maior rigor, será um único instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações. (Bardin, 1977, p. 31)

Primeiramente, há de se descrever o objeto de análise, pois o tratamento descritivo é um dos primeiros constituintes do procedimento da análise (Bardin, 1977, p. 34). O objeto escolhido para ser analisado neste trabalho é a repercussão da cobertura da cerimônia do Oscar de 2023, premiação de prestígio anualmente grandes destaques na área do cinema. Criado em 1927, o Oscar teve sua primeira cerimônia em 1929, tendo sua origem graças à Academia de Artes e Ciências Cinematográficas, associação composta por grandes nomes do cinema americano com a finalidade de administrar a imagem de Hollywood e de toda a indústria cinematográfica lá baseada. A Academia também nasceu no ano de 1927, quando surgiram as primeiras ideias para criar uma premiação para os melhores filmes do ano. Em 2023, o Oscar chegou à sua 95ª edição.

A 95ª edição da cerimônia do Oscar ocorreu na noite do dia 12 de março de 2023, no Dolby Theatre, em Los Angeles – local onde a premiação acontece desde o ano de 2002. O apresentador desta edição foi o comediante Jimmy Kimmel, que já havia assumido o posto nas edições de 2017 e 2018²⁵. As categorias da premiação, neste ano, foram: Melhor Filme; Melhor Atriz; Melhor Ator; Melhor Atriz Coadjuvante; Melhor Ator Coadjuvante; Melhor Direção; Melhor Filme Internacional; Melhor Figurino; Melhor Trilha Sonora; Melhor Som, Melhor Canção Original; Melhor Roteiro

²⁵ Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/curiosidades/oscar.htm>. Acesso em setembro de 2023.

Adaptado; Melhor Roteiro Original; Melhor Animação; Melhor Curta de Animação; Melhor Curta-Metragem em Live-Action; Melhor Maquiagem e Penteados; Melhor Edição; Melhor Documentário; Melhor Documentário em Curta-Metragem; Melhores Efeitos Visuais, Melhor Fotografia; Melhor Design de Produção²⁶.

No Brasil, o canal de televisão a cabo TNT foi o responsável pela cobertura e transmissão da cerimônia do Oscar 2023, que também esteve disponível por meio da plataforma de *streaming* HBO Max. O evento começou às 20h (horário de Brasília) com o famigerado *red carpet* (tapete vermelho, em português), momento em que atores, atrizes, diretores e celebridades em geral vão chegando ao local de evento e desfilam em frente às câmeras, geralmente trajados em roupas de gala extremamente elegantes²⁷. A escolhida para liderar a transmissão e comentários da cerimônia foi a apresentadora Ana Furtado, acompanhada da atriz Camila Morgado e do comentarista Michel Arouca²⁸.

Até o momento, além da descrição, também foi realizada, naturalmente, a leitura flutuante do objeto a ser analisado. Trata-se da fase inicial que consiste em “estabelecer contato com os documentos a analisar e em conhecer o texto deixando-se invadir por impressões e orientações” (Bardin, 1977, p. 96). No contexto do presente trabalho, a análise flutuante realizou-se por meio do consumo prévio do conteúdo a ser analisado (no caso, a própria transmissão da cerimônia do Oscar, acompanhada ao vivo na data em que ocorreu) e de revisitações a este posteriormente à sua data por meio de conteúdo relativos a estes, como notícias, artigos jornalísticos, colunas, entre outros. Além disso, também foram observadas algumas das reações e comentários do público acerca dos acontecimentos da premiação.

A análise de conteúdo do objeto em questão propriamente dita se dará pelo método da categorização, também estabelecido por Bardin:

A *categorização* é uma operação de classificação de elementos construtivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o gênero (analogia), com os critérios previamente definidos. As

²⁶ Disponível em: <https://gshow.globo.com/tudo-mais/pop/noticia/oscar-2023-veja-a-lista-completa-dos-vencedores.ghtml>. Acesso em setembro de 2023.

²⁷ Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2023/03/oscar-2023-onde-assistir-e-horario-da-cerimonia-de-entrega-do-premio-streaming.ghtml>. Acesso em setembro de 2023.

²⁸ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/em-cartaz/de-ana-furtado-a-rubens-ewald-filho-a-dificil-tarefa-de-comentar-o-oscar>. Acesso em setembro de 2023.

categorias, são rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos (unidades de registo, no caso da análise de conteúdo) sob um título genérico, agrupamento esse efetuado em razão dos caracteres comuns destes elementos. (Bardin, 1977, p. 117)

Assim sendo, o objeto – a repercussão da cobertura da cerimônia do Oscar 2023 na rede social Twitter²⁹ – foi dividido, a fim de que se possa analisá-lo mais ricamente, nas seguintes categorias:

1 – Expectativas do público: o que o público vinha comentando e manifestando antes do Oscar, suas preferências e expectativas em relação à cerimônia em geral, e os motivos por trás de tais expectativas. A análise desta categoria se dará por meio do resgate de publicações de internautas do Twitter anteriores à decorrência da premiação.

2 – Apresentação: analisar as reações do público ao longo da cerimônia com relação às particularidades da cobertura do Oscar por parte da TNT (que também foi exibida na HBO Max): a apresentação, comentários, condução e outros aspectos da transmissão. Para esse fim, serão colhidos e analisados os comentários dos internautas no Twitter.

3 – Celebidades: analisar as celebridades como parte constituinte fundamental do espetáculo televisivo internacional que é o Oscar, o que as torna seres tão fantásticos aos olhos dos espectadores e como elas seduzem o público, e investigar o que as projeta nas ditas expectativas do público em vê-las brilhar no tapete vermelho³⁰. Serão analisadas as manifestações e comentários do público relacionados às celebridades na cerimônia na rede social.

5 – Moda: analisar a esfera da moda no contexto do Oscar e investigar o porquê de esta ser um dos aspectos mais marcantes e comentados da cerimônia: os *looks*, as tendências lançadas e o papel da moda na glamourização, capitalização e comoção

²⁹ Nota: atualmente, o Twitter se chama X, a renomeação da plataforma aconteceu em julho deste ano (disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/266726-fim-twitter-rede-social-muda-nome-chama-x.htm>) por obra do atual dono da empresa, Elon Musk. No entanto, como a mudança de nome se sucedeu após a cerimônia do Oscar, que ocorreu em março, para os fins deste trabalho a rede social será referida por seu antigo nome.

³⁰ Nota: na cerimônia do Oscar 2023, o tradicional tapete vermelho foi trocado por um tapete champagne, uma decisão criativa tomada devido ao fato de a chegada dos artistas começar ainda no fim do dia, e os responsáveis pelo evento queriam uma cor que “evoca o pôr do sol” (disponível em: <https://gq.globo.com/cultura/cinema/noticia/2023/03/oscar-2023-troca-cor-do-tapete-vermelho-para-champagne-entenda-a-mudanca.ghtml>). No entanto, para fins deste trabalho, devido à longa tradição do tapete propriamente vermelho que o Oscar tem, ele será referido em sua forma tradicional.

do público em torno do Oscar. Esta análise será feita por meio de uma leitura das reações de internautas especificamente em relação à questão da moda, a fim de observar suas opiniões acerca desta questão.

5 – Momentos de maior repercussão: observar os momentos da cerimônia do Oscar que geraram maior repercussão na mídia e que foram mais comentados pelo público. Além disso, analisar os motivos por trás da comoção da audiência em torno de tais momentos e por que eles mexem com as emoções das pessoas, colocando em evidência o caráter sedutor e emotivo de espetáculos televisivos como o Oscar. Essa análise será feita por meio da leitura dos comentários do público nas mídias, visando investigar o efeito que tais momentos provocaram nos espectadores e os porquês.

6 – Reações do público: essa categoria visa analisar as reações do público ao Oscar como um todo, especialmente aquelas posteriores ao evento, suas opiniões sobre os aspectos mais gerais do dito espetáculo televisivo. Esta categoria visa uma certa comparação com a categoria número 1, já que visa analisar se as expectativas pré-evento foram correspondidas, quais foram correspondidas e quais não, o que o público mais gostou, o que não gostou e os motivos de suas reações. Isso será feito analisando os comentários e reações do público referentes a todos esses aspectos nas redes sociais.

Apesar de haver centenas de milhares de comentários do público, para fins desta análise será feito um recorte menor de observação, com cada categoria não ultrapassando 20 *tweets*. Isso se deve ao fato de que há uma quantidade demasiadamente massiva de comentários sobre o tema no Twitter e, logo, à impossibilidade de abarcar todos neste trabalho.

Após a etapa da categorização, faz-se necessária a etapa da inferência, definida por Bardin (1977) como uma interpretação controlada dos fatos, sendo esta anterior aos resultados finais da análise. Uma das possibilidades da realização de inferência propostas pela autora é por meio da significação.

A passagem sistematizada pelo estudo formal do código, não é sempre indispensável. A análise de conteúdo, pode realizar-se a partir das significações que a mensagem fornece. [...] muitas vezes, os conteúdos encontrados encontram-se ligados a outra coisa, ou seja, aos códigos que contêm, suportam e estruturam esta significação (cf. supra), ou então, às significações segundas que estas significações primeiras escondem e que a análise, contudo, procura extrair: mitos, símbolos e valores, todos estes

sentidos segundos que se movem com descrição e experiência sob o sentido do primeiro. (Bardin, 1977, p. 135-136)

Nesse contexto, busca-se inferir o significado, o fenômeno comportamental do público em relação ao conteúdo, no caso, à cobertura da cerimônia do Oscar 2023. O foco está em observar o fascínio e a comoção das pessoas diante do espetáculo, das celebridades e da glamourização envolvida neste grande evento televisionado. Infere-se que a repercussão de diversos aspectos relacionados ao Oscar está intrinsecamente ligada às emoções dos espectadores, afinal, “nas comunicações humanas e, mais concretamente, nas percepções, o sujeito está condicionado por fatores de caráter cultural e emotivo dos quais não é consciente” (Ferrés, 1998, p.32).

Um dos possíveis motivos por trás desse fenômeno pode estar no caráter pseudo-religioso da sedução, conceito explorado por Joan Ferrés em seu livro *Televisão subliminar*. O autor aborda a experiência televisiva como algo que seduz o espectador, ligando-se às suas emoções, e compara tal experiência a algo religioso. O caráter religioso da veneração às celebridades consiste, em suma, em uma busca pela plenitude por aquilo que falta no próprio indivíduo (Ferrés, 1998). Nesse contexto, pode-se inferir que o público se comove com experiências tão sedutoras quanto o Oscar pois tudo o que ele representa – fama, glamour, espetáculo, perfeição – é algo geralmente distante da realidade da maioria de seus espectadores, que busca um certo “escapismo” nesse tipo de espetáculo, almejando através da tela da televisão uma realidade tão perfeita quanto distante.

No que se refere às celebridades, Ferrés também apresenta outros conceitos capazes de explicar o fascínio da audiência – como o efeito imitativo, ou mimetismo das celebridades, segundo o qual estas influenciam o comportamento das pessoas. O autor também especifica uma forma pela qual isto ocorre no caso de atores e atrizes, que são as grandes celebridades do Oscar:

Nas comunicações audiovisuais, produz-se, pois, um processo dialético pelo qual o ator ou a atriz contamina o personagem e ao mesmo tempo é contaminado por ele. São exemplos de associação ou transferência, que se completam quando tudo o que a estrela e o personagem representam é transferido para a própria vida do espectador. É que é um novo processo de transferência o que vai da associação da beleza física à beleza moral, de maneira que se acaba assumindo o que a estrela representa ética e ideologicamente a partir do que representa emocionalmente. (Ferrés, 1998, p. 125)

Nesse contexto, o que leva o público a torcer por um determinado ator ou atriz, ou até um filme, é o sentimento de associação a ideologias, ideais e até mesmo identificação proporcionado por uma obra ou um artista. Um exemplo disso é a questão da representatividade no cinema. A premiação do Oscar 2023, por exemplo, foi marcada vitórias do filme *Tudo em Todo Lugar ao Mesmo Tempo* em diversas categorias, incluindo Melhor Filme, Melhor Atriz e Melhor Ator Coadjuvante. Estes últimos dois prêmios foram entregues a, respectivamente, Michelle Yeoh e Ke Huy Quan, ambos atores asiáticos. Além deles, a premiação teve a indicação de Stephanie Hsu na categoria de Melhor Atriz Coadjuvante pelo mesmo filme e, na mesma categoria, a atriz Hong Chau, por sua performance no longa *A Baleia*. Isso consagrou a edição de 2023 como aquela com maior representatividade asiática na história da premiação.³¹

As inferências feitas representam, de certa forma, um ponto de partida e um norteador para a Análise de Conteúdo, afinal, nas palavras de Bardin, embora a análise constitua uma ferramenta para se investigar causas a partir de seus efeitos, ainda é possível e viável predizer os efeitos a partir de fatores conhecidos (1998).

³¹ Disponível em: <https://labnoticias.jor.br/2023/01/25/representatividade-no-oscar-2023-edicao-com-mais-asiaticos-entre-os-indicados/>. Acesso em outubro de 2023.

4.1.1 Expectativas do público

A primeira categoria de análise corresponde à observação das manifestações do público em relação à cerimônia do Oscar 2023 anteriores à decorrência da premiação. O propósito desta categoria é analisar o conteúdo dessas manifestações, ou seja: quais as expectativas que os internautas tinham em relação ao Oscar.

Grandes eventos como o Oscar, que envolvem uma alta gama de celebridades, glamourização e, conseqüentemente, repercussão, também costumam ter altas expectativas projetadas sobre eles. Neste caso, além de um evento glamourizado, trata-se também de um evento cultural – afinal, o Oscar é sobre o cinema, a sétima arte, é sobre premiar aqueles que se sobressaem nesse meio e são considerados os “melhores dos melhores”. No Oscar, quem elege os ditos “melhores” e decide quem vai levar a estatueta dourada são os membros da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas (AMPAS), ou, como é mais conhecida, a Academia. Por fim, por mais que os votantes especializados sejam os detentores das decisões da premiação, isso não impede que o público manifeste (por vezes fervorosamente) suas preferências de obras e artistas para ganhar os prêmios. Foram analisados 13 *tweets* nesta categoria, sendo as manifestações mais repetidas relacionadas a listas de favoritos (3 publicações), julgamentos acerca de se um filme específico merece ou não vencer (2 publicações) e torcidas a favor de atores específicos (4 publicações, 2 sobre Michelle Yeoh e 2 sobre Brendan Fraser).

Muitos internautas fizeram *tweets*³² listando seus atores, atrizes e filmes favoritos para ganhar cada categoria. Um usuário do Twitter, por exemplo, manifestou as preferências de *Pinóquio por Guillermo del Toro* como vencedor da categoria de Melhor Animação, *Avatar: O Caminho da Água* para Melhores Efeitos Visuais, Michelle Yeoh (pelo filme *Tudo em Todo Lugar ao Mesmo Tempo*) para Melhor Atriz e Brendan Fraser (pelo filme *A Baleia*) para Melhor Ator. Já outra internauta fez uma comparação entre sua preferência pessoal e o que ela acreditava vir a ser o filme vencedor, especificamente na categoria de Melhor Animação. Ela gostaria de ver o filme *Red: Crescer é uma Fera* como ganhador, por ser o primeiro filme da Pixar dirigido exclusivamente por uma mulher e por conta das temáticas abordadas no longa, mas que *Pinóquio* provavelmente levaria o prêmio. Outra internauta manifestou

³² Como são chamadas as publicações feitas no Twitter.

sua preferência pelos filmes *Batman* e *Pantera Negra: Wakanda para Sempre* e que esperava que os votantes da Academia reconhecessem o quanto os filmes mereciam vitórias na premiação. Além disso, uma usuária comentou, ironicamente, que em sua “opinião de crítica e cinéfila”, todos os prêmios da noite deveriam ir para *Tudo em todo Lugar ao Mesmo Tempo*, pois era o único filme indicado que ela havia assistido.

Conforme citado, algumas pessoas afirmaram suas torcidas de forma muito assertiva – e, de certa forma, fervorosa e um pouco agressiva. Esse tipo de linguagem de opinião é algo muito comum no Twitter, tida como uma rede social que abre muito espaço para a informalidade e liberdade de expressão.

No exemplo abaixo, uma usuária da rede manifesta sua torcida para a vitória de Michelle Yeoh na categoria de Melhor Atriz:

“se a diva michelle yeoh n ganhar o oscar sou capaz de arrancar meu dedo fora e enviar pra academia e mudar a vida deles pra sempre q nem o querido colm em banshees”

Ela expressa seu desejo de forma bem dramática, ainda que irônica – é de se imaginar que ela logicamente não fosse cortar o próprio dedo caso sua favorita não ganhasse o prêmio. A questão específica da ameaça de cortar o dedo é uma referência ao enredo de outro filme indicado ao Oscar 2023, *Os Banshees de Inisherin*, no qual o personagem Colm vai condicionalmente cortando os próprios dedos.³³

O mesmo entusiasmo é visto neste outro *tweet*, feito por um internauta que torcia para que Brendan Fraser levasse o prêmio de Melhor Ator:

“Domingo não me procurem, pois estarei ocupado entregando pessoalmente o Oscar de Melhor Ator para Brendan Fraser. Isso precisa acontecer ou eu não respondo por mim ☐”

Novamente se faz presente o uso do exagero, no qual o indivíduo expressa tão convicta e fervorosamente sua opinião e preferência que chega a dizer que vai entregar o prêmio ao ator pessoalmente (o que não é realista). Tanto neste caso como no do exemplo anterior, pode-se observar uma espécie de hipérbole – figura de

³³ Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/The_Banshees_of_Inisherin. Acesso em outubro de 2023.

linguagem caracterizada pelo exagero intencional de uma ideia.³⁴ Nesse contexto, a hipérbole se faria presente de forma mais presente do que na gramática tradicional (geralmente reconhecida por uma expressão específica), abrangendo todo um contexto do texto de um *tweet*. Mais uma vez, isso se encaixa no contexto e evidencia o ambiente fértil à linguagem coloquial e, neste caso, irônica, que é o Twitter.

Pode-se observar que o público já estava com expectativas bem definidas para a premiação, listando suas apostas e defendendo seus favoritos ferrenhamente nas redes sociais. Diante de um evento espetacularizado e midiaticamente grandioso como o Oscar 2023, é natural a grande expectativa, emoção e comoção de um público fã de cinema, de celebridades e de tudo o que esse universo envolve. A externalização dessas expectativas no Twitter, bem como das demais reações ao Oscar a serem analisadas nas categorias seguintes, se encaixam no já mencionado conceito de cultura da convergência de Henry Jenkins, na qual acontece a interação de mídias tradicionais e atuais – neste caso, a televisão e as redes sociais, respectivamente. Nesse mesmo espectro, é observável também a cultura participativa, também um conceito de Jenkins, na qual o público interage com conteúdos veiculados na mídia. No caso das reações ao Oscar, o público interage de forma ainda mais intertextual, reagindo ao conteúdo veiculado em uma mídia por meio de outra.

³⁴ Disponível em:

<https://www.significados.com.br/hiperbole/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20Hip%C3%A9rbole%3A,um%20exagero%20intencional%20na%20express%C3%A3o>. Acesso em outubro de 2023.

4.1.2 Apresentação

A segunda categoria de análise corresponde à observação dos comentários do público acerca da apresentação da cerimônia do Oscar 2023, realizada na televisão brasileira pelo canal TNT e transmitida simultaneamente na plataforma de *streaming* HBO Max. O objetivo desta categoria é analisar o conteúdo desses comentários e, por meio deles, quais as opiniões do público em relação à apresentação.

Por se tratar de uma cobertura jornalística, a apresentação é parte integrante e crucial da experiência do espectador ao acompanhar um evento do porte do Oscar. As narrações, comentários e conduta dos profissionais escolhidos para conduzir a cobertura gera um impacto na recepção do público – tanto para bem quanto para mal. Um dos assuntos referentes ao Oscar mais comentados no Twitter em território nacional foi referente à condução da cobertura por parte da TNT Brasil. A escolhida pela emissora para essa função foi a apresentadora Ana Furtado e, ao lado dela, a atriz Camila Morgado e o publicitário Michel Arouca. As reações do público em geral foram muito negativas em relação ao desempenho, desenvoltura e repertório de Ana, que de fato ocupava o posto de apresentadora principal da transmissão, enquanto seus dois colegas haviam sido escalados como comentaristas. Por outro lado, o público elogiou os comentários de Camila, cuja dinâmica com Furtado em frente às câmeras também foi bastante comentada. Nesta categoria foram analisados 18 *tweets*, sendo a maior quantidade entre as seis que foram definidas. Além disso, é categoria com a maior unanimidade em termos de comentários/opiniões, com um desgosto generalizado do público acerca da apresentação, e as principais menções sendo relacionadas à falta de conhecimento de Ana Furtado (5 publicações), a uma melhor performance de Camila Morgado (e um compadecimento do público para com ela) em relação à colega (5 publicações) e, principalmente, à dinâmica entre as duas durante a transmissão (9 publicações).

Grande parte das críticas direcionadas especificamente a Ana Furtado pelos internautas está ligada, como já mencionado, à falta de conhecimento e repertório cultural relacionado ao universo do cinema. As pessoas comentaram o desconhecimento dela em relação a muitas celebridades presentes no evento e também aos próprios filmes indicados. O aparente despreparo de Ana para comentar um grande evento cinematográfico fez com que a apresentadora fizesse comentários

visivelmente triviais e rasos e até mesmo cometesse gafes durante a transmissão – e tudo isso foi amplamente comentado pelos usuários do Twitter. Um deles enfatizou e debochou do seguinte comentário feito por Ana: “tanto filme legal, tanto ator, tanta atriz...”. Isso se deve ao fato de ela parecer mais uma pessoa leiga falando sobre o assunto, como alguém que comenta sobre o Oscar em uma roda de conversa informal, por exemplo – não como alguém que está protagonizando a cobertura jornalística da premiação e deveria possuir um entendimento aprofundado sobre o assunto. Além disso, outro internauta reagiu a uma grande gafe cometida pela apresentadora: ao comentar sobre a atriz Jamie Lee Curtis (que venceu a categoria Melhor Atriz Coadjuvante por *Tudo em Todo Lugar ao Mesmo Tempo*), Ana Furtado comentou que ela era a estrela da célebre franquia de terror *Pânico*. No entanto, essa afirmação é incorreta, já que Jamie é, na verdade, a protagonista de outra clássica saga desse gênero, *Halloween*. Diante desse cenário, alguns internautas também comentaram suas preferências alternativas de pessoas públicas que seriam mais entendidas do universo do cinema e, portanto, mais qualificadas para apresentar a cerimônia do Oscar do que Furtado. Uma das mais citadas foi Isabela Boscov, influenciadora digital e jornalista especializada em crítica cinematográfica.

Além disso, outro aspecto muito comentado da transmissão foi a dinâmica da atriz Camila Morgado, que participou como comentarista, com Ana. Ao contrário desta, o público teve uma reação mais positiva com relação a Camila, até mesmo se compadecendo dela por ter que dividir o palco da apresentação com Furtado, como mostra o seguinte comentário irônico feito por um internauta:

***“E a maior vencedora da noite foi Camila Morgado por não ter pulado no
pescoço da Ana Furtado #Oscars”***

Muitas pessoas chamaram a atenção para a contraposição entre Camila, que tinha mais pontos pertinentes a comentar sobre o Oscar e parecia deter um melhor conhecimento sobre as temáticas nele envolvidas, e Ana, que mostrou grande despreparo para conduzir a cobertura do evento e, além disso, cortou as falas de Camila diversas vezes e mostrou uma “falsa simpatia”, como comentou uma usuária do Twitter. Um exemplo muito comentado foram as interrupções que Camila sofreu ao tentar comentar sobre um ponto relevante relacionado às estatuetas do Oscar: vinte indicados da premiação receberam, além da estatueta de ouro tradicional, uma feita

de madeira no formato de Omama, uma divindade da cultura Yanomami. A iniciativa visava atrair os olhares e a conscientização para a crise humanitária vivida pelo povo indígena no Brasil em razão do garimpo ilegal.³⁵ Outro comentário relevante de Camila, sobre a falta de representatividade feminina na categoria de Melhor Direção do Oscar, foi ofuscado por Ana, que nesse mesmo momento fez uma brincadeira, na qual fingia dar uma bronca na estátua de tamanho gigante do estúdio em que estavam – cena que desagradou bastante os espectadores, que comentaram e fizeram piada com o ocorrido na rede. Estes também repercutiram o fato de que Camila parecia visivelmente descontente com a situação, julgando por algumas de suas expressões faciais, falas e também ações. Um exemplo disso foi quando a atriz, em determinado momento da transmissão, perguntou a Ana se seria cortada – como a apresentadora de fato fez com ela várias vezes – e quando Camila disse que não poderia participar do abraço coletivo com Ana pois estava amarrada em sua cadeira (provavelmente por estar usando uma lapela) e momentos depois levantou rápida e facilmente do assento, podendo ter mentido por não querer abraçar a colega de transmissão. Diante da situação, muitos internautas até mesmo se solidarizaram com Camila, se sentindo representados pelo sentimento da atriz em relação a Ana.

Alguns internautas também comentaram se sentir decepcionados com o fato de a TNT escalar novamente Ana Furtado como apresentadora de uma grande premiação internacional, na qual ela já havia tido uma performance decepcionante: ela apresentou o Grammy Awards, cerimônia que premia os melhores nomes da música internacional, em fevereiro. Na ocasião, ela errou o pronome ao se referir à cantora transgênero Kim Petras, chamando-a no masculino³⁶. A hipótese comentada por alguns internautas para a segunda chance dada a Ana após o ocorrido está em seus contatos, como sugeriu um usuário que disse que “ter Q.I (quem indica) e costas largas realmente move o mundo”. Ele estaria se referindo ao fato de Ana Furtado ser casada com José Bonifácio Brasil de Oliveira, mais conhecido como Boninho, considerado uma figura muito influente no cenário televisivo brasileiro. Isso a teria

³⁵ Disponível em: <https://g1.globo.com/rr/roraima/noticia/2023/03/11/indicados-ao-oscar-2023-recebem-estatueta-yanomami-como-alerta-para-perigos-da-extracao-ilegal-de-ouro.ghtml>. Acesso em outubro de 2023.

³⁶ Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/ana-furtado-erra-pronome-de-kim-petras-durante-cobertura-do-grammy-awards/>. Acesso em outubro de 2023.

ajudado a conseguir o posto de apresentadora do Oscar apesar de seus erros anteriores no Grammy.

No total, o saldo referente à opinião do público sobre a transmissão realizada pela TNT foi bastante negativo, principalmente com relação à performance da principal figura no comando da cobertura, Ana Furtado. Isso mostra uma visão crítica dos espectadores, que acreditam na importância de possuir experiência, talento e repertório para conduzir um evento como o Oscar.

4.1.3 Celebidades

A terceira categoria de análise corresponde à observação dos comentários do público acerca das celebridades que estavam presentes na cerimônia do Oscar, relacionados a diversos aspectos. O objetivo desta categoria é analisar o conteúdo desses comentários e, por meio deles, quais as opiniões do público em relação aos artistas presentes na premiação e de que forma eles são vistos pelas pessoas.

Um dos aspectos mais comentados de toda cerimônia do Oscar (bem como de outras grandes premiações de Hollywood, como o Globo de Ouro e o Grammy Awards, por exemplo) é aquele que envolve tudo relacionado às celebridades: suas condutas, comportamentos, aparências, as roupas que vestem (este tópico especificamente será abordado na próxima categoria de análise), entre outros. Ao todo, foram analisados 16 *tweets* para esta categoria, sendo os mais repetidos aqueles relacionados a algumas celebridades especificamente, sendo elas: Michelle Yeoh (5 publicações), Rihanna (2 publicações) e Pedro Pascal (3 publicações).

As publicações sobre Michelle exaltaram a atriz principalmente por sua performance em *Tudo em Todo Lugar ao Mesmo Tempo* e por seu merecimento pela vitória na categoria de Melhor Atriz por sua atuação no longa. Uma das postagens foi de Dora Figueiredo, uma influenciadora digital brasileira que estava no evento, filmando sua reação no momento em que anunciam a vitória de Yeoh – reação visivelmente histórica e descrita por ela mesma como “sem compostura”. Este é um caso interessante pois mostra que Dora, mesmo sendo também celebridade (não tão conhecida, mas ainda assim uma celebridade), naquele momento se portou e se identificou na condição de fã, como tantos outros cidadãos anônimos que estavam assistindo a cerimônia de suas casas pela televisão. Outro internauta também exaltou o merecimento do prêmio pela atriz, não apenas por sua atuação, mas também por toda a sua incrível carreira e por ser uma inspiração em Hollywood. Ela recebeu elogios até de quem não é entusiasta do Oscar, como é o caso da internauta que fez o seguinte post:

“Milanos que não ligo pra Oscar, esse não tá diferente. Porém queria dizer que Michelle Yeoh pode até não ganhar o prêmio mas já é a dona do meu coração



As interações de Michelle com outras celebridades também foram positivamente comentadas pelos usuários do Twitter, como o momento em que ela encontra sua colega de elenco em *Tudo em Todo Lugar ao Mesmo Tempo*, a atriz Stephanie Hsu, que interpreta sua filha no filme. Outra internauta chamou a atenção para o simbolismo e representatividade do momento em que Yeoh dividiu o palco do Dolby Theatre com Halle Berry, já que Halle havia sido a primeira mulher negra a ganhar um Oscar de Melhor Atriz e, agora, recebia no palco Michelle, a primeira mulher asiática a vencer na mesma categoria.

Outra celebridade que chamou muito a atenção dos espectadores, principalmente por sua beleza e talento no palco, foi a cantora Rihanna. Ela se apresentou durante a cerimônia cantando sua música *Lift me Up*, composta para ser a canção tema do filme *Pantera Negra: Wakanda Para Sempre*. O longa estava concorrendo às estatuetas nas categorias Melhor Canção Original (pela música de Rihanna), Melhor Maquiagem e Cabelo e Melhores Efeitos Visuais. Um usuário do Twitter se referiu à artista como sendo “a dona do Oscar”, naturalmente tecendo um elogio à sua performance no palco. Outro internauta disse que Rihanna era “a gravidinha mais linda do mundo” na premiação (na época, a cantora estava na reta final de sua gestação) e disse também ter orgulho de ser fã dela.

Além delas, a presença do ator Pedro Pascal também foi alvo de comentários pelos usuários na rede. Um destes falava do “cabelo *baby chicken*” (pintinho, em português), fazendo alusão à similaridade do penteado de Pedro com as penas desgrenhadas de uma ave recém-nascida. Outro comentou sobre a pose que Pascal fez em frente às câmeras, que foi apenas um sorriso e uma das mãos fazendo um número dois – dando destaque para a simplicidade demonstrada pelo ator, em contraposição aos ângulos mais glamourosos posados pelas celebridades em geral em eventos como este. Outra internauta aproveitou para fazer humor com a presença de Pedro Pascal no Oscar, no seguinte *tweet*:

“gente como assim ele vai estar no oscar e no último capítulo de *the last of us* ao mesmo tempo”

A piada se refere ao fato do ator interpretar o protagonista Joel na série *The Last of Us*, baseada no jogo de *videogame* homônimo, cujos episódios semanais iam ao ar todo domingo à noite – sendo que o último episódio da temporada estreou na

noite da cerimônia do Oscar. Tanto a premiação quanto a série foram ao ar por meio da mesma plataforma, a HBO Max.

Outras aparições famosas na cerimônia também foram exaltadas e elogiadas pelos internautas, como Monica Barbaro, Michael B. Jordan, Andrew Garfield e Brendan Fraser, que foram elogiados por sua beleza e talento, por exemplo. No entanto, isso não foi o caso para todas as celebridades presentes no evento. Uma internauta comentou achar feio o visual de “careca barbudo” do ator John Travolta. Outra usuária da rede disse que, no momento em que Lady Gaga apareceu em tela, sua irmã disse que a cantora parecia estar “com uma cara de quem engoliu calça jeans molhada” – o que seria, naturalmente, uma comparação negativa.

Em geral, os comentários e opiniões do público acerca das celebridades foram tanto positivas quanto negativas – algumas mais elogiadas do que outras, naturalmente. No entanto, uma constante em grande parte das publicações analisadas, principalmente as mais elogiosas e as mais críticas, é a sede que o público tem por opinar e até mesmo julgar as celebridades, principalmente pela aparência e pela forma como se portam diante de um contexto tão grandioso como o Oscar. Tais observações vão de encontro aos já mencionados conceitos teóricos de Guy Debord e Joan Ferrés, que descrevem as celebridades como uma representação espetacularizada do ser humano, como um escapismo para a vida que os cidadãos anônimos almejam ter – e como se aproximam dela através da televisão, que serve como uma vitrine de famosos.

4.1.4 Moda

A quarta categoria de análise corresponde à observação dos comentários do público acerca de todo o contexto relacionado à moda presentes na cerimônia do Oscar: os *looks* das celebridades, a glamourização, as tendências e estilos. O objetivo desta categoria é analisar o conteúdo desses comentários e, por meio deles, quais as opiniões do público em relação a essas questões.

Juntamente com as celebridades, a moda é um dos elementos mais fortes visual e emotivamente quando se trata do Oscar. Geralmente vestidas por marcas famosas e de alto padrão, os artistas desfilam pelo tapete vermelho trajando ternos finos – no caso dos homens, enquanto as mulheres usam vestidos deslumbrantes e glamourosos. Tudo isso em frente às câmeras tanto de jornalistas e repórteres que registram o evento, quanto das emissoras de televisão que filmam e transmitem tudo ao vivo para as casas dos espectadores, promovendo um espetáculo de proporções gigantescas digno das teorias cunhadas por Debord. O poder apelativo da moda, o que a torna tão importante no contexto de um evento espetacular como o Oscar, está na sua capacidade de transmitir ideias, identidades e até mesmo conceitos. Toda a moda envolvida na premiação, o vestuário utilizado pelos artistas, escancara na tela da televisão toda a atmosfera de luxo, exclusividade e glamour presente ano após ano nas cerimônias do Oscar – atmosfera esta que geralmente se encontra distante dos reais espectadores, cidadãos comuns. E, como qualquer coisa o deslumbra ou fascina, o que definitivamente inclui o universo hollywoodiano, o público é tomado pela gana de tecer suas opiniões e comentários acerca do contexto da moda presente na premiação. Para esta categoria, foram analisados 12 *tweets*, sendo os mais repetidos aqueles que foram elogiosos aos *looks* de celebridades específicas (5 publicações), entre elas Cara Delevigne, Pedro Pascal, Ariana DeBose e Jessica Chastain.

O vestido vermelho de Cara Delevigne foi muito elogiado no Twitter, descrito por uma internauta como o seu favorito entre os vestidos fabulosos da premiação. Outra usuária da rede também elogiou a cor escarlata do traje e a entrega do *look* da atriz. Houve ainda uma espectadora que compartilhou, em imagens, alguns visuais de artistas que descreveu como as principais tendências da premiação – entre eles o de Delevigne. Os *looks* descritos nesta publicação tinham uma coisa em comum: todos eram vermelhos. A comoção em torno dessa cor pode ser explicada pela psicologia

das cores, segundo a qual cada cor tem um efeito emocional diferente, causando determinadas sensações nas pessoas e transmitindo certas ideias. O vermelho transmite, entre outras, a ideia de poder, atenção e entusiasmo³⁷ – provocando nas pessoas justamente a sensação de fascínio em relação à atmosfera de luxo e mesmo de poder aquisitivo que o tapete (novamente) vermelho do Oscar exala. No entanto, essa não foi a única cor elogiada pelos internautas. Uma espectadora comentou que a atriz Ariana DeBose estava linda em seu vestido branco e que este era um dos mais bonitos do Oscar. O branco, de acordo com a psicologia das cores, também transmite sensações compatíveis com a atmosfera do Oscar, como a ideia de status e minimalismo – o que reflete uma certa elegância. Outra atriz que foi descrita como tendo “entregado tudo” por um internauta no tapete vermelho foi Jessica Chastain, que usou um vestido brilhante em um tom de cinza/prata – na psicologia das cores, o cinza é descrito como uma cor transmissora de elegância e sofisticação. Além delas, também foi elogiado na rede o *look* do ator Pedro Pascal, que, segundo o internauta que fez a publicação, já havia sido utilizado por Hugh Jackman no Met Gala 2022, evento no qual celebridades exibem seus vestuários extremamente luxuosos. O *look* utilizado por Pascal no Oscar era em sua maioria preto, cor que, segundo a psicologia, pode remeter à ideia de nobreza, superioridade, poder e formalidade – ou seja, tudo a ver com o Oscar. Houve ainda uma comparação, feita por uma internauta, das tendências dos *looks* femininos em geral do Oscar 2023 com o vestido branco e repleto de brilho utilizado pela atriz Sônia Braga na cerimônia de 1987. Já outra usuária comentou estar empolgada para ver os vestidos, estilos, maquiagens, culturas e países – colocando em evidência, mais uma vez, como o público gosta de ver diversidade e representatividade no contexto do Oscar.

No entanto, nem todas as manifestações em relação à moda do Oscar 2023 foram positivas. Ao compartilhar no Twitter uma imagem do *look* da atriz Florence Pugh, que utilizava um vestido branco mais aberto com uma saia curta preta por baixo, uma internauta teceu o seguinte comentário sobre o visual da artista:

“O meme da garotinha de pijama JULGANDO os looks do Oscar 2023... Eu estava assim ontem. O mais feio que eu achei foi este. A mulher é linda, MAS

³⁷ Disponível em: <https://blog.xeducacao.com.br/psicologia-das-cores/>. Acesso em novembro de 2023.

parece que colocaram nela um short preto de cintura alta(p/ malhar) e amarraram um lençol amarrotado na guria. #Oscar2023 #Oscar”

O meme referido pela usuária também foi encontrado em outro *tweet*, no qual o internauta dizia falar mal dos *looks* do Oscar na internet enquanto estava utilizando pijamas – o que, teoricamente, faria com que ela não tivesse “calibre” para julgar o vestuário chique de uma celebridade. Outra usuária se referiu ao momento do tapete vermelho como “chato”, dizendo que os *looks* do Oscar 2023 estavam “sem graça” e que não havia bonitos nem feios. E, em contraponto aos comentários e piadas pejorativas, um internauta mostrou seu posicionamento:

“eu tô velho e chato ou as piadinhas com looks do oscar simplesmente cansaram? Tamanho 2023, pra mim já deu”

Para ele, já não é mais de bom tom, em pleno 2023, fazer piadas com as vestimentas das celebridades no Oscar. Em meio à quantidade de comentários e opiniões, tanto positivos quanto negativos, sobre essa temática, prevalece a noção da vontade constante do público de observar e palpitar a respeito de fenômenos de caráter espetacularizado como o Oscar. O universo das celebridades, do cinema e do glamour parece ser um terreno particularmente fértil para seu fascínio e entusiasmo – e também para suas críticas e elogios, já que, para estes espectadores, assistir e comentar tanto sobre uma realidade tão distante deles tende a aproximá-los um pouco mais dela.

4.1.5 Momentos de maior repercussão

A quinta categoria de análise corresponde à observação dos comentários do público acerca de momentos-chave da cerimônia do Oscar – isto é, momentos marcantes que repercutiram de forma massiva na mídia, sendo muito comentados pelos internautas. O objetivo desta categoria é analisar o conteúdo desses comentários e, por meio deles, observar quais foram esses momentos e as possíveis razões para eles mexerem tanto com as emoções do público.

O Oscar é, acima de tudo, um evento que celebra a arte – a sétima arte. Trata-se de uma noite anual em que atores, diretores, produtores e artistas dos mais diversos ramos se reúnem para eleger e celebrar os destaques de uma indústria que já possui tantas décadas de história. No entanto, essa história não é feita apenas pelos artistas que trabalham para construí-la, mas também daqueles que a alimentam com sua audiência, seja ela constituída de aplausos ou críticas: o público. Os espectadores admiram, assistem e acompanham os filmes e as celebridades, tendo estes até mesmo como marcantes de suas trajetórias e fases de suas vidas – logo, eles também fazem parte, à sua maneira, desta grande comemoração do cinema. Cada cerimônia do Oscar é única, com seus momentos que ficam marcados na memória do público e que viralizam na mídia – e, com a edição de 2023, não foi diferente. Nesta categoria, foram analisados 12 *tweets*, sendo os momentos apontados com mais frequência: a aparição de um indivíduo fantasiado de urso no palco (2 publicações), a emoção de John Travolta e Lenny Kravitz durante o momento *in memoriam* da premiação (4 publicações), o abraço entre os atores Harrison Ford e Ke Huy Quan (2 publicações), e a performance musical de Lady Gaga no palco (2 publicações).

Um internauta achou graça do momento em que uma pessoa fantasiada de urso entra o palco, sendo este um dos momentos mais inusitados da cerimônia. Tratava-se de uma referência ao filme *O Urso do Pó Branco*, que estava para ser lançado quase três semanas após o Oscar. Outra espectadora fez uma piada perguntando, em um *tweet*, se aquele urso “era o mesmo ator do filme do DiCaprio”, fazendo uma referência ao filme *O Regresso*, no qual o personagem interpretado por Leonardo DiCaprio é atacado por um urso.

Outro momento marcante – e muito emocionante – da noite foi o tributo *in memoriam*, no qual foram homenageados nomes da indústria cinematográfica que

faleceram no último ano. O que mais chamou a atenção dos espectadores foi o momento em que o ator John Travolta se emociona ao falar de Olivia Newton-John, sua parceira de elenco no filme *Grease: Nos Tempos da Brihantina* que faleceu em 2022. Uma internauta comentou que o momento em que o ator “perde tudo” (expressão que significa ficar muito comovido com algo) ao anunciar o tributo fez com que ela “perdesse tudo” assistindo de casa também. Outro espectador falou não apenas de John Travolta, mas também da performance musical do cantor Lenny Kravitz durante a homenagem:

“John Travolta emocionado, Lenny Kravitz emocionante e a gente descobrindo (ou relembrando) de alguns ícones que se foram. #oscar2023”

Os espectadores também ficaram muito comovidos com o abraço entre os atores Harrison Ford e Ke Huy Quan. Os dois já se conheciam há tempos, pois haviam atuado juntos no filme *Indiana Jones e o Templo da Perdição*, quando Quan ainda era criança. Ford foi incumbido de entregar a estatueta de Melhor Filme e, quando *Tudo em Todo Lugar ao Mesmo Tempo* foi anunciado como vencedor, Ke Huy Quan subiu ao palco e abraçou o ex-colega de cena. Um usuário do Twitter disse (ironicamente) que iria chorar até o dia seguinte, e que se Steven Spielberg – diretor de *Indiana Jones* – havia chorado, ele também podia. Outro internauta também manifestou sua comoção, fazendo referência inclusive aos respectivos personagens de Ford e Quan:

“E após quarenta anos o velho Dr. Jones abraça o pequeno Short Round! Ou se vocês preferirem: os atores Ke Huy Quan e Harrison Ford se cumprimentam de forma efusiva no Oscar 2023! Impossível não ficar comovido com esta cena!”

A cantora Lady Gaga também foi o centro das atenções dos internautas durante o Oscar – mais especificamente, durante a apresentação de sua música “Hold my Hand”, tema do filme *Top Gun: Maverick*, que concorria nas categorias de Melhor Canção Original, Melhor Filme, Melhor Som (da qual saiu vencedor), Melhor Roteiro Adaptado, Melhor Edição e Melhores Efeitos Visuais. O que chamou a atenção foi que Gaga subiu ao palco com um visual bem distante de todo o glamour que ela – bem como várias outras celebridades – havia exibido mais cedo no tapete do Oscar: a cantora se apresentou sem maquiagem e vestindo camiseta, calça jeans e tênis. Uma publicação descreveu à performance da artista como “sem glamour, mas com uma

voz única e aplaudida de pé por todos”. Outro internauta disse que Lady Gaga foi fazer história no palco do Oscar.

Houve ainda outros momentos do Oscar que chamaram a atenção de alguns espectadores, tanto de forma positiva quanto negativa. Um usuário da rede se manifestou sobre o momento em que o apresentador da cerimônia, o comediante Jimmy Kimmel, trouxe um burro para o palco, em homenagem a um dos filmes mais indicados na premiação de 2023, *Os Banshees de Inisherin*. O internauta se mostrou bastante indignado com o ocorrido:

“Lamentável que o Oscar 2023 se preste ao papel de colocar um burro no palco da cerimônia. A Declaração de Cambridge, que comprova a senciência dos animais não humanos, é de 2012. Mais de uma década atrás. E a maior premiação cinematográfica do mundo esbanja especismo ainda hoje”

Já outros momentos célebres, relacionados à entrega dos prêmios, foram elogiados pelos internautas. Uma espectadora comentou, por exemplo, sobre a vitória do filme *Pinóquio por Guillermo del Toro* na categoria de Melhor Animação e elogiou o discurso do cineasta no palco, no qual ele falou sobre a importância da animação para o cinema. Já outra usuária do Twitter chamou e exaltou o discurso anti-etarismo de Michelle Yeoh, que ganhou a estatueta de Melhor Atriz. Ao receber no prêmio no palco, a atriz, que tem 61 anos, disse as seguintes palavras: “Meninas, não deixem que ninguém diga para vocês que já passaram da idade!”. Outro internauta fez uma publicação elencando seus cinco momentos favoritos do Oscar 2023, sendo eles: o já mencionado tributo *in memoriam* com John Travolta e Lenny Kravitz; a vitória da roteirista Sarah Polley na categoria Melhor Roteiro Adaptado, pelo filme *Entre Mulheres*; a apresentação e vitória da música “Naatu Naatu” como Melhor Canção Original pelo filme *RRR*; o retorno de Brendan Fraser ao cinema e sua vitória como Melhor Ator pelo filme *A Baleia*; e o discurso de Ke Huy Quan após sua vitória como Melhor Ator Coadjuvante.

Ao observar os momentos do Oscar que foram mais comentados pelos internautas, é possível compreender a principal razão pela qual muitos deles se tornaram memoráveis aos olhos dos espectadores: pela questão emocional. Alguns deles mexem com a memória afetiva de muitas pessoas, outros promovem um senso de identificação e inspiração – o que é uma das razões para algumas celebridades

serem tão admiradas. Neste caso é observável o fenômeno da socialização emotiva, já descrito por Joan Ferrés, no qual os conteúdos absorvidos pelos espectadores se conectam tanto com seus sentimentos e emoções como com questões ideológicas e éticas, unindo da televisão o entretenimento e a reflexão. Os momentos da premiação descritos nesta categoria estão entre os aspectos que tornam o Oscar o evento grandioso, espetacular e emocionalmente apelativo que é hoje – e que já vem sendo por gerações.

4.1.6 Reações do público

A sexta e última categoria de análise corresponde à observação das manifestações do público em relação à cerimônia do Oscar 2023 posteriores à decorrência da premiação. O propósito desta categoria é analisar o conteúdo dessas manifestações, e observar o que o público gostou e o que não gostou na cerimônia e quais as impressões dos espectadores sobre ela.

Como já mencionado, um evento tão espetacular e com um alcance tão abrangente quanto o Oscar é carregado de expectativas por parte do público, que possui seus favoritos a vencerem os prêmios e fica ansioso para ver como tudo se desenrolará na grande noite hollywoodiana. Durante as horas em que se sucedeu a cerimônia, as pessoas reagiram e comentaram na rede as vitórias e outros acontecimentos da premiação. E então, após o Oscar 2023 chegar ao seu fim, chegam ao *feed* do Twitter os pareceres e reações posteriores do público ao evento como um todo: expectativas frustradas, expectativas atendidas, opiniões sobre a cerimônia em geral – que é o que será investigado agora. Foram analisados 12 *tweets* nesta categoria, sendo esta a que, entre todas as seis, possui a maior distinção e diversidade entre os comentários dos internautas.

Uma das opiniões vistas mais uma vez em meio a esta categoria foi a aclamação do filme *Tudo em Todo Lugar ao Mesmo Tempo*, o grande vencedor da noite com sete estatuetas. Um internauta descreveu o longa como sendo merecedor de todas, sendo criativo, divertido, insano e se conectando com o público, tornando-se um sucesso. Além disso, elogiou a atriz Michelle Yeoh, dizendo que ela está em seu melhor momento. Outro espectador, que também adorou o filme, fez um comentário ácido em relação às pessoas que não gostaram do filme:

“o bom de ser uma pessoa muito rancorosa e mesquinha é que a felicidade por ver everything everywhere all at once tão aclamado é multiplicada 100 vezes quando vejo as pessoas mais chatas da terra reclamando disso. podem chorar mas esses 7 oscars vão constar no imdb pra SEMPRE ❤️”

Muitas pessoas também fizeram seus balanços com relação aos filmes que venceram, os que foram esnobados, os que, de acordo com elas, mereciam vencer ou não. Um internauta disse estar feliz com as diversas vitórias de *Tudo em Todo*

Lugar ao Mesmo Tempo e do retorno de Brendan Fraser aos holofotes, além de mencionar o filme *Nada de Novo no Front* e o fato de o filme *Elvis* ter sido esquecido, não levando nenhum prêmio a que foi indicado. Uma usuária da rede também comentou sobre o esquecimento de *Elvis* e de outro longa que também não levou nenhum prêmio, apesar de ela achar muito bom: *Os Banshees de Inisherin*. Em seu balanço, ela também disse ter ficado “com o coração quentinho” com a vitória de *Pinóquio* como Melhor Animação. Além dela, outra internauta fez uma publicação se mostrando muito desapontada pela falta de vitórias de *Os Banshees de Inisherin*. Outra internauta fez uma postagem irônica, se referindo a (quase) todos os quatro atores vencedores do Oscar 2023 como “merecedores, todos uns queridos e fofos”, postando uma foto de Ke Huy Quan, Michelle Yeoh, Brendan Fraser e Jamie Lee Curtis – porém com um emoji cobrindo o rosto de Jamie, mostrando o descontentamento com a vitória da atriz.

Em meio a tantas opiniões sobre merecimento ou não de determinadas obras, gosto ou desgosto por determinados filmes, uma usuária fez um comentário sobre a relativização da experiência cinematográfica, alegando como o aspecto da emoção envolvido nesse universo impacta a percepção das pessoas:

“Essa história de prêmio, Oscar, etc só comprova como é sempre difícil escolher os parâmetros da boa ficção. Não é tão simples quanto eleger matematicamente o melhor trabalho. A arte depende dos corações onde aterrissa. Não é a mesma experiência para todo mundo (e isso é lindo)”

Parte do público também teceu comentários acerca do Oscar como engrenagem da indústria cinematográfica, problematizando algumas questões. Um espectador disse que a premiação tem muito a avançar em literalmente todas as pautas (apesar de não dar exemplos destas). Outra internauta comentou sobre como, apesar de achar lindo ver os ganhadores se emocionando ao receber os prêmios, a indústria do entretenimento também pode ser bem cruel com os artistas, elevando-os diante dos holofotes e, quando não os “quer” mais, os “joga para o canto”. Esse tipo de fenômeno foi referenciado por outro usuário, ao exaltar a vitória de Michelle Yeoh, Brendan Fraser e Ke Huy Quan, nomes há algum tempo “sumidos” em Hollywood:

“Seria muito legal ver titãs de Hollywood, como Cate Blanchett e Steven Spielberg, ganhando novamente um Oscar.

Mas é MUITO mais legal ver gente esquecida pela máquina da indústria, como Brendan Fraser, Michelle Yeoh e Ke Huy Quan, tendo seu merecido momento de brilhar.♥🔥"

Houve ainda mais elogios à grande noite do cinema: contrapondo algumas críticas do público geral ao Oscar, uma usuária do Twitter comentou que a edição de 2023 foi a melhor de todos os tempos, mas que as outras pessoas não estariam preparadas para essa conversa. Além disso, outra usuária comentou adorar justamente o estado em que fica a própria rede social durante a época do Oscar, citando acontecimentos como: pessoas comemorando as vitórias de seus favoritos, se degladiando e discutindo na rede, fazendo piadas com os filmes e atores que não mereciam ter ganhado e lembrando o Oscar de 1999, no qual Fernanda Montenegro perdeu o prêmio de Melhor Atriz para Gwyneth Paltrow.

Em relação às expectativas estabelecidas pelo público – e algumas analisadas na primeira categoria – algumas foram atendidas e outras não, naturalmente. As torcidas para determinados filmes e atores se frustraram, enquanto outras saíram vitoriosas. Alguns favoritos foram esnobados, como *Banshees* e *Elvis*, enquanto outros, como *Tudo em Todo Lugar ao Mesmo Tempo*, se consagraram mais ainda como vencedores do prêmio mais importante do cinema. No entanto, para além das reclamações e celebrações, os internautas também trouxeram reflexões pertinentes acerca do que viu em tela, sobre a indústria hollywoodiana e sobre como ela lida com suas obras, artistas e público – mostrando que, em meio ao fascínio pelo espetáculo, a razão pode caminhar lado a lado com a emoção.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final deste trabalho, pode-se tecer algumas considerações, muitas delas indo ao encontro ao que se havia estabelecido anteriormente à execução da análise. Em especial, é perceptível, após observar a repercussão da cerimônia do Oscar 2023 no Twitter, que a televisão segue mantendo sua relevância na atualidade, mesmo com tantas novas mídias em evidência. E, tendo essa grande relevância, ela deve se ater àquilo a que sua função – e também das outras mídias – é principalmente destinada: comunicar para o público.

Além de muitas outras coisas, a televisão é como uma grande vitrine para celebridades, comportamentos, estilos de vida e tudo aquilo que as pessoas adoram observar e almejar. No entanto, essa característica também é observada em outro tipo de mídia bastante atual – e que também é parte fundamental do objeto analisado: as redes sociais. A diferença destas para a televisão, no entanto, é que elas são uma mídia “de mão dupla” no que se refere à atividade do público, diferente da TV, que seria “de mão única”. Isto significa que, enquanto a televisão apenas entrega conteúdo para o consumo da audiência, as mídias sociais permitem não apenas que seus usuários consumam conteúdo como também interajam com ele e até mesmo produzam seus próprios conteúdos, tornando-se participantes mais ativos no fenômeno da comunicação (como já explicitado no terceiro capítulo). No entanto, ao mesmo tempo em que contribuem para uma comunicação mais “democrática”, as novas mídias também corroboram com a ideia de “vitrine” já estabelecida pela televisão, reforçando e até mesmo expandindo a idealização e anseio de seu público pela vida perfeita. Além disso, também promovem, justamente graças às suas já mencionadas possibilidades interativas, uma maior expressividade dos usuários – tanto para bem como para mal: as mídias sociais são terreno fértil para usuários destilarem discursos e opiniões negativas, que podem afetar diretamente outros usuários e gerar discussões e debates nem sempre saudáveis.

Na repercussão do Oscar, analisada neste trabalho, ocorre a união do consumo observacional do público da cerimônia pela televisão, porém, com a possibilidade de reagir, comentar e repercutir os acontecimentos, tanto em tempo real, durante a premiação, como posteriormente. Todas as publicações analisadas sobre o Oscar no Twitter, que foi a rede escolhida para ser parte desta análise, mostra um dos principais

méritos deste novo tipo de mídia: dar voz às pessoas. Elas eram consumidoras passivas e se tornaram consumidoras ativas, e mais do que isso, opinativas. No entanto, isso também mostra o quanto a televisão, mesmo passando por reformulações, recebendo novos formatos (como mencionado no segundo capítulo) e dividindo espaço com as novas mídias, se mantém relevante e presente na vida do público, que continua consumindo seus novos formatos e se deixando levar pelos mesmos efeitos emocionais que os consumidores de gerações anteriores.

Tudo isso é facilmente observável ao longo das seis categorias estabelecidas para a análise. Na primeira, referente às expectativas do público no período anterior à veiculação da cerimônia do Oscar, as pessoas compartilhavam toda a sua euforia e empolgação para o Oscar antes mesmo do evento acontecer. A cultura participativa e da conexão (Jenkins, 2009) se faz muito presente nessa categoria e também nas seguintes.

Na segunda categoria, onde são analisadas as reações à cobertura do Oscar 2023 feita pela TNT Brasil, as pessoas expressaram abertamente suas opiniões – unanimemente negativas – a respeito da forma como Ana Furtado conduziu a apresentação. Em muitas publicações foram utilizados memes e até mesmo de gravações da tela da televisão feitas pelos internautas com o celular – o que é mais um indicativo da intertextualidade entre as mídias, não apenas entre Twitter e TV, mas também dentro da própria rede social. A intersecção e cooperação entre mídias expande cada vez mais o potencial de comunicação e expressão das pessoas.

Já na terceira categoria, referente às celebridades, fica em evidência, além da questão midiática/comunicacional, a questão emocional/psicológica. As celebridades, ou “vedetes do espetáculo” segundo Debord (1997), são a materialização dos sonhos e aspirações das pessoas comuns, um modelo aperfeiçoado destas. O público venera os famosos por diversas questões, sendo algumas delas observadas no caso do Oscar 2023: o senso de identificação, a representatividade, a beleza, o talento. Nas mídias sociais, os espectadores encontram uma forma de manifestar toda essa admiração por suas celebridades favoritas.

Algo muito semelhante acontece na quarta categoria de análise: a moda. Parte importantíssima do Oscar, o vestuário utilizado pelas celebridades também é um aspecto que costuma receber bastante atenção, tanto da mídia quanto do público. A

moda é uma mensageira, uma transmissora de ideias – e, no Oscar, sua missão é passar a ideia de glamour e elegância. Apesar de críticas ao *look* de um ou outro famoso, em geral as pessoas acham sensacionais as vestimentas usadas pelas celebridades no Oscar, tecendo a elas os mais calorosos e enfáticos elogios como se fossem divindades. Isso faz ainda mais sentido no contexto atual de culto às aparências, da qual as celebridades são modelos (idealizados) constantes para seu público.

A quinta categoria analisa as reações dos internautas aos momentos mais marcantes do Oscar 2023 – ou seja, aqueles que foram comentados com maior frequência por estes. Neste contexto, a questão da televisão como agente da emoção do público atinge seu auge: os momentos mais “preciosos”, por assim dizer, para os espectadores, mexem com seu emocional: memória afetiva e identificação foram os principais vetores da comoção do público, além da questão reflexiva e ideológica acerca de certos momentos da premiação.

Por fim, a sexta categoria explora as reações posteriores do público à cerimônia do Oscar 2023, com os internautas compartilhando em rede seus vereditos pessoais em relação à premiação. Nesta categoria, além da questão emocional – em relação às expectativas correspondidas e às frustradas, por exemplo – prevaleceram também reações mais racionais e reflexivas, referentes ao funcionamento e aspectos da indústria do entretenimento. Além disso, observou-se reflexões dos internautas com relação à própria experiência cinematográfica em si e como ela afeta emocionalmente cada indivíduo de maneira distinta, e também sobre como as pessoas agem no próprio ambiente das mídias sociais durante o Oscar – ambos temas explorados neste trabalho.

O grande e principal fenômeno comunicacional observado ao realizar a análise da repercussão da cerimônia do Oscar 2023 na rede social Twitter é a emoção, fascínio e reação do público a um evento tão grandioso e de caráter espetacular. A questão emocional – por vezes com os próprios espectadores tendo consciência disso – tem papel fundamental neste fenômeno, mas como o lado racional do público também o leva a levantar questões social e ideologicamente pertinentes com relação à cerimônia. Isso mostra como todo o universo relacionado ao Oscar – o cinema, a arte, a televisão – podem e devem servir não apenas como uma vitrine de

celebridades e glamour, mas também de sua esmagadora quantidade de admiradores. A sociedade do espetáculo descrita por Debord (1997) é muito presente, mas o espetáculo também se mostra como um reflexo da sociedade – como deveria ser. O cinema, além de uma forma de arte, é também uma forma de comunicação, logo, deve estar a serviço das pessoas que a consomem – e, em sua forma de arte, também deve representá-las. Em vez de ser simplesmente uma vitrine para expor realidades e padrões (de estética, de vida) que estão distantes do público e às quais grande parte dele provavelmente não pode ter acesso, a televisão, o cinema e as mídias em geral devem agir também como um meio para os espectadores enxergarem a si mesmos, por meio da representatividade. Dessa maneira, essas formas de comunicação, tão intrinsecamente presentes no cotidiano de tantas pessoas, podem continuar alcançando o potencial emotivo delas. Assim, os espectadores verão as celebridades desfilarem no tapete do Oscar, com todo o glamour – ainda que este seja distante deles –, e se sentirão verdadeiramente representadas por aquelas “vedetes do espetáculo” (Debord, 1997) e pela arte que elas personificam.

REFERÊNCIAS

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A Tela Global: Mídias Culturais E Cinema Na Era Hipermoderna**. 2009. Print. Imagem-Tempo.

CAPANEMA, Letícia. **A televisão expandida: das especificidades às hibridizações**. Revista de Estudos da Comunicação, v. 9, n. 20, 2008.

PASE, André Fagundes; HOHLFELDT, Antônio. **Conhecimento em Construção**. 2022. Print.

LIMA, Fabiana. **O que é streaming? Entenda como funciona e para que serve**. Remessa Online, 2023. Disponível em: <<https://www.remessaonline.com.br/blog/o-que-e-streaming/>>. Acesso em: 05/09/2023.

ALVES, Paula. **25 anos da Netflix: como a empresa mudou a indústria do entretenimento doméstico**. Tecnoblog, 2023. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/especiais/25-anos-da-netflix-como-a-empresa-mudou-a-industria-do-entretenimento-domestico/>>. Acesso em: 05/09/2023.

DEMARTINI, Felipe. **Disney anuncia fim do Premier Access e novo esquema de lançamentos no Disney+**. Canaltech, 2021. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/entretenimento/disney-anuncia-fim-do-premier-access-e-novo-esquema-de-lancamentos-no-disney-192635/>>. Acesso em: 05/09/2023.

Todas as Flores: por que não perder a estreia da novela de grande sucesso na TV aberta?. Gshow, 2023. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/novelas/todas-as-flores/noticia/todas-as-flores-por-que-nao-perder-a-estreia-da-novela-de-grande-sucesso-na-tv-aberta.ghtml>>. Acesso em: 05/09/2023.

Segunda temporada de “As Five” ganha data de estreia. GaúchaZH, 2023. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e>

lazer/tv/noticia/2023/01/segunda-temporada-de-as-five-ganha-data-de-estreia-clckkrjix00340182pirv62nt.html>. Acesso em: 05/09/2023.

‘Turma da Mônica – A Série’ está no Globoplay. O Popular, 2023. Disponível em: <<https://opopular.com.br/magazine/turma-da-monica-a-serie-esta-no-globoplay-1.2495422>>. Acesso em: 05/09/2023.

MÁXIMO, Gabriel. **Smart TVs estão em 61% dos lares brasileiros, diz pesquisa.** Poder360, 2022. Disponível em: < <https://www.poder360.com.br/tecnologia/smart-tvs-estao-em-61-dos-lares-brasileiros-diz-pesquisa/> >. Acesso em 05/09/2023.

Veja as lives que bombaram em 2020. G1, 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/retrospectiva/2020/retrospectiva-na-globo/noticia/2020/12/16/veja-lives-que-bombaram-em-2020.ghtml>>. Acesso em: 05/09/2023.

NETO, Wesley. **Há 10 anos, “Avenida Brasil” mudou agenda de Dilma e gerou alerta de apagão.** Splash UOL, 2022. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/2022/10/19/avenida-brasil-ultimo-capitulo-dez-anos.htm>>. Acesso em: 29/08/2023.

DEBORD, Guy; ABREU. **A Sociedade Do Espetáculo: Seguido Do Prefácio à 4ª Edição Italiana.** 1997. Print.

FERRÉS, Joan. **Televisão Subliminar: Socializando Através De Comunicações Despercebidas.** 1998. Print. Biblioteca Artmed Fundamentos Da Educação.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **A Vida Com a Tv : O Poder Da Televisão No Cotidiano.** 2002. Print.

VAQUER, Gabriel. **Com Larissa Manoela, Fantástico marca maior IBOPE desde ataques de 8 de janeiro.** Folha de S. Paulo, 2023. Disponível em: <<https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2023/08/com-larissa-manoela-fantastico-marca-maior-ibope-desde-ataques-de-8-de-janeiro.shtml>>. Acesso em: 29/08/2023.

CARNEIRO, Raquel. **O tapa memorável de Will Smith no Oscar 2022**. Veja, 2022. Disponível em: < <https://veja.abril.com.br/cultura/o-tapa-memoravel-de-will-smith-no-oscar-2022> >. Acesso em: 05/09/2023.

ROSSI ZOVIN, Cristiane De. **A Força Da Televisão Na Construção Do Imaginário: O Papel Cultural Das Máquinas De Imagens Na Vida Das Pessoas**. F@ro: Revista Teórica Del Departamento De Ciencias De La Comunicación 7 (2008): F@ro: Revista Teórica Del Departamento De Ciencias De La Comunicación, 2008 (7). Web.

BBB, A Fazenda, Masterchef Brasil: os reality shows de maior sucesso em 2022. Correio Braziliense, 2022. Disponível em: <<https://www.correiobraziliense.com.br/diversao-e-arte/2022/12/5061354-bbb-a-fazenda-masterchef-brasil-os-reality-shows-de-maior-sucesso-em-2022.html>>. Acesso em: 30/08/2023.

Karol Conká é eliminada com a maior rejeição da história do BBB. Gshow, 2021. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/realities/bbb/bbb21/noticia/karol-conka-e-eliminada-com-a-maior-rejeicao-da-historia-do-bbb.ghtml>>. Acesso em: 30/08/2023.

LIMA, Douglas. **60 anos da Rainha: Relembre 5 teorias da conspiração que já envolveram Xuxa**. Portal Uai, 2023. Disponível em: <<https://www.uai.com.br/app/entretenimento/trends/2023/03/27/not-trends,320608/60-anos-da-rainha-relembre-5-teorias-da-conspiracao-que-ja-envolveram-xuxa.shtml>>. Acesso em: 06/09/2023.

GUGLIELMELLI, Alexandre. **Famosos que podem ter forjado suas mortes**. Observatório do Cinema, 2022. Disponível em: <<https://observatoriodocinema.uol.com.br/indicacoes/famosos-que-podem-ter-forjado-suas-mortes/>>. Acesso em: 06/09/2023.

Relembre os participantes do BBB que foram de amados a odiados (e às vezes amados de novo). Estrelando, 2023. Disponível em: <<https://www.estrelando.com.br/foto/2023/01/16/relembre-os-participantes-do-bbb->

que-foram-de-amados-a-odiados-(e-as-vezes-amados-de-novo)-247224/foto-1>.

Acesso em: 06/09/2023.

JENKINS, Henry. **Cultura Da Convergência**. 2ª Edição ed. 2009. Print.

LIMA, Fabiana. **Canais de transmissão do Instagram: o que são e como usar**.

Remessa Online, 2023. Disponível em:

<<https://www.remissaonline.com.br/blog/canais-de-transmissa-do-instagram/#:~:text=O%20canal%20de%20transmiss%C3%A3o%20do,de%20usu%C3%A1rios%20ao%20mesmo%20tempo.>>. Acesso em 12/09/2023.

LIMA, Bruno Ignacio de. **A história do TikTok**. Oficina da Net, 2020. Disponível em:

<<https://www.oficinadanet.com.br/historiasdigitais/29943-a-historia-do-tiktok>>.

Acesso em: 12/09/2023.

BASTOS, Nicolay. **Olivia Rodrigo grava clipe com iPhone 15, lançado nesta terça (12) pela Apple**. CNN Brasil, 2023. Disponível em:

<<https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/olivia-rodrigo-grava-clipe-com-iphone-15-lancado-nesta-terca-12-pela-apple/>>. Acesso em 13/09/2023.

RENÓ, Denis; GOSCIOLA, Vicente; RENÓ, Luciana. **Nova Ecologia dos Meios e Tecnologia**. Aveiro: Ria Editorial, 2018.

FREITAS, Eduardo de. **A formação da Terra e os seres vivos**. Mundo Educação.Uol

(Sem data). Disponível em: <<https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/a-formacao-terra-os-seres-vivos.htm>>. Acesso em 13/09/2023.

MACHADO, Emerson. **Lamarck e Darwin**. Significados (Sem data). Disponível em:

<<https://www.significados.com.br/lamarck-e-darwin/>>. Acesso em 13/09/2023.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. **Interação Mediada Por Computador: Comunicação, Cibercultura, Cognição**. 2007. Print. Cibercultura (Série).

RECUERO, Raquel Da Cunha. **A Conversação Em Rede: Comunicação Mediada Pelo Computador E Redes Sociais Na Internet**. 2ª Edição ed. 2014. Print. Cibercultura (Série).

NARDELLI, Bruna. **Relembre 50 comunidades do Orkut que vão deixar saudades**. Metrôpoles, 2016. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/sai-do-serio/sorindo/relembre-50-comunidades-do-orkut-que-vaio-deixar-saudades>>. Acesso em: 20/09/2023.

Por que tanta gente gosta de discutir nas redes sociais? Psicólogo explica. Folha BV, 2022. Disponível em: <<https://www.folhabv.com.br/cotidiano/por-que-tanta-gente-gosta-de-discutir-nas-redes-sociais-psicologo-explica/>>. Acesso em: 20/09/2023.

GONÇALVES, Lucimar; DUARTE, Gracy Astolpho. **O Homem Social nas Redes Sociais: um estudo de caso sobre a cultura do cancelamento**. In: 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom–Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Brasil. 2020.

LIRA, Ravele Félix de. **Espiral do silêncio: Do silêncio consentido à censura escancarada**. Politize!, 2023. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/espiral-do-silencio/>>. Acesso em: 20/09/2023.

BARDIN, Laurence. **Análise De Conteúdo**. 1977. Print.

Oscar 2023: veja a lista completa dos vencedores. Gshow, 2023. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/tudo-mais/pop/noticia/oscar-2023-veja-a-lista-completa-dos-vencedores.ghtml>>. Acesso em: 27/09/2023.

ALTARAS, Yasmin. **Oscar 2023: onde assistir e horário da cerimônia de entrega do prêmio**. TechTudo, 2023. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2023/03/oscar-2023-onde-assistir-e-horario-da-cerimonia-de-entrega-do-premio-streaming.ghtml>>. Acesso em: 27/09/2023.

SILVA, Daniel Neves. **Oscar: história, edições, vencedores, votação**. Mundo Educação (Sem data). Disponível em: <<https://mundoeducacao.uol.com.br/curiosidades/oscar.htm>>. Acesso em 27/09/2023.

CARNEIRO, Raquel. **De Ana Furtado a Rubens Ewald Filho: a difícil tarefa de comentar o Oscar**. Veja, 2023. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/coluna/em-cartaz/de-ana-furtado-a-rubens-ewald-filho-a-dificil-tarefa-de-comentar-o-oscar>>. Acesso em: 27/09/2023.

EPAMINONDAS, Anna Letícia. **Representatividade no Oscar: edição de 2023 é aquela com mais asiáticos entre os indicados**. Lab Notícias, 2023. Disponível em: <<https://labnoticias.jor.br/2023/01/25/representatividade-no-oscar-2023-edicao-com-mais-asiaticos-entre-os-indicados/>>. Acesso em: 04/10/2023.

PALMEIRA, Carlos. **Fim do Twitter: rede social muda de nome e agora se chama 'X'**. Tecmundo, 2023. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/266726-fim-twitter-rede-social-muda-nome-chama-x.htm>>. Acesso em: 10/10/2023.

The Banshees of Inisherin. Wikipédia, 2023. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/The_Banshees_of_Inisherin>. Acesso em: 17/10/2023.

Significado de Hipérbole. Significados.com (Sem data). Disponível em: <<https://www.significados.com.br/hiperbole/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20Hip%C3%A9rbole%3A,um%20exagero%20intencional%20na%20express%C3%A3o>>. Acesso em: 17/10/2023.

RODRIGUES, Caíque. **Indicados ao Oscar 2023 recebem estátua Yanomami como alerta para perigos da extração ilegal de ouro**. G1, 2023. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rr/roraima/noticia/2023/03/11/indicados-ao-oscar-2023- recebem-estatua-yanomami-como-alerta-para-perigos-da-extracao-ilegal-de-ouro.ghtml>>. Acesso em: 18/10/2023.

SAMPAIO, Sofia. **Ana Furtado erra pronome de Kim Petras durante cobertura do Grammy Awards.** CNN Brasil, 2023. Disponível em: < <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/ana-furtado-erra-pronome-de-kim-petras-durante-cobertura-do-grammy-awards/>>. Acesso em: 18/10/2023.

Oscar 2023 troca cor do tapete vermelho para champanhe; entenda a mudança. GQ, 2023. Disponível em: < <https://gq.globo.com/cultura/cinema/noticia/2023/03/oscar-2023-troca-cor-do-tapete-vermelho-para-champanhe-entenda-a-mudanca.ghtml> >. Acesso em: 01/11/2023.

Psicologia das Cores: o que é e qual o significado das cores. XP Educação, 2022. Disponível em: < <https://blog.xpeducacao.com.br/psicologia-das-cores/>>. Acesso em: 02/11/2023.



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Pró-Reitoria de Graduação e Educação Continuada
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar
Porto Alegre - RS - Brasil
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564
E-mail: prograd@pucrs.br
Site: www.pucrs.br