

AS ESTRATÉGIAS DE CRIAÇÃO E CONVENCIMENTO DA REALIDADE: UM ESTUDO DE CASO DO DOCUMENTÁRIO SUPER SIZE ME

The strategies of creation and conviction of reality: a case study of the documentary Super Size me

Las estrategias de creación y convicción de la realidad: un estudio de caso del documental Super Size me

Alexandre Kieling

Professor Doutor do Programa de Mestrado Profissional Inovação em Comunicação e Economia Criativa e da pós-graduação Lato Sensu Narrativas Transmídia e Storytelling da Universidade Católica de Brasília.

E-mail: alexandre.s.kieling@gmail.com

Natália Lázaro

Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Católica de Brasília.

E-mail: nataliaroncador@gmail.com

Resumo

A expectativa do público de encontrar diferentes fontes informativas tem como consequência o aumento da produção e da procura de narrativas documentais. O público passa a consumir o documentário na exigência de adquirir um retrato real da realidade. Porém, o documentarista, embora tenha atenção aos fatos, a liberdade de abordagem lhe permite um olhar sobre a verdade relatada. Assim, se mostra relevante conhecer quais são as estratégias predominantes no filme de não ficção capazes de convencer o público sobre a veracidade de um recorte da realidade. Nesse cenário, optamos por estudar o documentário Super Size me (Morgan Spurlock, EUA, 2004).

Palavras-chave: Documentário. Realidade. Verdade. Jornalismo. Não ficção.

Abstract

The expectation of the public to find different sources of information has the consequence of increasing production and search for documentary narratives. The public begins to consume to acquire a real picture of reality. However, the documentarist, although has attention with the facts, the freedom to choose a point of view allows him a look at the truth reported. It is relevant to know what are the strategies predominant to the non-fiction film capable of convincing the public about the veracity of a reality cut. In this attempt, we chose to study the documentary Super Size me (Morgan Spurlock, USA, 2004).

Keywords: Documentary. Reality. Truth. Journalism. Non fiction.

Resumen

La expectativa del público de encontrar diferentes fuentes informativas tiene como consecuencia el aumento de la producción y la búsqueda de narrativas documentales. El público pasa a consumir el género filmico en la exigencia de adquirir un retrato real de la realidad. Pero el documentalista, aunque tenga atención con hechos, la libertad de enfoque le permite una mirada sobre la verdad relatada. De esta forma, se muestra relevante conocer cuáles son las estrategias predominantes a la película de non-ficción capaces de convencer al público sobre la veracidad de un recorte de la realidad. Optamos por estudiar una película de gran repercusión por la crítica especializada, el documental Super Size me (Morgan Spurlock, EE.UU., 2004).

Palabras clave: Documental. Realidad. Verdad. Periodismo. No ficción.

Introdução

Em um cenário de transformação da indústria audiovisual, no qual de um lado há expansão da produção de informação (SODRÉ, 2009) e de outro a digitalização dos meios de comunicação, as narrativas jornalísticas tem relativizada sua referência como principal fonte de mediação dos eventos naturais. A ascensão das redes sociais como espaço de divulgação e discursivização dos eventos, a participação e a interatividade dos atores sociais e das audiências, impactou a estrutura de produção jornalística e as formas de se noticiar. O público, entre a exigência pelos fatos tal qual como se passaram e as opiniões pessoais sobre os mesmos fatos, coloca em xeque a credibilidade e a fidelização aos noticiários tradicionais (SODRÉ, 2009), gerando uma crise na performance de indicadores de assistência e de confiabilidade (BOURDIEU, 2001).

De outra parte, as novas tecnologias de distribuição de conteúdo ampliam a oferta de textos, de narrativas, especialmente audiovisuais. Nessa atmosfera de crise as narrativas documentais ganham espaço de produção e veiculação e emergem como uma tendência de opção de mediação da realidade. É esse possível lugar do documentário, em acomodação ou transição, é o que nos ocupa no presente texto. Assim, como recurso de análise, assumiremos o documentário como possível mediador das leituras dos eventos do mundo natural.

Todo o processo de comunicação mobiliza uma instância de produção e uma instância de recepção, que, por sua vez, articulam enunciações discursivas ou textuais por meio de formas de expressão que recorrem à linguagens ou códigos comuns para geração de sentido (VERÓN, 1987). No documentário, o documentarista, a priori, propõe-se enquanto parte da instância da produção, como mediador na articulação dessas linguagens e/ou códigos que vão organizar estruturas semióticas e narrativas com o propósito de uma construção de sentido, ou proposta de construção de sentido. Ele, à luz da sua percepção daquela realidade, manifesta em texto audiovisual uma narração estruturada em planos semiótico, semântico e discursivo. Portanto, um gerador de sentido pela instância de produção que ainda necessita das competências da instância de recepção (MARTÍN-BARBERO, 1997) para seu processo de reconhecimento e significação.

Parte-se da premissa de que o documentarista, apesar de ter uma preocupação com um declarado pressuposto de verdade, aborda a realidade nas suas possibilidades e vinculada ao olhar do narrador, seja o ponto de vista, seja o testemunho do acontecimento. Partindo de uma percepção platônica sobre a realidade, o filme documentário é a simulação ou representação organizada pelo diretor em uma produção cinematográfica. Uma representação pessoal da realidade manifesta na seleção de fontes e documentos, nas escolhas do documentarista. Dessa forma, mostra-se relevante conhecer quais são as estratégias predominantes no filme de não ficção capazes de convencer o público sobre a veracidade daquele recorte da realidade. Busca-se compreender os fatores que determinam o crescimento da receptividade e a procura pelo filme documentário.

Compreende-se realidade a partir do entendimento de que é impossível dizer que algo é puramente real, pois cada um interpreta os símbolos de acordo com suas próprias bagagens e competências (BOURDIEU, 1989). E para a interpretação dessas referências de sentidos é preciso entender que diferentes povos, de diferentes culturas, vão ter distintas percepções de realidade, pois as construções simbólicas de povos com histórias, políticas e até religiões diferentes interferem na produção e compreensão de sentido (MARTÍN-BARBERO, 1997), pois são os signos da realidade que geram diferentes leituras sobre o real (BAUDRILLARD, 1981).

Jost (2004) ensina que, ao trabalhar com o fator verdade e com acontecimentos reais, o documentário permite a exploração do tema por meio de recursos audiovisuais característicos ao cinema, em uma releitura do ocorrido e uma dramatização da realidade. Martín-Barbero (1997) acolhe o cinema como uma licença poética de transfigurar os fatos e alterar o estado do real devido à sua própria concepção de narrativa, similar à literatura quando se apropria do jornalismo, por se tratar também de um fenômeno artístico.

Dessa forma, por mais que a estrutura de argumentação de um documentário seja bem embasada em imagens e testemunhos, sempre haverá uma transfiguração da realidade, principalmente em um contexto de liberdade poética do cinema. Isso significa afirmar que, apesar de o documentário se apoiar em imagens de registros de eventos e depoimentos de pessoas, ele não está isento da interferência do diretor.

A realidade pelos meios de Comunicação

A representação da realidade, como já mencionado, é representação simbólica capaz de constituir distintas noções do real. Em Baudrillard (1981) são os signos da realidade que assumem o controle no momento de especulação do acontecimento real. Para ele, são as formas de interpretação, baseado em mitos e crenças, que geram simulações e estratégias do real.

Quando o real já não é o que era, a nostalgia assume todo o seu sentido. Sobrevalorização de mitos de origem e dos signos de realidade. Sobrevalorização de verdade, de objetividade e de autenticidade de segundo plano. Escalada do verdadeiro, do vivido, ressurreição do figurativo onde o objeto e a substância desaparecem. Produção desenfreada de real e de referencial paralela e superior ao desenfreamento da produção material: assim surge a simulação na fase que nos interessa - uma estratégia de real, de neo-real e de hiper-real, que faz por todo o lado a dobragem de uma estratégia de dissuasão. (BAUDRILLARD, 1981, p. 201)

É baseado no princípio semiótico de interpretação dos índices e sua relação entre significantes e significados que Bourdieu (1989, p. 31) afirma que “o real é relacional”, porque um objeto nada é fora do seu contexto. Com efeito, a construção dos objetos depende do contexto de significados em que é posto, ou seja, um mesmo índice pode receber diferentes representações de acordo com as conjunturas e circunstâncias. Para o autor, a realidade nada mais é que a construção desses objetos, que são ligados a poderes simbólicos e a construções de dominação.

O que os meios de comunicação fazem é pré-definirem alguns objetos e estabelecerem relações de poder – que, de acordo com Bourdieu, gera uma violência simbólica – a fim de instaurar uma única percepção da

realidade. Jimenez (1996) vai apontar que é devido a essa decodificação a partir da leitura das imagens que se torna possível a elaboração de uma narrativa audiovisual. Para ele, não basta a relação das imagens com seus signos linguísticos, mas sim a contextualização desses símbolos no processo da linguagem audiovisual.

La lectura de las imagenes no se debe a sua presunta capacidad de articularse con otras imágenes à manera de los signos linguísticos, sino el hecho de que en su percepcion son procesadas por códigos de reconocimiento de figuras. Sus códigos no son, por consiguiente, los de la gramática, sino los del lenguaje audiovisual del mundo¹. (JIMENEZ, 1996, p. 18)

De fato, a perspectiva de Bourdieu e Baudrillard sobre a relatividade do real é uma interpretação platônica sobre percepção e definição da realidade. Para ambos os autores, uma representação não pode ser definida como um real absoluto, pois cada interpretante decodifica símbolos, fatos e vivências de acordo com as experiências e o sentido próprio do mundo real. Jost entende que para administrar essas variáveis de leituras a instância de produção recorre a um modelo diferente do contrato de leitura que supõe um acordo comum. Trata-se de um direcionamento do processo de reconhecimento por meio da promessa. A instância de produção declara previamente à instância de recepção qual a natureza da narrativa que vai fazer. Essa declaração seria operada pela informação sobre qual o gênero narrativo que estrutura um texto audiovisual em questão. O gênero funcionaria como uma interface. A instância de recepção, no caso o espectador, é chamada a verificar se a promessa foi cumprida e pode cobrar tal comprometimento da instância de produção. Como que em um acordo de vigilância, esse modelo exige uma participação ativa do espectador, mesmo que não se estabeleça de forma instantânea.

¹ “A leitura das imagens não se deve à sua suposta capacidade de se articular com outras imagens à maneira dos signos linguísticos, mas ao fato de que, em sua percepção, são processadas por códigos de reconhecimento de figuras. Seus códigos não são, portanto, os da gramática, mas os da linguagem audiovisual do mundo natural.”

A realidade pelo filme documental

O Documentário é um exemplo nítido de mutação entre a exploração do acontecimento e a autenticidade narrativa. Baseado em fatos, o documentário explora a temática através dos recursos audiovisuais característicos do cinema, possibilitando uma releitura do ocorrido, em uma dramatização da realidade. Assim como quando um jornalista se utiliza de recursos da literatura para recontar uma verdade, o cineasta se apropria de todas as possibilidades do cinema de contar uma história.

*Un film déplace le regard de son spectateur, recompose le champ du visible, c'est-à-dire ce qu'il peut voir du monde contemporain, c'est-à-dire le sien et qu'il vit plus ou moins.*² (BRESCHAND, 2002, p. 2)

Porém, nem sempre, na história do documentário, essa formação de narrativas não ficcionais foi trabalhada claramente. Aliás, sobre a junção do jornalismo com o cinema, os primeiros registros de películas cinematográficas eram, na realidade, formas documentais da realidade. Inclusive, o primeiro registro de um filme cinematográfico foi um registro de um fato cotidiano: a chegada de um trem na estação (IRMÃOS LUMIÈRE, 1895).

Desde o início, todo registro documental de fatos ou lugares sofreu uma deturpação, devido ao próprio princípio do recorte da realidade para um registro. Paul Ricoeur afirma que, a partir do momento em que se questionam a construção como uma reconstrução e a irrealidade da ficção, é que se pode pensar sobre a apropriação da realidade por uma narrativa de ficção e não ficção.

O que a autoriza pensar a construção como uma reconstrução? É cruzando essa questão com a da irrealidade das entidades ficcionais que esperamos fazer progredirem ao mesmo tempo os dois problemas da realidade e da irrealidade da ficção. (RICOEUR, 1985, p.11)

Para Breshand, a exposição da verdade pela imagem é uma problemática que surge no início da história do cinema documental, mas que permeia ainda os tempos de hoje. A representação da verdade pela imagem ocorre não só na sua função de registro de um local, por exemplo (no caso das revistas de turismo), mas também na seletividade dos telejornais ao divulgarem uma informação e registrarem o presente (BRESCHAND, 2002).

A origem das narrativas filmicas documentais sugere que a percepção de enquadramento da realidade tende a auxiliar a compreensão do mundo. Breschand (2002, p.12), indica que somente o cinema tem a capacidade de produzir a verdade devido aos meios e recursos que ele possui, pois, mesmo com a visão particular do diretor, ainda se percebe a autenticidade do registro e da realidade objetiva. Já para Paul Ricoeur (1985, p. 11), apesar de a invenção documentária ainda ser uma questão epistemológica, é com o registro documental que a realidade dos fatos pode ser verificada, em que “ao inventar documentos, a história tem consciência de se relacionar com acontecimentos ‘realmente’ ocorridos”.

No entanto, essa origem coloca o cinema como um meio capaz de restaurar a realidade, de reproduzi-la. Porque o cinematógrafo é uma máquina que tem a precisão de um instrumento científico, já que a arbitrariedade da mão, isto é, a subjetividade do intérprete, não entra no automatismo do registro, recebe uma virtude

² “Um filme desloca o olhar de seu espectador, ele recompõe o campo do visível, isto é, o que ele consegue ver do mundo que é contemporâneo dele, que é dele e que ele vive mais ou menos bem.”

particular: a da objetividade. (BRESCHAND, 2002, p. 9, tradução nossa³)

Bill Nichols (2005) acredita que o documentário está tão enraizado nas matrizes do cinema que, para ele, todo filme é uma obra documental. Até mesmo películas de ficção ainda são espécies de documentos, sejam por retratar uma característica regional de produção cinematográfica, ou por representarem realidades de atores e diretores distintas.

Todo filme é documentário. Mesmo a mais extravagante das ficções evidencia a cultura que a produziu e reproduziu a aparência das pessoas que fazem parte dela. Na verdade, poderíamos dizer que existem dois tipos de filmes: (1) documentários de satisfação e desejo e (2) documentários de representação social. Cada tipo conta uma história, mas essas histórias, ou narrativas, são de espécies diferentes". (NICHOLS, 2005, p. 26)

Genette (1982) e Jost (2004) concordam que o gênero é derivado de um produto pré-existente, ou seja, que o antecedeu, classificando-o como um palimpsesto. Ou seja, um mesmo gênero guarda respaldos de outro rótulo, oposto a este. Como por exemplo, um filme de terror que tem como enredo principal um romance, ou como uma telenovela que apresenta características documentais. Martín-Barbero (1997) também compartilha da ideia de que o gênero é um palimpsesto, no sentido de que ele é responsável por construir uma estrutura para o filme, pois, caso contrário, não haveria uma diferenciação entre as narrativas audiovisuais.

Para Martín-Barbero, o gênero seria a unidade mínima, primária, da comunicação de massa, pois é baseado no rótulo de cada produto que se analisa a demanda de mercado por parte do público, exercendo e

fundamentando uma estratégia de comunicabilidade do mercado. Jost compartilha da ideia de que o gênero é um dos principais elementos na relação entre produtores-emissores-receptores, ou seja, para a configuração das estruturas do mercado cinematográfico. Ainda, para o autor, “O gênero permite à TV agir sobre o telespectador no interior de um quadro semântico” (JOST, 2004, p. 20), enfatizando que uma das principais funções do gênero é sua ação manipuladora.

Para Jost, no modelo de promessa estabelecido pela dinâmica mercadológica cinematográfica, em que o espectador tem maior autonomia, participação e poder de decisão sobre os produtos audiovisuais – em que a quebra da promessa por parte dos emissores acarreta o fim da fidelização do receptor –, o gênero funciona como uma interface, ou seja, ele é responsável pela ligação entre os produtores e os telespectadores. A primeira promessa estabelecida entre os envolvidos (emissores e receptores) seria a do rótulo do produto, ou seja, a primeira expectativa criada por parte dos espectadores.

Jimenez também acredita que a função geral e objetiva do gênero é contribuir para a experiência cinematográfica do espectador, além da representação de uma realidade específica. Para o autor, são atribuídas ao gênero algumas funções que, somadas, possibilitam essa experiência e formação de mundo. Dessa forma, a função cognitiva do gênero, para Jimenez, seria a atuação como sistema de reconhecimento e auxílio na identificação dos relatos visuais; o aspecto taxonômico seria a possibilidade de distinguir e classificar diferentes tipos de narrativas; a função iconológica seria a de reforçar a necessidade de integração entre o texto e o contexto em que se é produzida e exibida a película; sua função poética seria a de elaborar fatores antonomásticos à produção de cada gênero (ações-tipo, personagens-tipo, cenários-tipo); a função sistêmica seria a de tornar previsível a estrutura narrativa; e a pragmática seria a função do gênero de estimular um conjunto de expectativas aos consumidores (tal qual o modelo de promessa estabelecido por François Jost).

³ “Cependant, cette origine place le cinéma comme un moyen capable de restaurer la réalité, de la reproduire. Parce que le cinématographe est une machine qui a la précision d'un instrument scientifique, puisque l'arbitraire de la main, c'est-à-dire la subjectivité de l'interprète, n'entre pas dans l'automatisme du registre, reçoit une vertu particulière: celle de l'objectivité”

Sendo assim, a construção da realidade pelo filme documentário se torna complexa ao observar que, apesar de se comprometer com aspectos da realidade real - afinal, são as imagens e os depoimentos reais que sustentam a argumentação do diretor -, como qualquer outro gênero e tipo filmico, o documentário também é um palimpsesto e, por isso, tem a capacidade e a liberdade de misturar ficção e realidade, além de expor acontecimentos reais rotulados pelo drama, pela tragédia ou pela comédia. É a forma do hipertexto, ou seja, a formação textual dependente e originária de outra anterior, que permite que a realidade seja contada por diferentes formas e, assim, construída por diferentes visões, nas narrativas audiovisuais.

Disso resulta que o gênero é uma construção por exemplificação de algumas amostras de propriedades que o texto possui, entre outras. Uma novela pode ser percebida tanto como uma ficção como também uma peça que trata dos documentos da realidade, isto é, como um documento sobre a realidade. (JOST, 2004, p.28)

A partir da percepção do documentário como um palimpsesto e o entendimento de que o filme documental sofre das mesmas variâncias e problemáticas de rotulagem de um filme de ficção, Jost questiona a participação do gênero quanto à noção real de realidade e do mundo existente. Para Jimenez (1996, p. 65, tradução nossa⁴), “os gêneros da narrativa audiovisual são modelos de visão de mundo (Weltanschauungen) que, em sua codificação, se referem à história e à ideologia”. Já para Jost, o gênero tem uma função fundamental de estabelecer relação com o mundo representado, ou seja, trazer uma realidade e uma existência do mundo ao espectador.

O documento faz realmente referência ou cria um universo imaginário? Este é o papel do gênero e, mais particularmente, do nome do gênero: fixar o grau de existência do mundo submetido ao leitor ou espectador. (JOST, 2004, p. 35)

Sobre o auxílio dos recursos cinematográficos para elaboração de um ponto de vista (construção da realidade), é interessante ressaltar o pensamento de Jesús García Jimenez quanto aos signos e à linguagem cinematográfica. Para ele, apesar de os sistemas semióticos particulares do domínio audiovisual (cinema, televisão, vídeo etc.) envolverem diferentes tipos de sinais e signos, ainda não são suficientes para a criação de uma verdadeira linguagem audiovisual. Pois, na visão do autor, apesar de as linguagens cinematográfica, radiofônica ou televisiva se relacionarem com características próprias, todas denotam a capacidade desses meios de transmitirem mensagens, chamando, inclusive, os tipos linguísticos de denominações metafóricas. (JIMENEZ, 1996).

Na visão de Jimenez, não há signos específicos de uma única mídia, e, por isso, não podem, por si só, configurar um discurso narrativo. Porém, a linguagem audiovisual só adquiriu tais configurações quando ligada as possibilidades cinematográficas que a linguagem audiovisual permite. Em outras palavras, só há a significação desses quando juntados a recursos audiovisuais (escalas de planos, angulação, iluminação etc.), que, dessa forma, denotam diferentes significantes aos determinados signos, sendo, assim, capazes de configurarem linguagem e narrativa próprias. Dessa forma, é preciso uma intervenção do diretor, codificando os signos junto aos recursos cinematográficos do audiovisual, para que haja uma produção de sentido nas narrativas do gênero.

⁴ “(...) los géneros del relato audiovisual son modelos de visión del mundo (Weltanschauungen) que en su codificación remiten a la historia y a la ideología.”

Memórias afetivas e economia do afeto

Apesar da tecnicidade do cinema ter o poder de emitir sensações, quando se trata de emoções, os aparatos técnicos, por si só, não são os únicos responsáveis pelo envolvimento do público receptor. Sob o ponto de vista narratológico e semiótico, outros aspectos do filme geram efeitos psicológicos sob os espectadores, com a capacidade de restaurar emoções e memórias ocultas e gerar experiências psicológicas involuntárias.

Para Robert Pratten (2011), um bom roteiro é aquele em que a história e a experiência estão em harmonia, ou seja, deve-se pensar em um bom enredo, mas também sob quais aspectos as emoções e sensações inconscientes do público podem ser despertadas. Para ele, pode-se chamar de uma boa história aquele filme que gera símbolos que, quando conectados pelo nosso subconsciente, tenham a capacidade de estimular e, assim, envolver o público.

Nossas mentes não gostam de fatos ou objetos aleatórios e, assim, criam suas próprias histórias para entender os eventos e itens isolados e escondidos. Nós naturalmente e muitas vezes conectamos inconscientemente os pontos. E quando os pontos estão conectados de uma forma estimulante, podemos chamar de grandes histórias. (PRATTEN, 2011, p. 2)

Além dos aparatos técnicos e das emoções geradas pelo filme, há ainda as competências de recepção do público (BARBERO, 1997) que interferem na forma como a mensagem vai ser recebida. Em um documentário, por exemplo, quanto mais se sabe sobre o assunto-tema da produção, menos se é influenciado pelos argumentos e pelas exposições do diretor. Da mesma forma, quanto mais se entende sobre produção cinematográfica, menos se é impactado pela tecnicidade da película, como no caso dos filmes de terror, bem como os efeitos especiais e as maquiagens utilizadas. Para Roland Barthes, trata-se de uma situação narrativa, que seria o “conjunto de

protocolos segundo os quais a narrativa é consumida” (BARTHES, 1981, p. 54).

Em um contexto de busca pelo reconhecimento da própria imagem, os meios midiáticos que exprimem a imagem e história de um indivíduo criam uma conexão entre seus receptores, que conseguem criar laços de identificação pessoal e reconhecimento de identidade pelo enredo e pelos índices representados. Dessa forma, de acordo com Martín-Barbero, qualquer produto audiovisual que gere uma identificação com traços da sociedade criará uma relação com esse público, que precisa se ver para se reconhecer (BARBERO, 1997).

Assim, a cultura de massa passou a representar aquilo que as classes populares queriam sentir e expressar. De acordo com Martín-Barbero (1997, p. 231), “a ideologia se torna agora sim formadora de um discurso de massa, que tem como função fazer os pobres sonharem o mesmo sonho que os ricos”, sob a ótica de que o cinema e o rádio (meios massivos à época) construíam o discurso com base no imaginário e na memória do popular, em um intuito de estimular o lado sensível e o imaginário inconsciente do público receptor.

Da mesma forma que Martín-Barbero fala sobre as memórias afetivas geradas pela identificação do público com a trama, Barthes (1981) argumenta que são os índices de uma produção audiovisual que geram experiências psicológicas involuntárias, ou seja, despertam nossas memórias afetivas. Os índices são símbolos que aparecem ao longo da narrativa capazes de gerar um sentido metafórico ao filme, ou seja, os índices de uma produção compõem uma atmosfera à película, fornecendo um estado de percepção dos sentidos e de sentimentos aos personagens e ao enredo. Esses são os responsáveis, de acordo com Barthes, por trazer o sentimentalismo à cena, de forma com que o público entre em um processo de reminiscência pela narrativa.

Dessa forma, o autor explica que, para se compreender o papel de um índice, se deve analisar o contexto da ação do personagem ou da narrativa, pois a metáfora indicial surge através dos significados implícitos da trama, e são esses significados implícitos que geram uma sensação atmosférica à narrativa.

Pode-se, entretanto, distinguir aí índices propriamente ditos, remetendo a um caráter, a um sentimento, a uma atmosfera (por exemplo, de suspeita), a uma filosofia, e informações, que servem

para identificar, para situar no tempo e no espaço. Dizer que Bond está de guarda em um escritório cuja janela aberta deixa ver a lua entre grossas nuvens que passam é indexar uma noite de verão tempestuosa, e esta dedução da mesma forma é um índice atmosférico, que remete ao clima pesado, angustiante, de uma ação que não se conhece ainda. Os índices têm, pois, sempre significados implícitos. (BARTHES, 1981, p. 35)

É devido a esse poder de exaltar a essência das coisas do público que surgem a metáfora e o estado de reminiscência em uma produção audiovisual - poder esse capaz de interferir no estado de realidade e verdade de uma produção cinematográfica, como quando se fala sobre a formação de uma realidade por meio de um filme documentário. Nesse sentido, como uma produção baseada e inspirada em fatos, o documentário se apoia em argumentos verídicos para fortalecimento do ponto de vista do diretor. Porém, se um espectador já possuir um sentimento específico perante o assunto, ou seja, uma memória afetiva resguardada sobre tal temática, pouco vai importar o nível de argumentação, indução e manipulação dos fatos trabalhados no filme, pois, no momento de decodificação dos símbolos e argumentos narrativos, o lado emotivo subconsciente ganha mais importância do que o ponto de vista explorado pelo diretor.

Entre as temáticas documentais que mais se destacam na mudança da concepção de realidade pelo espectador, estão os filmes que têm por objetivo a indução de um determinado estilo de vida. Esses conseguem convencer o público por meio de apelos argumentativo e emocional ocasionados pelas memórias afetivas que são despertadas durante a narrativa. Portanto, são as memórias afetivas que despertam o interesse do público e criam uma relação de afinidade e afeição entre os receptores e o produto. Dessa forma, parte dos produtos audiovisuais não são comprados devido à qualidade da produção, mas devido aos valores que esses estimulam, por despertarem um estado de reminiscência do espectador e, ainda, incitarem suas memórias afetivas. A partir dessa percepção, os produtores audiovisuais se utilizam dessa economia afetiva para provocar um maior interesse por parte do público. É criando uma relação emotiva com os receptores que o produto tem maior chance de ser vendido e de circular no mercado.

É devido a essa noção de envolvimento pessoal do público para com o produto e das mudanças da lógica de consumo geradas pela convergência digital que a indústria midiática altera sua lógica de venda. A economia do afeto (PRATTEN, 2011) seria essa economia baseada na compra de produtos por meio de sentimentos, e não do material em si, como o caso dos filmes de heróis com narrativas descendentes das histórias em quadrinho, que despertam as lembranças reminiscentes dos espectadores, que têm vínculos com o universo e com os personagens devido aos sentimentos inconscientes que estes despertam, como lembranças do passado e da infância. Além da mercantilização do tema, que investe no setor a fim de transformar o tipo de filme em “arrasta quarteiros”, a ligação de grande parte do público ainda está nas memórias que filmes de heróis podem trazer. De acordo com a lista das 20 maiores franquias já produzidas, baseado no sucesso de bilheteria da série, os filmes de heróis ficam em segundo lugar, com posição justificada pelas memórias inconscientes que estes despertam.

Assim, a forma em que o público consome esses produtos também é modificada a partir do momento em que as Eras digitais e de convergência assumem os meios midiáticos, além das narrativas transmidiáticas, que intensificam as possibilidades de envolvimento do público. Robert Pratten afirma que, em narrativas transmídias, é o envolvimento dos espectadores com cada mídia selecionada que aumenta a compreensão, o prazer e o afeto do público pela história, ou seja, a participação dos receptores como contribuinte à economia do afeto. Inclusive, sobre engajamento e fidelidade de audiência, Pratten argumenta que a garantia está no sentimento de contribuição do público.

O segredo do engajamento prolongado que sinto é projetar um ecossistema autossustentável no qual o público é permitido (dadas as ferramentas e permissões) desenvolver sua própria experiência, gerando novos conteúdos ou assumindo os papéis originalmente assumidos pelos designers. (PRATTEN, 2011, p. 24)

A partir do momento em que a participação do público se torna mais ativa, o papel de produtor fica invertido, pois é o público quem vai ditar o que deve ser produzido, baseado no que os próprios receptores querem

consumir. Por meio dos aparatos possibilitados pela convergência dos meios de comunicação, os receptores ampliam as discussões sobre o produto audiovisual e chegam a conclusões sobre o futuro e o andamento das películas. Se a produção do programa (ou qualquer outra produção audiovisual) quiser estabelecer um laço de interesse e fidelidade com o público, ela deve acompanhar tais discussões para alinhar o desenvolvimento da trama com o interesse dos consumidores, mantendo as expectativas do público.

Dessa forma, o público que já consome um produto pelo processo de reminiscência que este desperta, com uma venda baseada na economia do afeto, tem sua participação ampliada devido ao tipo de relação estabelecida, aumentando ainda mais o carisma e o envolvimento perante a produção. Portanto, para Jenkins, é esse tipo de relação, que envolve a participação do público e a elevação dos seus sentimentos, que contribui para o processo de convergência e, conseqüentemente, o sucesso de filmes e séries.

Análise fílmica

Na tentativa de entender que diferentes estratégias de construção documental são utilizadas para criação de uma realidade, optamos por estudar três momentos de um filme de grande repercussão pela crítica especializada e com sucesso de bilheteria, o documentário *Super Size me* (Morgan Spurlock, EUA, 2004). Trata-se das sequências nominadas de “o preconceito social”, “o Super Size” e o “vício na infância”.

O principal motivo de seleção do documentário analisado foi a mudança de uma perspectiva do real gerada pelo filme. Devido ao somatório dos valores analisados neste artigo (citados logo abaixo) e corretamente aplicados durante a narrativa, grandes mobilizações de âmbito internacional foram feitas em consequência das argumentações. O documentário tornou-se polêmico e popular pelo fato de o diretor se colocar como personagem principal e testar, durante 30 dias, os efeitos e as consequências de uma alimentação baseada somente em McDonald's, maior rede de fast food do mundo. O filme registra todos os momentos da experiência e conta com acompanhamento de três médicos: um cardiologista, um gastroenterologista e um clínico geral.

O filme foi vencedor das categorias de melhor documentário pelo Sindicato dos Roteiristas dos Estados Unidos e do Festival de Cinema de Sundance, além de ter sido indicado ao Oscar de melhor documentário.

Para responder como a realidade é construída por meio de um filme documentário, utilizaremos a abordagem narratológica com o propósito crítico-analítico com vistas a compreender não somente a estrutura imanente no interior da narrativa, mas também identificar as estratégias narrativas que configuram a relação com a realidade e as referências de sentido para a imersão no universo narrativo. Para estudo da obra, selecionamos algumas categorias de análise que vão funcionar como instrumentos metodológicos para identificação das estratégias de convencimento da realidade.

Sendo assim, vamos observar os índices a partir destes critérios:

- 1) Valor de gênero – quais elementos presentes nas obras analisadas permitem compreender que ela se trata de uma narrativa não ficcional.
- 2) Expectativa de promessa – quais são os elementos capazes de indicar que a temática recursos narrativos estão ancorados em elementos de expressão do mundo real.
- 3) Valor simbólico – quais ideias, valores e conceitos se mostram presentes na narrativa para dar forma à produção simbólica do autor na expectativa de construção do real;
- 4) Valores emotivos – Quais recursos narrativos presentes nas obras analisadas configuram apelos às memórias afetivas e estimulam vínculos e afetos que assegurem o envolvimento do público no universo narrado, remetendo a um estado de reminiscência.

Primeira sequência: o preconceito social

A sequência foi selecionada para utilizar de forma desfreada os valores emotivos e simbólicos, anunciados acima como um dos critérios de pontuação. Tal efeito é gerado pelo fato de a sequência dar a entender que pessoas gordas devem ser exiladas da sociedade. O público que vivenciar um contexto semelhante ao dos personagens selecionados pelo diretor, poderão se sentir mais tocados pela narrativa (GENETTE, 1991).

Por meio de depoimento, um dos especialistas entrevistados afirma que pessoas obesas devem ser excluídas socialmente, além da necessidade de

reprimi-las em público da mesma forma que se faz com um fumante – a afirmativa tem valor de gênero por se tratar de um especialista no assunto relatando tal pensamento, dando credencial à afirmativa. Na fala, o entrevistado questiona: “a pergunta é quando será socialmente aceitável dar sermão em pessoas gordas em espaços públicos como fazem com os fumantes?”. Ele conta que gostaria de poder perguntar a um obeso a frase “qual o seu problema, porca gorda? Você não sabe como é perigoso estar acima do peso? Pare de comer imediatamente, e não ouse pedir a sobremesa, pelo amor de Deus!”. À luz de Bourdieu (2001), a frase tem valor simbólico por utilizar termos ofensivos ao obeso, relacionando-o com algo ruim – em um valor semiótico. Ainda, o xingamento gera impacto no espectador por se colocar no lugar de quem sofre a violência, que se comove perante a narrativa. (BARTHES, 1981).

Na mesma sequência, em contradição ao sofrimento dos obesos, o documentário mostra a palestra de um homem que emagreceu depois de deixar de consumir *fast food*. Ao conversar com uma menina obesa de 14 anos ele diz: “o mundo não vai mudar, você que tem que mudar”.

O filme também traz o depoimento de uma menina de 16 anos relatando o *bullying* sofrido devido ao seu peso. Na cena, enquanto a garota conta sua história, há uma montagem sob a sua imagem de garotas magras da mesma faixa etária – em Bourdieu (1989), a montagem tem um efeito semiótico de comparação com o ideal, mostrando o que é midiaticamente esperado (LUHMANN, 1985). As falas dos obesos e o preconceito contra gordos gera valor afetivo por entender que essas pessoas sofrem socialmente devido a um tipo de alimentação prejudicial à saúde. Para o público, pode-se gerar uma frustração com a marca e um sentimento negativo por ter estragado a vida dessas pessoas.

Segunda sequência: o *Super Size*

De acordo com as regras gerais do desafio do filme, o diretor só pode comer a maior porção caso ofereçam a ele. Além disso, todos os alimentos e líquidos ingeridos durante os 30 dias devem ser exclusivamente ofertados na rede, inclusive a água mineral. Ainda, ele deve provar cada opção ao menos uma vez e realizar, no mínimo, três refeições ao dia, obrigatoriamente.

Para dar valor de gênero e distanciar o filme da ficção, o diretor mostra, por meio de gráficos, que, entre as 15 cidades dos EUA com maior quantidade de obesos, 5 estão no Texas, incluindo a primeira do *ranking*, a cidade de Houston, capital daquele Estado. Ele ressalta que todos os estabelecimentos da cidade que ele comeu ofereceram a quantidade *Super Size*, relacionando os números expostos com o fato de, no estado, costuma-se comer em maiores quantidades.

A fim de chamar atenção à grande e desnecessária quantidade de alimentos, no segundo dia de filmagens, foi filmada uma das sequências mais emblemáticas do filme, no sentido de criação e convencimento de uma realidade. Pela primeira vez na narrativa, o diretor come a porção *super size*, ou seja, extragrande da rede.

No início da sequência do *super size*, ele se mostra empolgado com o alimento, beijando o hambúrguer e afirmando ser “um pedacinho do céu”. Porém, a expectativa é quebrada a partir do momento em que ele passa mal com a refeição (JOST, 2004). A sequência aproxima o público da narrativa pelo valor afetivo de ver o diretor se degradando à medida que ingere o alimento (GENETTE, 1991). Por exemplo, o vômito filmado representa a dor que aquele suposto pedacinho do céu causou no consumidor, trazendo o sentido de que o alimento é bom somente pela aparência, mas que pode ser prejudicial à saúde, como símbolo de violência simbólica (BOURDIEU, 1989).

Para reforçar a noção de quantidade exagerada do alimento, o diretor optou por mostrar a refeição em pausas, por período de tempos. Por meio de cortes das imagens, ele vai mostrando o que o alimento causa no corpo gradualmente.

O primeiro corte é feito nos primeiros cinco minutos de refeição, em que ele se mostra espantado com o tamanho, mas ainda capaz de comer. Após 10 minutos, outro corte é realizado, enfatizado pela frase “essa é a parte do lanche em que você começa a ficar com dor de estômago. Começam os *mcgases*, os *mcroncos* na barriga, parece um *mcijolo*, e a *mc dor* de estômago começa. Agora, alguns *mcgases* estão se formando, meu braço está pesado, estou *mc suando*. Meu braço está com *mc formigamento* devido ao açúcar que está entrando. Me sinto um pouco *mc louco*”. O fato de repetir a inicial *Mc* em toda sensação desagradável reforça a ideia de que a rede é responsável por todos esses incômodos (LUHMANN, 1985). Ainda, ao mostrar que se passaram apenas 10 minutos

para as dores começarem, o valor simbólico da cena é aumentado, pois um curto período já foi suficiente para afetar o consumidor.

Com 15 minutos de refeição, outro corte é realizado, em que ele aparece deitado no carro, notoriamente passando mal, e fala “Ah, me dê somente um minuto! Esse paraíso impuro do McDonald’s!”, em contraposição irônica ao “pedacinho do céu” dito no início. Para enfatizar a situação, sua companheira diz: “É assim que você vai ficar após cada refeição”. Após 22 minutos, a cena é cortada novamente com a fala do diretor “eu estou morrendo, vai me fazer vomitar” – e, de fato, ele vomita para fora do carro todo o alimento ingerido, em uma violência simbólica (BOURDIEU, 1989).

Ao falar sobre criação da realidade pelo filme documentário, a sequência se mostra representativa por se ancorar nos valores reais, afetivos e simbólicos. Como valor real, está a direção fotográfica, pois a câmera subjetiva⁵ cria uma sensação de realidade e proximidade com o espectador. Na expectativa de promessa, ele passa mal à medida que ingere o alimento. A imagem vômito representa um valor simbólico e afetivo, por assistir um ser humano se degradar por conta de um alimento. Essa é a primeira vez que ele passa mal com a comida, ainda no segundo dia de experiência.

Para enfatizar o sentido simbólico da sequência, ela é encerrada com uma imagem de um boneco do McDonald’s agredindo crianças que vão até ele com seus lanches, em uma adaptação de um quadro do Van Gogh, com a frase “lixo tóxico” escrita – em uma alusão literal à ideia de esse alimento ser um lixo tóxico, reforçando a conotação de sentido de toda a sequência (BOURDIEU, 1989).

Terceira sequência: o vício na infância

No intuito de reforçar, mais uma vez, a responsabilidade dos pais em relação à obesidade, o professor de direito John Banzhaf fala, em depoimento, que os adultos comem *fast food* devido à sua relação de reminiscência com a infância (BARTHES, 1981). Ele conta a história de crianças que brincavam com um cigarro de chocolate e, ao se tornarem

adultos, criaram o hábito de fumar para resgatar, de forma subconsciente, esse período. Da mesma forma ocorre com a comida, que resgata os momentos de alegria que viviam no McDonald’s, com *playgrounds*, brindes e momentos com a família.

Como sentido de valor afetivo, ainda no início do filme, o professor alega que o McDonald’s compra as crianças através dos *playgrounds* dentro das redes, dos brindes nos lanches e do incentivo de festas de aniversário no local. A fala do especialista é posta em *off*, com imagens de cobertura de crianças obesas brincando nos parques. Para enfatizar o valor simbólico do argumento, Spurlock fala: “É por isso que, quando eu tiver um filho, toda vez que passar na frente de um *fast food*, vou dar um soco na cara dele. Assim eles nunca vão querer comer aqui” – referindo-se às memórias reminiscentes da comida e, ainda, com valor simbólico de que a violência contra o filho é menos prejudicial que o afeto pela rede.

A fala é seguida por uma sequência de imagens de crianças se divertindo nos brinquedos do McDonald’s. Spurlock entra nos brinquedos e imita as crianças brincando, como uma metáfora dessa ligação subconsciente do adulto com a infância.

Apontamentos finais

Devido a repercussão, escolas pararam de vender refrigerantes e empresas de *snacks* optaram por produzir opções mais saudáveis, com versões integrais e sem açúcar. A rede McDonald’s passou a patrocinar eventos esportivos, para associar a imagem da empresa a questões de saúde. Ainda, foi desenvolvida uma nova salada pela rede de *fast food*, com menos calorias.

Como prova de valor de gênero, mostrado o valor real do documentário, ao final do mês, o cineasta havia engordado mais de 10 quilos e se encontrava com preocupantes níveis de colesterol e hipertensão, além de uma intensa síndrome de abstinência que incluía dores de cabeça e tremores, ficando extremamente doente após as gravações da produção.

⁵ Recurso técnico de fazer a câmera se passar pelo personagem simulando seus movimentos e seu olhar. Trata-se de uma escritura intradieética que busca inserir o espectador no interior da cena com a intencionalidade de fazê-lo viver a experiência do personagem.

Devido à tamanha repercussão midiática, a empresa envolvida (McDonald's) alterou sua linha de produção, fabricando alimentos mais próximos ao que o diretor chamaria de “saudável” durante o filme, e modificou a estratégia de publicidade na tentativa de mudar a percepção da marca gerada pela produção (com a ideia de que esse seria um alimento que prejudicaria totalmente sua saúde), passando, também, a investir em eventos esportivos com a ideia de mudar a imagem da rede. Além disso, houve uma mudança de legislação nos Estados Unidos e em alguns países do mundo, proibindo a venda de alimentos ricos em gordura e açúcar nas escolas e obrigando a oferta da disciplina de educação física. Ou seja, um único documentário foi responsável por uma grande mudança de percepção da realidade.

Um dos principais pontos que desqualificam as argumentações usadas na narrativa é o exagero do desafio. Um público especializado tem a consciência de que qualquer dieta extremista traz malefícios, ainda mais com alimentação rica em gordura. Para esse grupo de espectadores, os argumentos são descartáveis, pois nenhum consumidor seguiria uma dieta tão extremista, relativizando os resultados.

Porém, Spurlock se preveniu quanto a esse tipo de pensamento. Como encerramento, o diretor usa o recurso da voz de Deus para afirmar: “Eu sei o que você deve estar pensando, que ninguém come isso três vezes ao dia. Você está pensando que é por isso que eu fiquei cheio de problemas. Mas, o mais assustador é que existem pessoas que comem isso regularmente. Algumas pessoas comem isso todos os dias. Então, embora minha experiência possa ter parecido meio extensa, ela não é tão louca assim”. A fala é emblemática, pois consegue sustentar de forma conjunta algumas das teorias expostas por este artigo.

Em primeiro lugar, o documentarista se mostra atento às relações de promessa e recupera as expectativas do público que podem ser quebradas ao final, com as competências de recepção. Através de fatores da realidade, ele mantém o espectador na narrativa e reforça os argumentos levantados desde o início do filme.

Ainda, ao tornar-se sensacionalista, o filme (a experiência) perde os valores verdade. Mas, o diretor, reforça que todos os dados foram baseados no real e ainda apresenta mais números para comprovar o valor de informação do argumento.

Apesar de se aproximar de uma linguagem sensacional, próxima ao exagero dos índices, aproximando-se de um poder simbólico, para que não haja contradição entre as competências de recepção ou quaisquer contra-argumentos que possam aparecer durante a narrativa, ele repete seus principais argumentos de valores ao final do filme, apelando para o valor de gênero e valor verdade do documentário.

Como encerramento, o diretor fala que nada disso importa para as empresas, pois elas não estão preocupadas com a saúde dos consumidores, e sim com os lucros gerados, colocando, mais uma vez, seus posicionamentos políticos e ideológicos. Ele afirma que só depende de nós acabarmos com esse ciclo de morte, doença e lucro, com a iniciativa de parar de comer esses alimentos. “Mas se você quer continuar comendo desse jeito, vá em frente. Com o tempo, você pode ficar doente como eu fiquei, e pode até acabar aqui”, fala em off, com a imagem de um hospital como cobertura. Em seguida, aparece a foto de um cemitério em que o narrador diz: “Ou você pode acabar aqui”, gerando extremo valor simbólico e afetivo ao encerramento da narrativa.

O diretor continua o questionamento e, com a imagem de um cemitério como cobertura, ele fala em voz off: “A questão principal é: quem você quer que vá primeiro? Você ou eles?”, mostrando, ao fundo, a imagem do túmulo do Ronald McDonald's (BOURDIEU, 1989).

Em suma, o documentário se mostra inteiramente ancorado em valores reais, justificando cada argumento por meio de dados e entrevista de especialistas (JOST, 2004). A narrativa apresenta extremo valor afetivo de proteção à vida e à valorização da saúde, sensibilizando os espectadores por meio dessa principal linha de argumentação (GENETTE, 1991). Um espectador que se importe com a própria vida e a com a preservação da saúde pode se sentir minimamente emocionado com a narrativa (BARBERO, 1997).

Nesse momento, na última cena da produção, a atmosfera inicial volta e as imagens aparecem de forma dinâmica, com cores vibrantes, em cortes rápidos e secos, remetendo à ideia inicial de que tudo pode ficar bem, desde que você não se alimente por tais empresas.

Referências

- ARISTÓTELES. Poética: Aristóteles. São Paulo. Edipro, 2011.
- BAUDRILLARD, Jean. Simulacros e Simulações. Lisboa. Relógio d'água, 1981.
- BAKHTIN, Mikhail. Estética da criação verbal. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- BARTHES, Roland. Introdução à análise estrutural da narrativa. In:
- BARTHES, Roland et al (Org.). Análise estrutural da narrativa. 7. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1981. Cap. 2. p. 19-62.
- BOURDIEU, Pierre. O Poder Simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil S.a, 1989. 314 p. Tradução de Fernando Tomaz.
 _____. Sobre Televisão. Porto Alegre: Zahar, 1997.
- BREED, W. (1955). "Social Control in the Newsroom: A Functional Analyses". Social Forces, Vol.33, Outono. In Traquina, N. (op.cit)
- BRESCHAND, Jean. Le Documentaire: L autre Face Du Cinéma. Paris: Cahier Du Cinema, 2002.
- CHOMSKY, N. e HERMAN, e. (1979). The political Economy of Humans Right. Vol.I. Montreal: Black Rose Books
- GENETTE, Gérard. Fiction et diction. Paris:Seuil,1991.
 _____. Figures III. Paris, Colção Poétique, 1972.
 _____. Palimpsestes. Paris, Paris: Points, Seuil, 1992.
- JENKIN, Henry. Cultura da Convergência. Tradução de Susana Alexandria. São Paulo (SP): editora Aleph, 2008.
- JIMÉNEZ, Jesús Garcia. Narrativa Audiovisual. Madrid: Cátedra, 1996.
- JOST, François. O que significa falar de realidade para televisão? In: GOMES, Itania Maria Mota et al. Televisão e Realidade. Salvador: Editora da Universidade Federal da Bahia, 2009. Cap. 2. p. 13-30.
 _____. Seis lições sobre Televisão. Porto Alegre: Editora Sulina, 2004.
- KELLNER, Douglas. A Cultura da Mídia: Estudos Culturais: identidade e política entre o moderno e pós-moderno. Bauru: Edusc, 2001.
- LÈVY, Pierre. A Inteligência Coletiva: por uma Antropologia do Ciberespaço. São Paulo: Loyola, 1998.
- LUHMANN, Niklas. A realidade dos meios de comunicação. 3. ed. São Paulo: Paulus, 2005.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: URFJ, 1997.
- MCLUHAN, Marchall. Os meios de comunicação como extensão do homem: Understanding media. São Paulo: Cultrix, 1963.
- MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.
 _____. O Cinema ou o Homem Imaginário. Lisboa: Moraes Editores,1970.
- NICHOLS, Bill. Introdução ao documentário. Campinas, São Paulo. Papyrus, 2005, 269 p.
- PRATTEN, Robert. Getting Started with Transmedia Storytelling. London, 2011.
- PROENÇA, Graça. História da Arte. São Paulo: Ática, 2002.
- PLATÃO. A Alegoria da Caverna: livro VII da República. Lisboa. Ésquilo Edições e Multimédia, 2002.

PROPP, Vladimir. Morfologia do conto Maravilhoso. Brasil: Copymarket, 2001.

RICOEUR, Paul. Tempo e Narrativa. Vol. III. Campinas : Papirus, 1996.

SEARLE, John R. Sens et Expression. Pais: Minuit, 1982.

SODRÉ, Muniz. A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópoles, RJ. Vozes, 2009.

STAR WARS WIKI. Império Galáctico. Disponível em: <http://pt.starwars.wikia.com/wiki/Imp%C3%A9rio_Gal%C3%A1ctico>. Acesso em: 12 dez. 2017.

TRAQUINA, Nelson. O estudo do jornalismo no século XX. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

VÉRON, Eliseo. La Semiosis Sociale – fragments d’une theórie de la discursivité. Saint Denis:PUV, 1987.

VIZER, Eduardo A. et al. El ojo de dios: conectados y vigilados. Los medios como ecología del poder. In: A VIZER, Eduardo (Org.). Lo que MacLuhan no predijo. Buenos Aires: Asaec, 2013. Cap. 15. p. 173-187.

ZYGMUND, Bauman. Vida Líquida. Rio de Janeiro. Jorge Zahar, 2007.