



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

CLEANE MARIA SANTOS DE LIMA

**INFOTENIMENTO NO AMBIENTE COLABORATIVO YOUTUBE: UM ESTUDO
DE CASO DO CANAL DESCE A LETRA**

Salvador

2018

CLEANE MARIA SANTOS DE LIMA

**INFOTENIMENTO NO AMBIENTE COLABORATIVO YOUTUBE: UM ESTUDO
DE CASO DO CANAL DESCE A LETRA**

Monografia apresentada ao curso de graduação em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo.

Orientadora: Profa. Dra. Natália Moura Pacheco Cortez

Salvador

2018

Dedico este trabalho para todas as minorias que buscam um mundo melhor com força e resistência através da educação.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, a minha mãe, Cristina — por ter criado cinco filhos com muita garra e coragem, e nunca ter desistido perante as dificuldades da vida para termos uma boa educação. Sem ela eu não existiria e não seria a mulher que sou hoje. Obrigada pela força e carinho.

A minha irmã, Cristiane — a primeira a ter um ensino superior na família e ter me apresentado ao universo da leitura quando eu ainda era apenas uma garotinha. Obrigada por imprimir todas as minhas apostilas e trabalhos.

A minha prima, Elissandra — por ser exemplo de que o estudo é o caminho mais digno de conquistar nossos objetivos. E por compartilhar comigo seu arsenal de livros para o meu entretenimento.

Aos Rangarianos, por motivo de serem muitos não irei citar nomes. Obrigada por terem contribuído e tornado minha experiência na faculdade um dos melhores momentos da minha vida. Pelas tentativas de juntar todos nos encontros de amigo secreto de final de ano, das nossas viagens que afetaram a nossa intimidade. Obrigada por tudo e graça a vocês, posso dizer que tenho muitos amigos pretos e pretas formados em diversas áreas.

Às Zhuntinhas — Sara, Lara, Milena e Jessica, por mostrarem que mesmo com brigas e discussões, a amizade sempre prevalece.

A Leandro Colling e André Lemos por terem contribuído em dois momentos divisores de água da minha educação acadêmica. Leandro Colling, por ter me apresentado ao curso de jornalismo como uma opção de carreira. A André Lemos, por ter me dado a oportunidade de ser monitora da sua disciplina. Obrigada pela experiência que abriu meus olhos para um mundo em que comunicação e tecnologia não são apartados, até então pouco conhecido por mim, contribuindo para a escolha de tema deste trabalho.

Aos professores do Colégio Vera Lux, que mesmo em um colégio apelidado de Vera Lixo, não deixou o ensino consciente de lado e me incentivou a trilhar caminhos fugindo das armadilhas que encontramos na periferia.

A minha orientadora, Natália Cortez, que aceitou me orientar sem mesmo ter um projeto definido e iluminou meu caminho, minhas ideias. E por fazer eu desejar gravar todas as nossas reuniões de tão importantes que foram para a produção do meu trabalho.

Não concordo com o que você diz, mas defenderei até a morte seu direito de dizê-lo.

Voltaire

A tarefa não é tanto ver aquilo que ninguém viu, mas pensar o que ainda ninguém pensou sobre aquilo que todo mundo vê.

Arthur Schopenhauer

RESUMO

Ambientes colaborativos como o Youtube transformaram a lógica de produzir e consumir informação. As especificidades do infotenimento nesse ambiente, delineado pelo fluxo comunicacional e pela linguagem híbrida que o caracteriza são alguns dos pontos presentes neste trabalho. O ato de informar por meio do entretenimento ou de entreter e informar conforme a configuração do ambiente colaborativo do YouTube são observados a partir dos elementos apresentados na narrativa das informações transmitidas nos vídeos. Desta forma, o objetivo deste trabalho é investigar como o infotenimento se faz presente em notícias relacionadas a Donald Trump na produções audiovisuais do canal Desce a Letra do Youtube.

Palavras-chave: infotenimento, youtube, Donald Trump, notícias digitais, ambiente colaborativo, teoria-ator-rede, media ecology.

ABSTRACT

Collaborative environments like Youtube have transformed the logic of producing and consuming information. The infiltration specificities in this environment, delineated by the communication flow and by the hybrid language that characterizes it, are some of the points present in this work. The act of informing through entertainment or entertaining and informing according to the configuration of the YouTube collaborative environment is observed from the elements presented in the narrative of the information transmitted in the videos. In this way, the objective of this work is to investigate how the infotainment is made present in news related to Donald Trump in the audiovisual productions of the channel Desce a Letra do Youtube.

Keywords: infotainment, youtube, Donald Trump, digital news, collaborative environment, theory-actor-network, media ecology.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1:	Primeiro vídeo postado no Youtube	15
Imagem 2:	Pensou em vídeo, pensou em youtube	16
Imagem 3:	Carreira que crianças querem seguir	17
Imagem 4:	Página inicial Youtube	19
Imagem 5:	Página inicial do usuário	20
Imagem 6:	Estrutura do vídeo	21
Imagem 7:	Primeiro vídeo do Cauê Moura	40
Imagem 8:	Logomarca do Desce a Letra	41
Imagem 9:	Expressão facial do Cauê	43
Imagem 10:	Vinheta do quadro	43
Imagem 11:	Risada de Cauê Moura	44
Imagem 12:	Oompa-Loompas	45
Imagem 13:	Trump como Oompa-Loompa	46
Imagem 14:	Endereço da loja	46
Imagem 15:	Nova abertura	47
Imagem 16:	Logomarca Desce a letra	47
Imagem 17:	Aproximação da imagem	48
Imagem 18:	Montagem com Trump	49
Imagem 19:	Imagem do twitter	50
Imagem 20:	Imitando o Trump	50
Imagem 21:	Cheetos e dedos de cheetos	51
Imagem 22:	Imagem de trump	51
Imagem 23:	Exclamações do Cauê	52
Imagem 24:	Imagem do twitter	53
Imagem 25:	Imitação do rapper	53
Imagem 26:	Meme da criança birrenta	54
Imagem 27:	Aproximação de tela	55
Imagem 28:	Imitação de Cauê	55
Imagem 29:	Taco do diálogo	56
Imagem 30:	Grito do Cauê	56
Imagem 31:	Stephen Curry	57
Imagem 32:	Imitação do Kiko	58

Imagem 33:	Twitter do LeBron	58
Imagem 34:	Colin Kaepernick	59
Imagem 35:	Colin Kaepernick se ajoelha	59
Imagem 36:	NFL se ajoelha	60
Imagem 37:	Risada do Cauê	60
Imagem 38:	Stevie Wonder no show	61
Imagem 39:	Caras de Cauê	62
Imagem 40:	Drauzio Varella	62
Imagem 41:	Donald Trump	63
Imagem 42:	Rap de Eminem	64
Imagem 43:	Jornal Hoje	64
Imagem 44:	Drauzio Varella em zoom	65
Imagem 45:	Taco dos tacos	65
Imagem 46:	Cauê de ressaca	66
Imagem 47:	Cauê lendo o twitter	67
Imagem 48:	Reproduzindo twitter	67
Imagem 49:	Cauê ameaça bater o taco na mesa	68
Imagem 50:	Expressão de indignação	68
Imagem 51:	Mapa do Estado	69
Imagem 52:	Roy Moore	70
Imagem 53:	Cauê cantando	70
Imagem 54:	Música de Dorival Caymmi	71
Imagem 55:	Duro de matar e Arranha-céu	72
Imagem 56:	Doug Jones	72
Imagem 57:	Palmas e grito do Cauê	73

LISTA DE TABELAS

Tabela 1:	Elementos dos vídeos	77
Tabela 2:	Elementos dos vídeos 2	77

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1:	Referências Intertextuais	78
Gráfico 2:	Origem das pautas	79
Gráfico 3:	Objetos usado em cena	79

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
2. O YOUTUBE	15
2.1 DESIGN DE INTERAÇÃO DO SITE	18
2.2 YOUTUBE COMO AMBIENTE MIDIÁTICO	22
2.3 O PROSSUMIDOR	27
3. O INFOTENIMENTO	32
3.1 INFOTENIMENTO NO JORNALISMO	33
3.2 A NOTÍCIA SÉRIA E DIVERTIDA	36
3.3 INFOTENIMENTO NA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL	37
4. O CANAL E SUAS PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS	40
4.1 DESCE A LETRA	40
4.2 PORQUÊ O DONALD TRUMP?	41
4.3 AS PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS	42
4.3.1 VÍDEO “HEUAHEUAHEAUEHAUEH MANO”	42
4.3.2 VÍDEO “PODE BATER NA FAMÍLIA SIM”	46
4.3.3 VÍDEO “MURICA”	52
4.3.4 VÍDEO “TOLERÂNCIA ZERO NESSA PORRA”	54
4.3.5 VÍDEO “VISH VÁRIAS POLÊMICAS HEIN”	56
4.3.6 VÍDEO “EMINEM SEM MASSAGEM”	61
4.3.7 VÍDEO “ELA ACHOU QUE ERA ESPERTA HEHAUEHA”	65
4.3.8 VÍDEO “OS CARA APEDREJARAM O BOM VELHINHO”	69
5. ASPECTOS METODOLÓGICOS	74
6. CATEGORIZAÇÃO DOS DADOS COLETADOS	77
6.1 RESULTADOS	79

7. CONCLUSÃO	81
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	84
ANEXOS	88
ANEXO 1	88
ANEXO 2	89
ANEXO 3	90
ANEXO 4	90
ANEXO 5	91
ANEXO 6	91

1. INTRODUÇÃO

O Youtube é uma plataforma colaborativa da internet com um grande arsenal de produções audiovisuais online. É um ambiente midiático em que podemos encontrar informações de diversas áreas, como política, economia, ciência e entretenimento. Devido ao seu crescimento¹, a plataforma tem sido alvo de estudos e pesquisas que buscam compreender o fenômeno na era digital. Desta forma, o Youtube é o ambiente comunicacional objeto empírico desta pesquisa.

Esse estudo tem o objetivo de investigar e analisar como o infotainment se faz presente em notícias de Donald Trump nos vídeos do canal Desce a Letra do Youtube. E para isso, iremos identificar o que caracteriza o ambiente da plataforma.

No primeiro capítulo, é feito um apanhado do surgimento do site de compartilhamento e como se tornou uma das principais plataformas de produções audiovisuais da atualidade, um sucesso ao se tornar o principal meio de informação da nova geração. A plataforma carrega elementos caracterizantes do meio, não limita o informar do entreter, de característica democratizante da informação e de fornecedor de famosos e artistas. Compreenderemos que o Youtube é um ambiente midiático, agregador de outros meios comunicacionais com fluxo de comunicação própria, mas com uma linguagem híbrida e multimidiática. Ao longo do tempo, o Youtube é alvo de pesquisadores e estudiosos, por ser um meio relevantemente novo comparado a outros meios comunicacionais, mas que possibilita um universo de informação coletiva.

Ainda nesse primeiro capítulo, compreendemos melhor quem são os produtores da plataforma que alimentam com seus vídeos e conteúdos. Discute-se que o Youtube é resultado da constante interação e ação de atores presente na rede. Associações constituídas como híbrido que agencia instâncias humanas e maquínicas. Cada instância, como normas e regras, algoritmos, canais, youtubers e visitantes são fundamentais na manutenção do site. Todos capazes de deixar rastros e modificar o Youtube.

No segundo capítulo, discorremos como a informação e o entretenimento surgiram. De gêneros considerados distintos, o infotainment - informação com entretenimento - ganhou espaços antes nunca imaginados. Mesmo no jornalismo, por ser uma instituição historicamente e academicamente considerada séria e formal, o infotainment começou a

¹<https://revistagalileu.globo.com/Tecnologia/noticia/2018/09/tempo-assistindo-ideos-no-youtube-cresce-135-em-4-anos.html>

aparecer para atender a nova geração e um público que busca informação, mas também quer diversão e lazer. Mesmo com a imprecisão do surgimento do infotenimento, alguns autores como Fabia Dejavitte (2006) e Thussu (2007) arriscam em determinar um período da sua origem.

No terceiro capítulo apresentaremos os vídeos analisados e seus conteúdos. Foram selecionadas oito vídeos com temática principal, o Donald Trump. Por ser um personagem icônico e ter sido autor de várias polêmicas durante a corrida presidencial nos Estados Unidos, o Trump é alvo de pautas diversas vezes nos vídeos. Neste capítulo, identificamos o que caracteriza o locutor, como os vídeos são produzidos, além do Trump, quais semelhanças fazem presente. Identificamos as caracterizações do canal, do Cauê Moura, dos vídeos, além da origem. Para isso, quantitativamente foram identificados elementos frequentemente presentes em todos os vídeos. Neste parte, fazemos uma descrição completa da produção apresentada pelo Cauê, para entendermos e identificar aspectos do infotenimento.

Por fim, concluímos que o Youtube é o espaço da informação e do entretenimento presente em um material colaborativo e participativo. Resultados da metodologia de categorização das informações, da análise de conteúdo e discurso que identificamos a presença do infotenimento não como um simples elemento participante, mas como aspecto fundamental na produção da notícia. O infotenimento é característico da produção audiovisual no Youtube, pela livre criatividade de produção e liberdade de possibilitar que qualquer pessoa possa contribuir com seu conhecimento.

2. O YOUTUBE

O site de compartilhamento Youtube foi criado em fevereiro de 2005 por três ex-funcionários da PayPal - Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim². O primeiro vídeo compartilhado foi do co-fundador Jawed Karim, em 23 de Abril de 2005. Com apenas 18 segundos, intitulado “Me at the Zoo”, possui mais de 46 milhões de visualizações.

Imagem 1: Primeiro vídeo postado no Youtube



Fonte: youtube.com / Acessado em 17/04/2018

No ano seguinte a sua criação, o Youtube foi comprado pelo Google Inc. Os criadores venderam por 1.65 bilhões de dólares³. Um valor considerado baixo, comparado ao sucesso atual da plataforma.

Em 2008, ficando apenas atrás do Google e Facebook, o Youtube se tornou o terceiro site mais acessado, segundo a lista Alexa. Deste ponto em diante, a plataforma passou por

² Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/YouTube>

³ Disponível em <http://tecnologia.terra.com.br/noticias/0,,OI1182065-EI12884,00-Google+confirma+compra+do+YouTube+por+US+bi.html>. Acesso dia 15.04.2018

diversas mudanças, de algoritmos a interface do site, tornando-se, assim, uma das plataformas de maior sucesso. Segundo estatísticas do próprio site⁴, o Youtube tem cerca de 1 bilhão e 9 mil usuários, representando quase um terço dos internautas, e diariamente essas pessoas assistem bilhões de horas de vídeo gerando outro bilhões de visualizações.

De acordo com dados do relatório Youtube Insights⁵, o site de compartilhamento é acessado por 95% da população online brasileira. O relatório também mostra que o Youtube deixou de ser apenas um endereço para compartilhamento de vídeos, mas também um local em que as pessoas procuram se informar. A publicação constatou que 59% dos entrevistados afirmaram melhor usar a plataforma para ver notícias, enquanto 31% vêem o site como uma fonte de aprendizado. E quando pensa em produções audiovisuais, o Youtube ganha de outros meios comunicacionais.

Imagem 2: Pensou em vídeo, pensou em youtube



Fonte: Youtube Insights / Acessado em 17/04/2018

Originalmente o slogan da plataforma era “Your Digital Video Repository (seu repositório de vídeos digitais), ideia inicial dos co-fundadores. Contudo, após ser vendida para o Google.Inc, o logotipo passou a ser “Broadcast Yourself”, que no português pode ser traduzido para transmita-se, faça você mesmo. Mesma lógica carregada no nome da

⁴ Disponível em <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press/>

⁵ Relatório (2017) que reúne dados de categorias do youtube com propósito de fornecer matéria-prima para o planejamento de agências e marcas. Disponível em <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/youtubeinsights/2017/de-play-em-play/>. Acesso dia 17/07/2018

plataforma, o “You” você em português e “Tube”, que é relacionado a televisão, ou seja você na televisão, você se projetando para outros.

O produtor de conteúdo do Youtube passou a ser cobiçado como carreira profissional. Assim como afirma uma pesquisa realizada em 2017 pela First Choice para o Jornal The Sun⁶, em que 34%, das crianças desejavam trabalhar com vídeos para a internet, seguido de blogueiro, o que também já mostra a tendência aos ambientes digitais.

Imagem 3: Carreira que crianças querem seguir



Fonte: criadoresid.com / Acessado em 17/04/2018

Primordialmente colaborativo e participativo, o Youtube depende totalmente da presença de seus produtores, os chamados “Youtubers”. Os youtubers são os usuários que fazem upload de vídeos para a plataforma. O site é mantido por eles criados entre os usuários que produzem e compartilham seus conteúdos e por quem acessa o site. Ambos estão ativamente em conversação alimentando o meio.

Ter um site compartilhado significa que essas produções obtêm uma visibilidade muito maior do que teriam se fossem distribuídas por portais separados e isolados. Significa também a exposição recíproca das atividades, o rápido aprendizado a partir de novas ideias e novos projetos e, muitas

⁶ Disponível em <http://criadoresid.com/estudo-revela-que-o-atual-sonho-das-criancas-e- virar-youtuber/>. Acessado em 17/04/2018

vezes, a colaboração, de maneiras imprevisíveis, entre as comunidades. (JENKINS, 2009, p. 348).

2.1 DESIGN DE INTERAÇÃO DO SITE

Para iniciar o acesso ao site, basta o internauta ter um dispositivo digital como celular ou computador. Há duas formas de acessar o site, o simples espectador que não precisa fazer se cadastrar, contudo algumas configurações e funções não serão disponibilizadas, pois são exclusivas para usuários cadastrados.

Ao entrar no www.youtube.com, é encontrado a interface da página inicial com o logotipo do Youtube à esquerda superior e abaixo categorias de vídeos postados na plataforma, divididos em: em alta, histórico, tenha acesso ao youtube premium, músicas, esportes, jogos, filmes, notícias, ao vídeo, destaque e vídeos em 360°. Assim como o local de busca e link para fazer login.

No centro superior está o espaço para pesquisar conteúdos, e no direito os botões que irão direcionar para a inscrição, download de vídeos, aplicativos e configurações do Youtube. Ao rolar a página, há imagens dos vídeos que estão em alta junto com vídeos de canais recomendados pelo próprio site. Contudo, essa interface é para aqueles que não estão cadastrados, para o usuário a interface é modificada. Onde se encontram as categorias, aparecem os canais inscritos (imagem 5) e no decorrer da página, além dos recomendados, também estão disponíveis vídeos assistidos e não finalizados, assim como os vídeos novos dos canais nos quais está inscrito.

Imagem 4: Página inicial Youtube

The image shows a screenshot of the YouTube homepage. At the top, there is a search bar with the text 'Pesquisar' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar is a 'Fazer login' button. Below the search bar, there are two tabs: 'Início' (selected) and 'Em alta'. The main content area is divided into three sections: 'Em alta', 'Desenho animado - Tópico', and 'Faça-você-mesmo - Tópico'. Each section displays a grid of video thumbnails with their respective titles, view counts, and upload times. The 'Em alta' section features videos like 'Zé Neto e Cristiano - LUGAR BOM', 'Avril Lavigne - Head Above Water', 'As Aventuras de Poliana | capítulo 97 - 27/09/18 - COMPI', 'DJ Snake feat Selena Gomez, Ozuna & Cardi B - Taki Taki...', and 'Rosa de Saron - Invisibili Orme part. Sister Cristina (Clípe Oficial)'. The 'Desenho animado' section includes 'The Pink Panther Show Episode 45 - Twinkle, Twinkle Little Pink', 'Pau em Português | Mal Tempo | Episodio Completo de Pica Pau...', 'Pica Pau em Português | Encontro com o Destino |...', 'Os palhaços mais feliz em desenho, Patatá e Patati 2', and 'INCREDIBLES 2 - Baby Jack Jack vs Raccoon Fight Scene (2018)...'. The 'Faça-você-mesmo' section shows a grid of images related to a 'Windows' update notification. On the left side, there is a navigation menu with options like 'Início', 'Em alta', 'Histórico', 'Tenha acesso ao YouT...', 'O MELHOR DO YOUTUBE', 'Música', 'Esportes', 'Jogos', 'Filmes', 'Notícias', 'Ao vivo', 'Destaque', 'Vídeo em 360°', and 'Procurar canais'. At the bottom of the left menu, there is a 'Faça login agora para ver seus canais e recomendações!' prompt and a 'Faça login' button.

Fonte: youtube.com

Como observado a interface da página é modificada quando o visitante se torna um usuário. O usuário passa a ter um interface mais personalizada com suas preferências de vídeos, de canais, de assuntos baseados em outros vídeos já acessado antes. é uma forma de tornar especial a presença do internauta na plataforma, além de poder fazer seu próprio conteúdo, função exclusiva dos usuários cadastrados.

Imagem 5: Página inicial do usuário

The image shows the YouTube homepage interface. On the left is a sidebar with navigation options: Início, Em alta, Inscrições, BIBLIOTECA (Histórico, Assistir mais tarde, Vídeos marcados...), INSCRIÇÕES (PTXofficial, Fabiano Nichetti, Cauê Moura, Castro Brothers, Cadê a chave?, and a dropdown for 'Mostrar mais 67'), and MAIS DO YOUTUBE. The main content area is titled 'Recomendados' and displays a grid of video thumbnails. Each video card includes a thumbnail, title, channel name, and view count. A watermark for 'Ativar o Windows' is visible in the bottom right corner of the video grid.

Fonte: youtube.com

Os cadastrados podem dar like ou dislike - recurso que promove o vídeo para a categoria em alta - fazer comentários, compartilhar em outras plataformas como o facebook, além de poder criar seu próprio e produzir conteúdo.

Cada vídeo apresenta estrutura com título, número de visualizações, botões de like, dislike e compartilhar; adicionar a, caso o usuário tenha uma playlist; nome do canal do vídeo; data de postagem; número de inscritos do canal, comentários e ao longo da página do lado esquerdo outros vídeos recomendados. A lógica do Youtube é feita através da quantidade de visualização que cada vídeo tem, se o vídeo tiver grande número de visualização, irá para a página inicial na categoria em alta. Está é a forma do youtube agenciar e dar maior credibilidade a youtubers com maiores visualizações, o incentivando a produzir mais conteúdo, que gera maior produções para a plataforma.

Imagem 6: Estrutura do vídeo

3 DIAS DE OFERTAS
ECONOMIA DE R\$ 400
14" Vostro 14 5000
8ª geração do processador Intel® Core™ i7
Frete grátis
Compre agora

Próximo REPRODUÇÃO AUTOMÁTICA

ELA BATEU NO JASON! - Friday the 13th: The Game
Coisa de Nerd
2,6 mi visualizações

O JASON VAI ME PEGAR!!! - Friday the 13th: The Game
malena010102
98 mil visualizações
Novo

VIREI UM CRIMINOSO
Felipe Neto
1,5 mi visualizações
Novo

SUPERMERCADO
whinderssonnunes
4,5 mi visualizações
Novo

O QUE TEM NUMA CAIXA MISTERIOSA DE CAIXAS
Gato Galactico
925 mil visualizações
Novo

OS MAIORES SUSTOS! - Friday the 13th: The Game

PIQUE-PEGA COM O JASON! - Friday the 13th: The Game
690.396 visualizações 118 MIL 648 COMPARTILHAR

Coisa de Nerd
Publicado em 17 de abr de 2018
INSCREVER-SE 8,1 MI

INSCREVA-SE! É DE GRAÇA: <https://goo.gl/5hy7QB>
Camisetas: <http://bit.ly/2arsmPr>

5.202 comentários CLASSIFICAR POR

Adicionar um comentário público...

Vinicius Gamer 1 dia atrás
Pq vcs não gravaram na sexta-feira 13???

297 RESPONDER

Fonte: youtube.com / Acessado em 19/04/2018

A transmissão ao vivo também é uma das ferramentas que está disponível para os usuários da plataforma. Essa função tem se mostrado um marco. Em 2018, a transmissão ao vivo do Oscar⁷ de 2018, feito pelo canal do youtuber Felipe Neto⁸, superou lives de outros veículos de comunicação, como Jornal Washington e a Revista People. A live obteve 2,5 milhões de visualizações, com um total de 180 mil pessoas assistindo em uma transmissão de 6 horas.

⁷ Maior prêmio anual do cinema mundial, entregue pela Academia de Artes e Ciências Cinematográficas.

⁸ Disponível em <https://leodias.odia.ig.com.br/colunas/leo-dias/2018/03/5519516-felipe-neto-fez-a-maior-live-do-oscar-no-mundo.html>

2.2 YOUTUBE COMO AMBIENTE MIDIÁTICO

O crescimento do Youtube⁹ no Brasil colaborou de forma exponencial para a criação das práticas comunicativas das quais todos podem participar e colaborar, o que a diferencia da mídia tradicional (rádio, tv, jornal, revista) por possibilitar ao cidadão comum produzir e escolher de que forma consumir informação. André Lemos (2013) discute,

A cibercultura vai se caracterizar pela formação de uma sociedade estruturada através de uma conectividade telemática generalizada, ampliando o potencial comunicativo, proporcionando a troca de informações sob as mais diversas formas, fomentando agregações sociais. (LEMOS, 2013, p. 88)

O Youtube é um ambiente composto por elementos de outros meios de comunicação e outras linguagens. Esse ambiente midiático não é puro, mas se forma e transforma nas interconexões internas e externas. Não é uma essência, é o resultado de um contato contínuo e de mão dupla entre dispositivos e humanos, sujeito e tecnologia.

Neil Postman (1990) discorre que é necessário entendermos a mídia “as environment”, como um ambiente em que estão imbricadas “n” fatores, que podem ser humanos ou não. É um ambiente em que humanos e não humanos estão em constante processo de interação, objeto afetando indivíduo e vice-versa. Quando falamos do Youtube, não estamos falando apenas da plataforma em si como um aparato tecnológico, mas como resultado da interação entre humano e objetos.

Postman (1970) afirma que um sistema quando afeta o outro gera mudanças em si e na cultura do coletivo.

Um ambiente é, afinal de contas, um sistema de mensagens complexo que afeta ao ser humano nas formas de pensar, sentir e se comportar. Estrutura o que vemos e dizemos e, portanto, fazemos.

Atribui papéis e insiste na nossa reprodução. Especifica o que podemos fazer e o que não somos. Às vezes, como no caso de um tribunal, sala de aula ou escritório comercial, as especificações são explícitas e formais¹⁰. (POSTMAN, 1970, p.17).

⁹ De acordo com o relatório YouTube Insights, cerca de 95% da população online brasileira acessa o site pelo menos uma vez por mês.

¹⁰ Tradução nossa. “An environment is, after all, a complex message system which imposes on human beings certain ways of thinking, feeling, and behaving. It structures what we can see and say and, therefore, do. It assigns roles to us and insists on our playing them”.

It specifies what we are permitted to do and what we are not. Sometimes, as in the case of a courtroom, or classroom, or business office, the specifications are explicit and formal”.

O conceito de Neil Postman (1970), “Media Ecology” pretende integrar os diferentes processos da esfera tecno-sócio-comunicacional, buscando entender como a tecnologia interage e interfere nas ações e na individualidade das pessoas e vice-versa. Nenhuma mídia se consolida sozinha, é preciso a ação e a presença do sujeito, e desta forma modifica o cognitivo e a percepção do indivíduo. Da mesma forma que um meio comunicacional pode modificar ou introduzir uma nova maneira de comunicação e produção, o indivíduo é modificado e reflete também nesse meio. “As novas tecnologias alteram a estrutura de nossos interesses: as coisas sobre as quais pensamos. Alteram o caráter de nossos símbolos: as coisas com que pensamos. E alteram a natureza da comunidade: a arena na qual os pensamentos se desenvolvem.” (POSTMAN. 1994, p. 29).

Bruno Latour (2012), em Teoria Ator-Rede (TAR) complementa a configuração que há entre objeto e sujeito. A TAR defende que o coletivo é feito de humanos e não humanos. Cada ação é mediada tanto por objeto quanto por humanos, e juntos formam um coletivo, um conjunto. Para ressaltar a relação entre objetividade e subjetividade, Latour (2001, p. 222) sugere o uso de coletivo ao invés de sociedade, pois para ele o primeiro é mais amplo que o segundo por enfatizar as associações entre objeto e sujeito. Adotar o coletivo ao invés de sociedade, significa levar em conta que as diversas partes (humanos e não humanos) integram o todo. A noção de coletivo é como um intercâmbio de propriedades humanas e não humanas no interior de um ambiente midiático.

[...]o jogo não consiste em estender a subjetividade às coisas, tratar humanos como objetos, tomar máquinas por atores sociais e sim “evitar a todo custo o emprego” da distinção sujeito-objeto ao discorrer sobre o entrelaçamento de humanos e não humanos. O que o novo quadro procura capturar são os movimentos pelos quais um dado coletivo “estende” seu tecido social a “outras” entidades. (LATOUR, 2001, p. 222-223).

Na Teoria Ator-Rede, a rede e o ator é uma única entidade, representado pelo hífen que liga os termos (Latour, 2012). Não existe ator, se não existir rede. O ator só existe porque ganha forma ao estar em uma rede

[...] As duas partes são essenciais, daí o hífen, A primeira parte (o ator) revela o minguido espaço em que todos as grandiosos ingredientes do mundo começam a ser incubados; a segunda (a rede) explica por quais veículos, traços, trilhas e tipos de informação são colocados dentro desses lugares e depois, uma vez transformado ali, expelido de dentro de suas estreitas paredes. Eis por que a "rede" com hífen não está aí como presença sub-

reptícia do contexto, e sim como aquilo que conecta os atores. (LATOURE, 2012, p. 260)

Pierre Lévy (1990, p. 22) corrobora com Latour (2012) ao dizer que também é impossível separar o humano de seu ambiente material, assim como dos signos e das imagens por meio dos quais eles atribuem sentido à vida e ao mundo. Da mesma forma, não podemos separar o mundo material – e menos ainda sua parte artificial – das ideias por meio das quais os objetos técnicos são concebidos e utilizados, nem dos humanos que os inventam, produzem e utilizam (Lévy, 1999, p. 22).

Assim como Latour, Levý (1993) discute se as tecnologias realmente exercem algum tipo de impacto na vida humana. Ambos não deixam espaço para o determinismo tecnológico ou determinismo humano (antropocentrismo), pois rompem com a ideia de explicar algum fenômeno pela causa e efeito, mas em discorrer as ações que ocorrem dentro das instituições, através do que Latour (2012) chama de associação, resultado da ação e reação dos atores (actantes). No contexto entendido como cibercultura, André Lemos (2013) concorda ao afirmar que,

A cibercultura forma-se, precisamente, da convergência entre o social e o tecnológico, sendo através da inclusão da socialidade na prática diária da tecnologia que ela adquire seus contornos mais nítidos. Não se trata, obviamente, de nenhum determinismo social ou tecnológico, e sim de um processo simbiótico, onde nenhuma das partes determina impiedosamente a outra. (LEMOS, 2013, p. 90).

São diversos atores agindo dentro da rede e formando a cada interação uma associação. Associações resultantes do processo simbiótico entre humanos e não humanos. “Qualquer coisa que modifique uma situação fazendo diferença é um ator - ou, caso ainda não tenha figuração¹¹, um actante”. (Latour, 2012, p. 108). Emprestado da semiótica greimasiana, o termo actante (actant) é aquele que faz a ação, interfere ou modifica uma situação. Para discriminar cada vez mais a dualidade de objeto e sujeito, a substituição de ator por actante deixa claro que quem pratica a ação não precisa ser necessariamente humano. O sociólogo Latour (2001) discorre que a palavra ator, do inglês actor, se limita a humano e exclui os objetos do processo, e por se tratar do Youtube com um fluxo de ações humanas e não humanas, como algoritmo, regras e normas da plataforma, dados, programadores, gestores e inúmeros atores que compõem o meio colaborativo, é importante não limitar.

¹¹ Como os algoritmos no trabalho de Stefanie C. da Silveira, em “Os algoritmos no fluxo de conteúdos: uma visão a partir da Teoria Ator Rede”.

A ação não é uma propriedade de humanos, mas de uma associação de atuantes. Papéis “atoriais” provisórios podem ser atribuídos à atuantes unicamente porque estes se acham em processo de permutar competências, oferecendo um ao outro novas possibilidades, novos objetivos, novas funções. Portanto, a simetria prevalece tanto no caso da fabricação quanto no caso do uso. (LATOUR, 2001, p. 210)

A associação passa a existir quando os actantes estão envolvidos na rede. É a própria rede e os traços deixados pelos actantes que transformam e operam as ações objetivas e subjetivas. Para Latour (2012), o dispositivo é criado pelo homem, mas também o recria quando o usa.

A ANT não alega, sem base, que os objetos fazem coisas “no lugar” dos atores humanos: diz apenas que nenhuma ciência do social pode existir se a questão de o quê e quem participa da ação não for logo de início plenamente explorada, embora isso signifique descartar elementos que, à falta de termo melhor, chamamos de não humanos (LATOUR, 2012, p. 109)

Alex Primo (2012) corrobora ao afirmar que devemos dar importância aos dois lados do processo que constitui uma associação ou uma rede. A tecnologia em si, assim como os grupos sociais são moldados reciprocamente. “Nós concordamos que é importante mostrar não apenas como os grupos sociais moldam a tecnologia, mas também como as identidades dos grupos sociais são reconstituídas no processo”. (Kline e Pinch (1999), APUD Alex Primo, p. 625).

De acordo com André Lemos (2015, p. 45), na TAR, humanos e não humanos não são hierarquicamente diferentes, cabendo ao analista distinguir as formas de delegação, mediação e intermediação que se estabelecem em cada associação. Essas associações tendem à estabilização formando caixas-pretas. As controvérsias são sempre momento de abertura das caixas-pretas e, por isso, um momento privilegiado para analisar o social e mostrar suas redes associativas. “A interação acontece em um contexto de comunicação complexo, em que o computador e o usuário são ambos agentes em ação”. (Lemos, 2013, p. 109). Assim como “cada actante é sempre resultado de outras mediações e cada nova associação age também como um actante” (Lemos, 2013, p. 44)

Em Latour (2012), um meio pode ser intermediário ou mediador, mas para o autor são coisas totalmente diferentes, diferenciação importante para a constituição de uma rede ou uma associação. Os mediadores não são meros transmissores de mensagens, como os intermediários. O primeiro tem a capacidade de agir e modificar aquilo que carrega, ou seja a

mensagem entra de um jeito, mas ao sair terá novos sentidos. Enquanto o segundo, apenas carrega a mensagem, da mesma forma que entra, ela sai.

Um intermediário, em meu léxico, é aquilo que transporta significado ou forma sem transformá-los: definir o que entra já define o que sai. Os mediadores, o que entra neles nunca define exatamente o que sai; sua especificidade precisa ser levada em conta todas as vezes. (Latour, 2012, p.65).

“Tornam-se mediadores, ou seja, atores dotados da capacidade de traduzir aquilo que eles transportam, de redefini-lo, desdobrá-lo, e também de traí-lo. Os servos tornaram-se cidadãos livres”. (Latour, 1994, p. 80). A mediação é o processo da ação e transformação dos actantes, assim como a constituição das redes, também entendido como tradução na TAR.

Mediação/tradução é iniciado cada vez que há um novo contato entre humanos e não humanos. Novas associações são criadas a cada interferência que o coletivo cria e sofre. Assim, o ambiente colaborativo do Youtube é modificando sempre que há um novo colaborador, um novo conhecimento, uma nova informação. São modificações provocadas por várias associações, redes e actantes. Desta forma, a cada nova contribuição mais informações vão sendo acrescentadas e reformuladas pelo meio e pelo o indivíduo.

No Youtube, a cada contato de um usuário, de um visitante, de uma modificação na interface ou qualquer ação realizada, seja por instâncias humanas ou máquinas deixam rastros e contribuem para formar uma nova associação. Meios interferindo em meios, objetos e humanos em rede formatando e alimentando o site. Ambiente midiático híbrido em contínuo contato e ação dos actantes. A plataforma é esse conhecimento formado por vários mediadores capazes de modificar o ambiente e formatá-lo. O conhecimento compreendido como inteligência coletiva (Pierre Lévy, 2003). De acordo com Lévy (2003) inteligência coletiva é “[...] uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências”. (2003, p.28). Cada ação provocada pelos colaboradores, é deixado vestígio de suas habilidades, de seus conhecimentos em prol da coletividade.

A inteligência coletiva é algo em que todos os indivíduos podem contribuir, não está restrita a poucos. O saber está em todos na humanidade e todos podem oferecer seu conhecimento, e ninguém deve ser excluído desse contexto. As plataformas wikis¹² são comunidades

¹² Plataforma wiki é um sistema que permite a produção coletiva dos usuários, onde eles podem editar de forma livre as informações contidas na página, como a wikipédia.

colaborativas - inteligência coletiva, locais de livre veiculação de informações por pessoas ordinárias, sem precisar passar por uma redação ou formalidades dos meios tradicionais de produção massiva.

2.3 O PROSSUMIDOR

A introdução das competências do usuário no espaço colaborativo e participativo proporcionou um cenário de reconfiguração e negociação entre quem produz e quem consome. Essa nova geração que cria e recria conhecimento potencializa o fluxo de informação na rede. Segundo Lemos (2003), a liberação do pólo emissor possibilitou uma mudança do paradigma um-para-todos para todos-para-todos. É descentralizar o poder de emissão das organizações comunicacionais e liberar para que qualquer um tenha o direito de produzir conteúdo. Com a liberação do pólo emissor, o sujeito pôde sair da passividade e se tornar mais ativo. A facilidade de uso e apropriação do usuário, que pode se envolver e colaborar com o conhecimento coletivo, é construído dentro da plataforma baseada na estimulação de participação voluntária dos youtubers.

O sujeito que colabora com o processo de produção, Axel Bruns (2008) o chamou de “prosumer”, uma junção de “producer” e “consumer” em inglês. De acordo com ele, o produser é o agente que se responsabiliza por estabelecer diálogo com outras pessoas, além de tecer comentários, análise e sugestões. O produser não recebe a informação passivamente, mas questiona e coleta outras informações para poder criar um novo produtor ou complementar o já em fluxo, destacando-se a forma com que ele se relaciona com o conhecimento e como ele colabora em rede.

A produsage, modelo em que os limites entre consumidores e produtores são entrelaçados, permite a ação produtiva dos produsers. A produsage

[...]permite que todos os participantes sejam usuários bem como produtores de informação e conhecimento - freqüentemente em um papel inerentemente e inextricavelmente híbrido onde o uso é necessariamente também produtivo: os participantes são produsers¹³. (BRUNS, 2008, p.3)

¹³ Tradução nossa. [...]enables all participants to be users as well as producers of information and knowledge – frequently in an inherently and inextricably hybrid role where usage is necessarily also productive: participants are produsers”.

Segundo Bruns (2008, p.3), o sistema de produsage¹⁴ é caracterizado em quatro elementos: a) uma mudança de indivíduos e equipes dedicados como produtores de uma base mais ampla, distribuída geração de conteúdo por uma ampla comunidade de participantes; b) movimento fluído de produtores entre papéis como líderes, participantes e usuários de conteúdo - os produtores podem ter origens variando de profissional para amador; c) Os artefatos gerados não são mais produtos em um sentido tradicional: eles estão sempre inacabados, e continuamente em desenvolvimento - tal o desenvolvimento é evolutivo, iterativo e palimpsestic¹⁵ e d) a produção é baseada em regimes permissivos de compromisso que se baseia no mérito mais do que propriedade: eles frequentemente empregam direitos autorais, sistemas que reconhecem autoria e proíbe o uso comercial não autorizado, ainda habilita colaboração contínua sobre outros conteúdos.

Tal fenômeno está citado no que Jenkins chama de comunidades de conhecimento, anteriormente discorrido por Lévy (1994). Os indivíduos colocam ao serviço colaborativo o seu conhecimento. “Todos podiam jogar, contribuir com sua expertise, aplicar suas habilidades em solucionar quebra-cabeças, e assim todo mundo sentia que havia contribuído para o resultado”. (2009, p. 86).

Outros estudiosos estão identificando o novo produtor de conteúdo digital, com outros termos como consumidor 2.0 (Inês Amaral, 2002), prosumer ou prossumidor (Alvin Toffler, 1980), interagente (Paula Bório, 2014) e gatewatching (Axel Bruns, 2003).

A noção de Gatewatching por Axel Bruns (2003) é outro conceito que caracteriza o sujeito produtor e consumidor. Em contrapartida ao gatekeeping¹⁶ do jornalismo, o gatewatching é exatamente esse sujeito que não fica apenas a mercê do que os “guardadores de portões” querem ou não que o público saiba. Segundo Bruns (2013), o gatekeeping comandou a transmissão da notícia por um tempo, controlando o que devia ou não passar pelos portões.

¹⁴ Tradução nossa. Produsage can be described through four key characteristics: • a shift from dedicated individuals and teams as producers to a broader-based, distributed generation of content by a wide community of participants; • fluid movement of producers between roles as leaders, participants, and users of content – such producers may have backgrounds ranging from professional to amateur; • artefacts generated are no longer products in a traditional sense: they are always unfinished, and continually under development – such development is evolutionary, iterative, and palimpsestic; • produsage is based on permissive regimes of engagement which are based on merit more than ownership: they frequently employ copyright systems which acknowledge authorship and prohibit unauthorised commercial use, yet enable continuing collaboration on further content improvement.

¹⁵ A palimpsest é um manuscrito que tem sido apagado e reescrito.

¹⁶ Gatekeeping é um conceito jornalístico, em que o fluxo de notícias passam por portões/gates e o keep, o jornalista que seleciona o que será ou não publicado.

Contudo, com a liberação do pólo emissor, a seleção dos gatekeepers se tornou - para não dizer obsoleta - de menor importância no processo da produção da informação.

Nova configuração em que a audiência participa, colabora e organiza a produção da notícia, da informação, tornando o processo aberto e sem finalização. Como afirma Bruns (2013), “gatewatching tornou-se o paradigma oculto para uma variedade de esforços de publicação on-line, desde blogs até a publicação de notícias abertas; é uma prática que é altamente adequada à estrutura informacional geral da World Wide Web”¹⁷. (p.07).

Gatewatching é uma recontextualização do gatekeeper, em que novas atribuições são adicionadas, renovadas. É uma nova forma de filtrar as informações da internet, substituindo o porteiro (gatekeeper) pelo vigia (gatewatching), sendo o gatewatching está presente nas comunidades coletivas e colaborativas que tem o poder de interferir e escolher aquilo que acha relevante para transmitir.

Em sua tese, Bório (2014, p.17) discute, o interagente ainda não está definido e nem definiu o ambiente ao qual está inserido. E que a interação entre os meios, as produções e os outros prosumers serão impactados entre eles. “O prosumer está conduzindo o processo da convergência para rumos ainda indefinidos, mas facilmente observáveis no momento presente, impactando os conteúdos midiáticos e a relação entre público e os meios audiovisuais”. O prossumidor que podemos ver hoje está em constante modificação e também modificando o seu redor. O colaborador da plataforma é produto inacabado de sua interação com o site, assim quanto com os dispositivos que são usados em seus conteúdos e produções audiovisuais.

A plataforma de compartilhamento passou e ainda passa por transformações. O youtuber, ao colaborar com produções audiovisuais e os conteúdos, molda e transforma a si e a própria plataforma por essa ação, transforma a cultura ao qual está imersivo. É a ação dos actantes, dos mediadores segundo a TAR. A plataforma e o colaborador estão em constante relação, um modificando o outro e produzindo novos sentidos e novas configurações. São ações que criam e recriam novas configurações e novas formas de manusear o dispositivo, assim como novos jeitos de ver o mundo.

Esses mediadores, ou actantes (termo da semiótica greimasiana), são tudo aquilo que produz ação sobre outros, podendo ser tanto humanos como não

¹⁷ Tradução nossa. “Gatewatching has become the underlying paradigm for a variety of online publishing efforts from blogging to open news publishing; it is a practice which is highly suited to the overall informational structure of the World Wide Web”.

humanos. Eles compõem as redes e são eles mesmos redes, mônadas, partes e todo ao mesmo tempo. Cada actante é sempre fruto de outras associações e cada associação age também como um actante. Ele pode ser um mediador ou cessar essa atividade transformando-se em um intermediário. Não há essência nos objetos: só associações. (LEMOS, 2012, p.34 e 35)

As transformações que tanto o Youtube quanto o usuário passam são o processo entendido como mediação ou tradução (Latour, 1994). O agir do actante transformando a si mesmo e ao outro, modificando-se-o, reinterpretando-se-o é possível por meio da mediação. Lemos (2012) vai entender a tradução como comunicação, produção de sentido, percepção, interpretação e apropriação. Exatamente o itinerário que há entre tecnologia e sujeito, youtuber e youtube. Enquanto estão em constante contato, eles estão renovando percepções do uso da tecnologia, se apropriando de um meio para integrar sua cultura, produzindo sentido ao objeto, e faz desse dispositivo uma extensão¹⁸ de seu corpo.

Michel de Certeau (2009) chama essa dimensão de tática do uso, os objetos não estão moldados para sempre no seu formato já pré-estabelecido. Sempre será possível provocar desvio da funcionalidade original, provocado pelo manuseio tático no exato momento do uso. É essa conexão entre o objeto e o seu uso pelo sujeito que pode alterar significativamente o arsenal de objetivos disponibilizado para o dispositivo. Desta forma, ao discorrermos sobre esse novo indivíduo, não podemos separar do meio ao qual ele está inserido, nem dos processos e interações com o objeto ao qual o torna existir.

O Youtuber, mesmo não seguindo a linha editorial da mídia de massa, segue uma linha editorial com valores e regras. Mesmo sendo um espaço para livre opinião, os usuários, ao fazerem parte da plataforma, devem assinar a concordar com as regras e normas de uso estabelecidos pelo site. Contudo, os youtubers ficam livres para produzir da forma que bem quiserem, usando os recursos que acharem necessário. Assim como afirma Pierre Lévy (1993), através do uso do que ele chama de tecnologias da inteligência.

Toda criação equivale a utilizar de maneira original elementos preexistentes. Todo uso criativo, ao descobrir novas possibilidades atinge o plano da criação. Criação e uso são, na verdade, dimensões complementares de uma mesma operação elementar de conexão, com seus efeitos de reinterpretação e construção de novos significados. (LÉVY, 1993, p.58).

¹⁸ Ver Marshall McLuhan.

Desta forma, o mundo da criatividade vai sendo explorada e renovada pelos youtubers. É uma liberdade que permite ao produtor (re)inventar novos formatos de comunicar, de informar, e assim podemos empreender um formato que muitos youtubers estão usando, mesmo que não tenham consciência, mas estão formatando uma nova forma de informar e entreter.

3. O INFOTENIMENTO

O entretenimento se tornou um elemento cada vez mais importante no processo de produção da informação. Por muito tempo, a seriedade e divertimento foram separados, sendo destinado ao entretenimento um momento de descanso, um momento para a pessoa se desvincular dos aspectos do trabalho e do cotidiano. Contudo, o entretenimento e a informação estão se fundindo em um só com programas que misturam informação. Nesse contexto, surge o infotainment, momento em que o entretenimento se mistura no processo de informação.

O “Infotainment” é um neologismo da língua inglesa, “information” e “entertainment”. A origem e surgimento do termo ainda é incerto, não há um consenso entre o período exato do aparecimento do infotainment, contudo alguns autores afirmam que o termo surgiu na década de 80 e ganhou força no final dos anos 1990. Segundo Dejavite (2006), foi no fim dos anos 90 que o termo passou a ser usado na área de comunicação como identificação do jornalismo que fornecia informação e, ao mesmo tempo divertia o espectador, a fusão de entretenimento com jornalismo. Enquanto que segundo Daya Kishan Thussu (2007), o termo apareceu nos Estados Unidos com o “American Penny Press” em 1930, de tradução livre “imprensa de centavo”, um jornal vendido a custo valor, tópico de vendas da época. Nesse período, as notícias que eram veiculadas eram voltada para o entretenimento e ao mesmo tempo para o teor informativo. Nas publicações do jornal “American Penny Press”, temas como sexo, crimes, vida de artistas eram os assuntos principais que mais interessavam ao público do jornal que vendia diversão e informação de forma barata e popular.

Daya Kishan Thussu (2007) defende que o infotainment foi usado no período de guerra mundial. Na Segunda Guerra Mundial, produções de Hollywood foram usados para fortalecer o conflito, pois os filmes eram considerados um meio capaz de informar e entreter. Desde essa época, percebeu-se que passar a informação com diversão, através de aspectos de lazer e entretenimento tinha maior eficácia informativa. Thussu discorre que havia uma preocupação ao usar tal método na veiculação de informação. O medo de que mesmo contendo informações “úteis”, o receptor perderia o foco da notícia e não processaria o teor informativo. A contraponto, John Reith, o primeiro diretor da BBC (Thussu-2007) pensava o contrário, o mesmo via a informação com entretenimento um maneira legítima e eficaz no ato de informar, posição eternizado pela sua fala, “a nova mídia deve informar, educar e entreter”.

3.1 INFOTENIMENTO NO JORNALISMO

Uma preocupação presente no artigo¹⁹ de Fábria Dejavite (2003), O jornalismo de infotendimento nas páginas do jornal diário impresso de referência, é que a informação passada com aspectos de diversão iria emburrecer a população.

No jornalismo, em especial, as funções de informar, esclarecer e interpretar são tomadas como autênticas. O mesmo, porém, parece não acontecer com a função de divertir. O entretenimento oferecido no conteúdo editorial jornalístico é julgado como um subproduto ou, até mesmo, uma tentativa de desviar a atenção do destinatário de assuntos tidos de maior importância. Outras vezes, os receptores que solicitam essas informações são considerados pessoas alienadas do mundo onde vivem. (DEJAVITE, 2003, p.01-02).

Gutmann (2008) discorrer a mesma preocupação ao explicar que historicamente fomos ensinados a considerar o entretenimento em oposição à informação, a verdade ao conhecimento e ao considerar mais próximo do prazer, dos desvios dos sentidos, do prazer, “aprendemos a considerar entretenimento sempre no sentido de oposição à razão, à verdade, ao conhecimento, e, nesta mesma direção, aproximá-lo daquilo que seduz, provoca prazer, afeta os nossos sentidos e que, por isso, possuiria um valor menor em relação aos seus “opostos”, (p. 02). Desta forma, surge o preconceito a meios de comunicação, especialmente jornalísticos, em que a informação junto ao entretenimento não deveria ser considerado jornalismo.

Em entrevista cedida à Padeiro (2015), Dejavite explica que o preconceito com o entretenimento/infotendimento está dentro do próprio meio jornalístico e acadêmico, sendo maior dentro das universidades. Mas na geração atual esse preconceito não existe, pois são eles que estão dentro das transformações, dentro da nova lógica de comunicar, além de compreender o mundo, vive se atualizando junto com o desenvolvimento das tecnologias digitais.

O mundo acadêmico apresenta um maior preconceito do que o mundo profissional, porém no mundo profissional ainda há preconceito. E não é só no Brasil. É no mundo. O jornalista que trabalha com televisão, telenovela, revista Caras, ou mesmo esporte, tende a se sentir inferior ao jornalista que trabalha com política, economia, educação. Vejo que não existe preconceito

¹⁹ Parte da tese de doutorado: O Jornal Diário Impresso e a Prática do Infotendimento: o caso da Gazeta Mercantil.

por parte da nova geração de jornalistas, da geração Y. Pelo contrário, desde o início foram eles que acolheram essa tendência atual no jornalismo, cuja projeção é aumentar, porque o próprio jornalismo está em questionamento. Não tem como fugir, a evolução histórica do jornalismo é atrelada ao desenvolvimento tecnológico. (DEJAVITE, Apud PADEIRO, 2015, p. 31-32).

Mesmo com uma resistência do campo acadêmico, as mudanças de compreensão do jornalismo tradicional para o entretenimento já vem sendo transformado desde que as mídias foram incorporados outras mídias. É a convergência das mídias que têm contribuído para o surgimento de novas formas de produzir e consumir informação. É um fenômeno que dá espaço para que outros fenômenos existam, como o infotainment. Assim como afirma Geoffrey Baym (2008),

O surgimento do infotainment foi permitido por uma confluência de tecnologia, economia e mudanças culturais que criaram uma paisagem de mídia estruturada pelas forças concorrentes de fragmentação e integração. Em termos de tecnologia, a adoção em larga escala de → cabo televisão, o desenvolvimento de sistemas de transmissão entrega por satélite e digital e a expansão contínua de o → Internet levou a uma multiplicidade sem precedentes de canais e fontes informativas²⁰. (BAYM, 2008, p. 02).

Segundo Baym (2008), “infotainment” se refere a um conjunto de tipos de programas que desmontam as diferenças tradicionais entre gêneros de programas de TV orientados para a informação e baseados no entretenimento. E ao mesmo tempo que o termo era usado de forma pejorativa para denotar o declínio de notícias, no início do século XXI tem-se visto o crescente surgimento de programas que misturam o conteúdo informar e entreter.

O termo infotainment refere-se a um conjunto de tipos de programas que obscurecem distinções tradicionais entre gêneros orientados à informação e baseados em entretenimento da programação televisiva. Principalmente um termo pejorativo, o infotainment é frequentemente usado para denotar o declínio de programas de discussão de notícias e assuntos públicos e o desenvolvimento correspondente de uma variedade de programas de entretenimento que imitam o estilo de notícias. Ao mesmo tempo, no entanto, os primeiros anos do século XXI assistiram ao surgimento crescente de

²⁰ Tradução nossa. “The emergence of infotainment has been enabled by a confluence of technological, economic, and cultural changes that have created a media landscape structured by the competing forces of fragmentation and integration. In terms of technology, the large-scale adoption of cable television, the development of satellite and digital delivery systems, and the continued expansion of the Internet have led to an unprecedented multiplicity of channels and informational sources”.

programas que misturam mais profundamente o conteúdo e a forma de vários gêneros de assuntos públicos e entretenimento²¹. (BAYM, 2008, p. 01).

De acordo com Itania Gomes (2009), o infotainment tem origem das engenharias da computação e na indústria automobilística, enquanto nas ciências sociais se refere ao embaralhamento de fronteiras de duas áreas consideradas distintas, informação e entretenimento. A primeira, “se refere a uma gama de aplicações multimídia digitais em tempo real, que permitem aos motoristas e seus passageiros acessarem os serviços de informação e entretenimento”, (p.01) e a segunda “se refere ao uso nos dois contextos, a articulação entre as tecnologias da informação e da comunicação e a globalização da cultura” (p.02). Gomes (2009) afirma que o infotainment não pode ser classificado como um conceito, mas uma estratégia de produção midiática, por dois motivos: primeiro que o infotainment não pode ser um conceito porque sua formação provém da junção de dois elementos até então considerados apartados; e o segundo porque não podemos limitar o termo ao meio jornalístico, já que o infotainment também pode ser usado em outros produtos de entretenimento em que há informação. Além de considerar uma estratégia nem boa, nem ruim.

Defendemos que infotainment designa uma estratégia de produção midiática que não é, em si, nem boa, nem má, e que parece resultar de uma complexa articulação entre políticas macroeconômicas, marcos regulatórios, possibilidades tecnológicas, estratégias empresariais, expectativas históricas e culturais sobre os sistemas televisivos e seus produtos, ideologias, práticas e expectativas profissionais do campo midiático, pressupostos e conhecimentos sobre a audiência. (GOMES, 2009, p.6)

Ao considerar o infotainment como uma estratégia comunicativa, Gomes (2009) defende que essa estratégia pode ser usada para atrair a atenção do receptor. Padeiro (2015) concorda ao afirmar que o relato jornalístico, independente de sua origem, se rende ao entretenimento para cativar o público. “Na sociedade do espetáculo, toda imagem, mesmo aquela com roupagem jornalística, tem o caráter de objeto a ser vendido. [...]Entretém-se para atrair olhares e vender informações, ideologias, produtos e publicidade”. (2015, p. 30). Mas ambos autores estão falando de um ambiente em que há limites entre aquele que produz e o que

²¹ Tradução nossa. The term infotainment refers to a cluster of program types that blur traditional distinctions between information-oriented and entertainment-based genres of television programming. Primarily a pejorative term, infotainment is often used to denote the decline of hard news and public affairs discussion programs and the corresponding development of a variety of entertainment shows that mimic the style of news. At the same time, however, the early years of the twenty-first century have seen the increasing emergence of programs that more thoroughly blend the content and form of various genres of public affairs and entertainment.

recebe, sempre tem um receptor e emissor. Diferente do sistema comunicacional do Youtube, em que as fronteiras entre quem produz e consome praticamente não existem.

Mesmo com essa diferenciação, ambos autores baseiam seus estudos na produção audiovisual, fator comum sendo que a base de alimentação do Youtube são vídeos. E por se tratar de audiovisual, Gomes (2009) discorre técnicas que identificam o infotimento em uma produção. Como os recursos sonoros e visuais, a linguagem dos apresentadores, assim como o conteúdo transmitido. Aspectos que dependem da criatividade e imaginação dos produtores.

Segundo Dejavite (2006) - uma das pioneiras do assunto no Brasil - informar entretendo tende a abordar assuntos importantes para o público, mas de uma forma mais relaxada, em que o que é entretenimento e informação não são visíveis. A autora discute que o jornalismo de INFOtenimento é o espaço direcionado aos assuntos que entretém e informam, como as fofocas, assuntos sobre estilo de vida, e aquelas matérias que atraem o público. O INFOtenimento “sintetiza, de maneira clara e objetiva, a intenção editorial do papel de entreter no jornalismo, pois segue seus princípios básicos que atendem às necessidades de informação do receptor de hoje”, (Dejavite, 2006, p. 02). Dejavite afirma que a audiência está acostumada a aceitar a notícia que tiver o melhor apelo cênico, principalmente depois do sucesso da televisão (Dejavite, 2006, p.04). A produção audiovisual tem muito mais a dizer ao leitor do que um mero texto na maioria das vezes, devido aos recursos como fotografias, tabelas, gráficos e edições.

Padeiro (2015) define o infotimento,

INFO engloba informação, prestação de serviço, apuração, contextualização, crítica, denúncia, fiscalização, conhecimento e independência; TENIMENTO são as estratégias adotadas para a produção do conteúdo jornalístico, com uma linguagem mais leve e até mesmo parcial (torcedora), com o uso de recursos tecnológicos e animação (também presentes em outros campos da Comunicação). (PADEIRO, 2015, p.33).

3.2 A NOTÍCIA SÉRIA E DIVERTIDA

Segundo Dejavite (2007), há duas formas de classificar as notícias, a divertida (notícia light) e a séria. Como as classificações já deixam claro, a divertida está presente no entretenimento que serve para divertir o receptor, enquanto a segunda presente no modelo tradicional de

jornalismo, se refere à assuntos considerados de maior relevância para a população, como política, economia, etc.

A notícia light é um elemento do infotimento. A notícia leve é entendida como aquela informação que busca entreter a audiência, atendendo a necessidade característica da sociedade da informação, em que a grande procura de informação está caminhando junto ao lazer e a diversão. “A notícia light pode ser definida como aquele conteúdo rápido, de fácil entendimento, efêmero, de circulação intensa, que busca divertir o receptor. (Dejavite, 2007, p. 06.).

O público (com os seus novos princípios de receber a informação) exige que a notícia – independente do meio em que estiver inserida – informe, distraia e também lhe traga uma formação sobre o assunto publicado. Se as informações jornalísticas não tiverem essas características, não vão chamar a atenção da audiência. Agora, a notícia tem que ser light. (DEJAVITE, 2007, p. 04)

Fabia Dejavite (2007) cita Tarruella (1997) e Gil (1997) para listar as três principais características da notícia leve: 1) Capacidade de distração – ocupa o tempo livre, para não aborrecer; 2) Espetacularização – estimula e satisfaz aspirações, curiosidades, ajuste de contas, possibilidades de extravasar as frustrações, nutre a imaginação e 3) Alimentação das conversas – facilita as relações sociais, oferecendo temas de conversação do dia-a-dia, como boatos e notícias sobre celebridades.

Tarruella e Gil analisam que, se antes era importante dar o furo de reportagem, o que se quer, agora, é que a notícia “pegue” ou se propague em grande escala. A notícia deve, na sociedade da informação, aparentar as mesmas características da cultura light: ou seja, ser efêmera, circular rapidamente, fornecer dados novos e, ao mesmo tempo, divertir as pessoas. (TARRUELLA, GIL, 1997 APUD DEJAVITE, 2007, p. 06).

Assim também defende Daniela Alves (2013), “ao assistir programas televisivos, o cidadão espera um espectáculo dramático, novas personagens e novos heróis, uma sensação diferente”, (p. 04). Os programas com informações lights são mais assistidos pela população. “Os programas de infoentretenimento são bastantes populares entre os espectadores por pegarem informações complexas e as apresentarem de forma simplificada, de modo a chegar ao maior número de cidadãos”. (p.04)

O infotimento, a notícia light e suas ramificações são consequências da nova lógica de informar. Novos caminhos trilhados pelo consumidor e produtor em busca de novidade

informativa e divertida. Padeiro (2015) afirma que toda transformação que acontece no formato de informar e consumir informação é produto da sociedade que vivemos.

3.3 INFOTENIMENTO E A PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

A informação e o entretenimento começaram a andar juntos desde o jornalismo impresso com a “American Penny Press”, mas o surgimento da televisão com a imagem em movimento ampliou o alinhamento entre informar e entreter, através dos recursos e técnicas possíveis apenas com a edição da imagem em vídeo. E com a internet, a fronteira entre informação e entretenimento ficou mais estreita ainda. Citando Bucci, Padeiro (2015) entende que está cada vez mais difícil encontrar produções audiovisuais que tenham o intuito único de informar ou entreter.

Atualmente, o emprego de recursos lúdicos ou de entretenimento frequentemente sobrepõe à informação. “Antes, o discurso jornalístico informava à medida que entretinha. [...] Hoje talvez esteja acontecendo um fenômeno distinto: muitas vezes a informação é um dos ingredientes em grandes shows de entretenimento. Não raro, estão apenas entretendo, sem nada informar. (BUCCI apud PADEIRO 2015, p. 24)

Gutmann (2008), no artigo “Aspectos audiovisuais do infotainment: o CQC como propósito de análise podemos compreender na prática como o infotenimento é usado nas produções audiovisuais”, entende que a informação e o entretenimento se misturam através dos elementos presentes nas reportagens jornalísticas do programa, mas que usam os recursos de edição, montagens de imagem e som para entreter a audiência.

A autora traz importantes aspectos encontrados nas produções do programa CQC que servem para os vídeos postados na plataforma Youtube.

[...]o programa semanal recorre a estratégias e tom humorísticos para construir relatos sobre acontecimentos do campo cultural, econômico, social e, principalmente, político. Entre as principais marcas estão as reportagens performáticas, o jogo de sentidos criado por manipulações videográficas, o modo irônico com que discute os fatos cobertos pela grande imprensa, a sátira feita a personalidades públicas e a paródia das produções e processos televisivos, num jogo permanente de intertextualidade. (GUTMANN, 2008, p. 04).

Citando Fechine (2003), Gutman (2008) explica que a construção de sentido dentro de um produto audiovisual explora recursos disponibilizados pelos sistemas lineares e não lineares.

Tais formas expressivas reúnem os procedimentos e elementos da construção do discurso audiovisual e televisivo, na ilha de edição, que exploram os recursos disponíveis tanto pelos sistemas lineares – fusões, cortes, fades , congelamentos, acelerações e desacelerações – quanto pelo processamento digital da imagem nos sistemas não-lineares - manipulação da cor e da textura da imagem, recortes de todo tipo, seccionamentos de planos, diversidade de intervenções gráficas. (FECHINE apud GUTMANN, 2008, p. 07)

Daniela Alves (2003) discute que “a televisão, pela característica do audiovisual, tem possibilidades de atrair mais público que os outros meios de comunicação, com os cenários atractivos (sic), os recursos sonoros, os textos agradáveis e os apresentadores com boa aparência, (Alves,2003, p. 07). Desta forma, podemos polemizar, será que o Youtube está um passo à frente da televisão? Por ter característica audiovisual, a plataforma libera o espaço para todos produzirem e compartilharem seu conhecimento e criatividade, e assim é disponibilizado conteúdos para todos os gostos, além de cada navegantes buscar o conteúdo que quer assistir, diferente da TV em que o público tem que aceitar o programa que está sendo veiculado.

4. O CANAL DESCE A LETRA E SUAS PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS

4.1 DESCE A LETRA

Desce a Letra, foi criado pelo publicitário Cauê Moura Piovesan e está no ar desde 2010. Atualmente o canal²² tem mais de 5 milhões de inscritos, contabilizando 520.221.654 visualizações em 488 vídeos postados. O canal é definido como um local com “vídeos que ofendem a família brasileira”. O primeiro vídeo do Cauê Moura falava de Flashmobs, e já mostrava um aspecto “dark” e punk pela escolha da filmagem em preto e branco, assim como a música (versão instrumental da “I’m shipping up to boston, da banda Dropkick Murphys²³) e a logomarca da caveira que hoje é símbolo do Desce a Letra.

Imagem 7: Primeiro vídeo do Cauê Moura



Fonte: youtube.com/stevejegue / Acessado dia 24/09/18

²² Informações do próprio canal, acessado dia 2 de agosto.

²³ Banda norte-americana que toca estilo Celtic Punk, Hardcore Punk, Streetpunk e música irlandesa.

Imagem 8: Logomarca do Desce a Letra



Fonte: google.com / Acessado 24/09/18

Os primeiros vídeos não tinham um formato de quadros, apenas o publicitário conversando sobre diversos assuntos e dando a sua opinião. Com o tempo foram sendo introduzidos quadros, como o Cozinha Hardcore, Lapada, Giro de Quinta e Giro de Terça. O Cozinha Hardcore era um quadro em que o publicitário criava pratos impensáveis e/ou muito grandes como Sushi de Boi e Big Mac gigante. O Lapada, que também não é mais um quadro do canal, o anfitrião recebia convidados para uma conversa com bebidas alcoólicas, em um desafio de perguntas e respostas e quem errava bebia uma dose da cachaça ao mesmo tempo em que recebia “lapada” de havaianas. Giro de Quinta e Terça são os únicos que ainda são quadros do Desce a Letra. São quadros que trazem todo tipo de notícias do mundo.

Em todos os vídeos são encontrados padrões que caracterizam o canal. Durante os enunciados, Cauê mostra postura exaltada acompanhada de gritos e até palavras de baixo calão. Assim como ter sempre algum tipo de objeto na mão, como um bastão. A descrição do canal, “notícias que ferem a família brasileira”. Durante sua trajetória, o mesmo cria uma personagem de poucos amigos, de quem não se importa com a opinião dos outros e nem tem paciência para escutar. Contudo, há controvérsia desse personagem ao finalizar os vídeos dizendo, “Muito obrigada pela sua audiência, sua paciência, por ser essa pessoa maravilhosa e tchau”.

4.2 PORQUÊ O DONALD TRUMP?

Com uma candidatura cheia de polêmica, Trump se tornou o 45º presidente do país ao vencer a candidata do Partido Democrata, Hillary Clinton, em 2016. O período de eleições nos

Estados Unidos foi conturbado. Em sua pré-candidatura em 2015, Donald Trump declarou²⁴ que construiria um muro dividindo a fronteira ao Sul do país com o México, com a motivação de que os mexicanos estavam levando drogas, crimes e estupradores para os Estados Unidos.

Além de suas declarações contra a comunidade LGBT, aos imigrantes e afro-descendentes, durante sua candidatura vieram à tona processos e acusações de assédios sexuais. Uma delas foi o vazamento do vídeo²⁵ em que o mesmo declara celebridades têm carta branca para fazer tudo, até pegar em partes íntimas das mulheres sem consentimento. Nesse período, o candidato foi acusado de assédio sexual²⁶ por várias mulheres. Após sua vitória o cenário não mudou, desde o início da sua gestão o presidente não deixou de causar e comprar brigas com as minorias através das suas declarações, especialmente pelo Twitter. Desta forma, as declarações consideradas absurdas e cômicas do Donald Trump são pautas frequentes nos vídeos do Cauê Moura.

4.3 AS PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS

Foram selecionados oito vídeos dos quadros Giro de Quinta e Giro de Terça, no período de novembro de 2016 a dezembro 2017.

4.3.1 VÍDEO “HEUAHEUAHEAUEHAUEH MANO”

O primeiro²⁷ intitulado “HEUAHEUAHEAUEHAUEH MANO”, tem como notícia principal: Donald Trump ganha a eleição presidencial do Estados Unidos. O vídeo começa com tom e expressão facial incrédulo do apresentador, seguida de vários “mano” ditas pelo Cauê de forma humorística e sarcástica e um “fuck gringos”.

²⁴ Disponível em <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2015/07/veja-polemicas-de-donald-trump-pre-candidato-presidencia-dos-eua.html>

²⁵ Disponível em <https://oglobo.globo.com/mundo/em-video-repleto-de-palavroes-trump-se-gaba-de-sucesso-com-mulheres-estrela-pode-fazer-tudo-20256773>

²⁶ Disponível em <http://tv.r7.com/record-tv/jornal-da-record/videos/eleicoes-eua-donald-trump-diz-que-vai-processar-mulheres-que-o-acusam-de-assedio-06102018>

²⁷ Postado em 09 de Novembro de 2016. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=vQ9CPn-ySTk>. Acessado dia 24/09.

Imagem 9: Expressão facial do Cauê



Fonte: colagem da autora com fragmentos do vídeo

Após essa primeira apresentação entra a vinheta do quadro, representado com uma TV com problemas de sinal, símbolo do canal e o nome do quadro, em torno a um local aparentemente destruído, como mostra figura abaixo.

Imagem 10: Vinheta do quadro



Fonte: youtube.com/descaetra / Acessado dia 24/09/18

No início do vídeo, podemos observar o teor humorístico e sarcástico do apresentador para dar a notícia a partir das expressões faciais que enfatizam um sentimento de indignação ao dizer “fuck gringos”, uma forma de culpar o cidadãos americanos pelo “vacilo” de eleger tal

candidato. A notícia já é introduzida com a posição desacreditada do Cauê. (Ver anexo 1). No meio da notícia, ele interrompe para dar uma gargalhada adicionando o caráter engraçado da notícia.

Imagem 11: Risada de Cauê Moura



HEUAHEUAHEUAHEUAHEH MANO

Fonte: [youtube.com/descealetra](https://www.youtube.com/descealetra) / Acessado dia 24/09/18

Ao decorrer do vídeos, outras notícias relacionadas ao Donald Trump vão sendo apresentadas justificando o porquê da eleição do Trump ter sido um fato surreal. Como Trump afirma que o aquecimento global é invenção da China²⁸, a construção do muro na fronteira do México²⁹ e a política de intolerância com os muçulmanos³⁰. Complementando a notícia, o publicitário explica a intolerância contra os muçulmanos dizendo o seguinte: “Ele (Trump) disse que vamos dar um jeito de identificar, querer fazer um tipo de cadastro, colocar tipo uma faixinha no braço que nem fizeram com os judeus ali no passado”. E compara o atual presidente com Adolf Hitler gritando “Você não achou que eu ia terminar esse vídeo sem comparar o Donald Trump com o Hitler, né! Ra!”.

Ao informar que o presidente passa a ter o maior poder militar bélico do mundo, maior arsenal nuclear, Cauê ironiza falando “Não vejo a hora de ver vídeos novos de explosão

²⁸ Disponível em <https://oglobo.globo.com/opiniao/trump-a-verdade-sobre-aquecimento-global-21630802>

²⁹ Disponível em <http://agenciabrasil.ebc.com.br/internacional/noticia/2018-08/trump-diz-que-mexico-pagara-facilmente-por-muro-na-fronteira>

³⁰ Disponível em <https://oglobo.globo.com/mundo/trump-compartilha-videos-violentos-da-extrema-direita-sobre-musulmanos-22127356>

nuclear, porque já vi todos que tem no youtube, é tudo antigo. Então, pelo menos vamos ter isso: Nossa que legal, como explode um país.”. Em seguida faz uma referência a série animada Dragon Ball Z³¹, ao dizer “O cara vai explodir o mundo, que nem o Frezza fez com Namekusei. Nós vamos ver isso na vida real. Estou empolgado”.

Em seguida Cauê insinua que o Trump se candidatou de brincadeira ao cargo e agora que foi eleito, não sabe o que fazer (Ver anexo 1). Cauê então explica como funciona o processo de eleição no país e diz que deram a presidência para um Oompa-Loompa³², mostrando a imagem do Donald trump.

Imagem 12: Oompa-Loompas



Fonte: google imagens

³¹ Episódio da série animada em que o personagem Frezza explode o planeta Namekusei.

³² Oompa-Loompas personagens anões do filme a Fantástica Fábrica de Chocolate.

Imagem 13: Trump como Oompa-Loompa



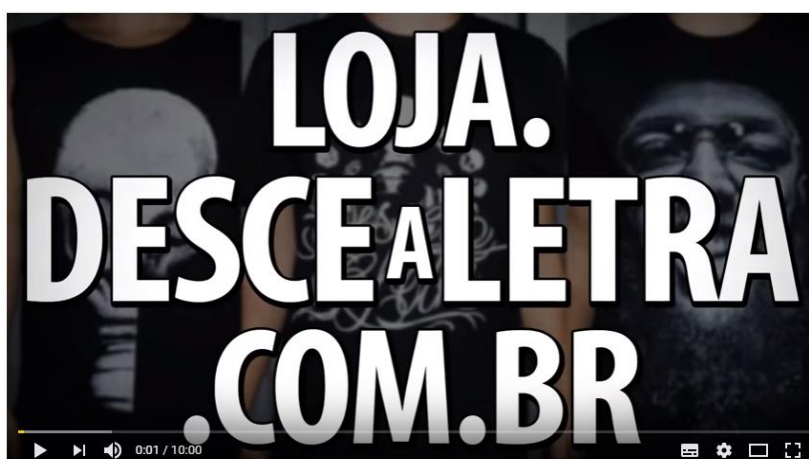
HEUAHEUAHEAUHAEUH MANO

Fonte: youtube.com/descealetra. Acessado dia 24/09

4.3.2 VÍDEO “PODE BATER NA FAMÍLIA SIM”

De título “pode bater na família sim³³”, tem algumas mudanças em relação ao primeiro. O vídeo é iniciado com a logomarca do site de vendas do canal, com alguém gritando o endereço. São mudanças feitas apenas nesse vídeo.

Imagem 14: Endereço da loja



PODE BATER NA FAMÍLIA SIM

Fonte: youtube.com/descealetra / Acessado dia 24/09/18

³³ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=zyonLII5y2Y>

Antes da vinheta de abertura do quadro, Cauê Moura inicia falando, “Dia 9 de fevereiro de 2017, quinta-feira. Está começando o Giro de Quinta, seu momento da semana onde você ouve as melhores/piiores notícias do Brasil e do mundo”. Com o logo do DL (Desce a letra) de fundo para abertura do quadro.

Imagem 15: Nova abertura



PODE BATER NA FAMÍLIA SIM

Fonte: youtube.com/descealetra / Acessado dia 24/09/18

Imagem 16: Logomarca Desce a letra



Fonte: youtube.com/descealetra / Acessado dia 24/09/18

Antes de passar a notícia, Cauê já inicia justificando o absurdo que será a notícia passada dizendo: “Cada dia que passa a gente fica mais convencido de que o americano elegeu uma menina adolescente para a Casa Branca. É impressionante”. E através do uso da edição, o

apresentador faz deboche daqueles que poderiam defender o Trump. Falando de forma inaudível o que seria os motivos da defesa do Trump. Nesse momento há aproximação da câmera a ponto de cortar o rosto do quadro, ao mesmo tempo em que ele vai imitando em tom de deboche.

Imagem 17: Aproximação da imagem



Fonte: colagem da autora com fragmentos do vídeo

E enfatiza o deboche ao dizer palavra de baixo calão: Chupa meu c***! acompanhada da imagem do Donald Trump aparecendo em sua boca. Contando que o Donald Trump não passa um dia sem virar notícia, que é uma figura problemática e está sempre chamando a atenção. (Ver anexo 2)

Imagem 18: Montagem com Trump

Fonte: colagem da autora com fragmentos do vídeo

A notícia se refere à lojas de roupas de marcas dos Estados Unidos que estavam retirando as roupas da Ivanka Trump³⁴, filha do presidente, devido as polêmicas em volta do Trump. Após a Loja Nordstrom, a primeira a anunciar a retirada da marca de roupas das vitrines, o presidente foi até o Twitter pessoal reclamar. E novamente no meio da informação, ele interrompe e fala que o Trump é uma adolescente por ter ido no Twitter pessoal e no oficial do presidente reclamar da loja. E enquanto aparece o twitter, Cauê está ao fundo imitando a voz do trump reclamando da loja. E busca novamente a aproximação de imagem, imitando o presidente com tom de birra. (imagem 20).

³⁴ Disponível em <https://www.movenoticias.com/2017/02/donald-trump-critica-rede-de-lojas-que-ostracizou-roupa-da-filha-ivanka/>

Imagem 19: Imagem do twitter

PODE BATER NA FAMÍLIA SIM

Fonte: [youtube.com/descealetra](https://www.youtube.com/descealetra). Acessado dia 24/09

Imagem 20: Imitando o Trump

Fonte: colagem da autora com fragmentos do vídeo

O publicitário completa a notícia opinando sobre o que deveria ser a preocupação do presidente da maior potência do mundo, ao vez de se importar com problemas irrelevantes comparadas ao que realmente um presidente deveria importar (Ver anexo 2).

O apresentador conta uma situação parecida com a atitude do presidente e justifica que ele até poderia fazer, mas não o presidente dos Estados Unidos. “Olha aí, este é o homem mais poderoso do mundo. Esse cara que passa cheetos na cara. Sabe aquele dedos de cheetos bola? Ele tem a cor do dedo dos cheetos bola”.

Imagem 21: Cheetos e dedos de cheetos



Fonte: [imagens google.com/](https://www.google.com/) Colagem da autora

Imagem 22: Imagem de trump



Fonte: [youtube/descealetra](https://www.youtube.com/channel/UCdescealetra). Acessado 24/09

E finaliza, “É isso aí! Estados Unidos! Mister Trump! Adolescente pra caralho! Chama o Batman!”. Sendo que faz uma referência a música “Chama o batman - Latino part. Mateus e Nathan³⁵”.

Imagem 23: Exclamações do Cauê



Fonte: colagem da autora com fragmentos do vídeo

4.3.3 VÍDEO “MURICA”

O vídeo Murica³⁶, inicia Cauê dizendo que o presidente continua gerando polêmica e que será assim todo o mandato. A notícia sobre o twitter de Trump reclamando de um clipe e que o rapper Snoop Dogg o ofende com xingamentos. Ao traduzir o twitter³⁷ modificando a voz, interpretando o que seria a reação do rapper ao ver o twitter do, o locutor diz ser atitude de garotinha a do presidente.

³⁵ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=dOgcb8EAY4I>

³⁶ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=OdNY8OVnuVo&t=155s>

³⁷ Disponível em <https://g1.globo.com/musica/noticia/trump-ataca-snoop-dogg-por-video-em-que-o-rapper-atira-nele.ghtml>

Imagem 24: Imagem do twitter



'MURICA - GIRO DE QUINTA

Fonte: youtube/descaetra. Acessado dia 24/09

Imagem 25: Imitação do rapper



Fonte: colagem da autora com fragmentos do vídeo

A interpretação feita pelo publicitário é uma referência ao meme da criança birrenta que fez grande sucesso na internet “fazendo pouco” da opinião dos outros. E finaliza falando do

alvorço que o presidente tem causado com artistas, para introduzir a outra notícia em que ator Shia Labeouf³⁸ faz protesto contra o Donald Trump.

Imagem 26: Meme da criança birrenta



Fonte: Google imagens

4.3.4 VÍDEO “TOLERÂNCIA ZERO NESSA PORRA”

O vídeo “Tolerância zero nessa porra³⁹” começa com comentários de incrédulo na notícia que ele está para transmitir. No vídeo é relatado o caso de um atropelamento ocorrido durante uma passeata no Estados Unidos⁴⁰. Cauê Moura achou errado o fato de que o presidente se manifestou somente dois dias após o acontecimento. E mesmo após o pronunciamento, o locutor opina que o presidente estava defendendo nazistas. “O maior representante, da maior potência mundial tava passando pano para nazista”. E insinua que essa atitude foi para não se queimar com o eleitorado dele.

³⁸ Disponível em <https://cultura.estadao.com.br/noticias/cinema,shia-labeouf-e-acusado-de-agressao-em-protesto>

³⁹ Vídeo disponível no Canal Acessível, pois foi excluído do canal Desce a Letra após um erro no youtube e o canal do Cauê moura sair do ar. https://www.youtube.com/watch?v=vd_6wRqzjr4

⁴⁰ Homem atropela manifestantes antirracismo em cidade dos EUA. Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-40913915>

Para Cauê Moura, o Trump deveria condenar desde o início situações como essa. E critica também a atitude da mídia americana, que deveria condenar e não tolerar qualquer tipo de violência. “A mídia americana fica tratando esses caras aí como: Ah, são extremistas, supremacistas e tudo mais. E que não há diferenças entre um muçulmano atropelando pessoas em Londres para um cristão atropelando nos Estados unidos, que são todos terroristas. Com aproximação da câmera no rosto do locutor no final da frase.

Imagem 27: Aproximação de tela



Fonte: youtube.com/descealetra. Acessado dia 26/09

Não deve ter tolerância para terrorista. E de forma debochada imita aqueles que pensam ao contrário. “É terrorista. Tem que ser combatido. De preferência com muito diálogo”. Neste momento, Cauê olha para o taco com a palavra diálogo escrito (imagem 29).

Imagem 28: Imitação de Cauê



Fonte: colagem da autora com fragmentos do vídeo

A partir daí, o Cauê contextualiza o porquê de o americano ter liberdade de expressar tais ideologias do ódio contra imigrantes, negros e homossexuais.

Imagem 29: Taco do diálogo



Fonte: colagem da autora com fragmentos do vídeo

4.3.5 VÍDEO “VISH VÁRIAS POLÊMICAS HEIN”

De título: VISH VÁRIAS POLÊMICAS HEIN⁴¹, o vídeo é iniciado com o locutor falando que não iria mais fazer vídeo falando de políticas, mas tudo agora é política que fica impossível não falar. E faz uma chamada dos assuntos que irá tratar no quadro. Brinca que vai precisar começar a pagar comissão para o presidente dos Estados Unidos, por aparecer tanto no canal. Com zoom em seu rosto Cauê grita para que seja iniciada a vinheta do Giro de Quinta. “Vai, meu deus”.

Imagem 30: Grito do Cauê



Fonte: youtube.com/descecaletra. Acessado dia 26/09

⁴¹ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=YyHrq5PmdNc&t=329s>

Uma das notícias⁴² é sobre a rejeição do jogadores da temporada 2016 do NBA em comparecer a cerimônia na Casa Branca. Em 2017, o jogador do time Golden State Warriors⁴³ Stephen Curry se recusou a ir a Casa Branca. Trump quis sair na frente twittando que não ia convidar os jogadores. Atitude que segundo o publicitário é parecido com os comportamentos do personagem de Quico do programa mexicano Chaves.

Imagem 31: Stephen Curry

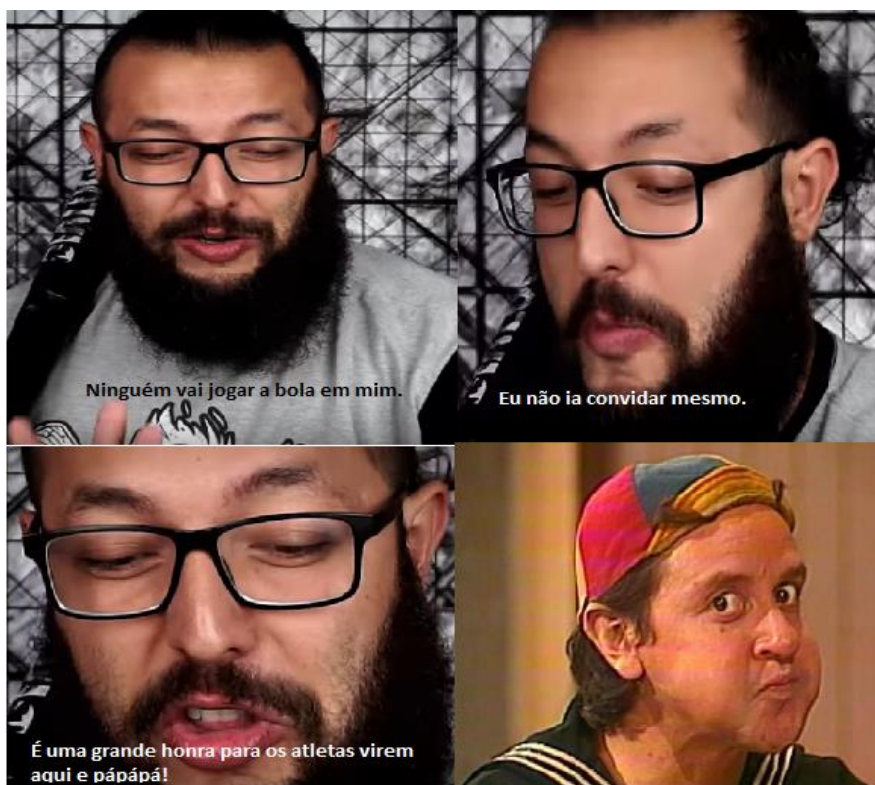


Fonte: youtube.com/descealetra. Acessado dia 26/09

Outro jogador do Golden State Warriors, LeBron James, twitta resposta a atitude do presidente enquanto mostra a imagem, Cauê fala traduzindo o twitter.

⁴² Disponível em <https://observador.pt/2018/06/05/trump-cancela-rececao-na-casa-branca-aos-vencedores-do-super-bowl/>

⁴³ Disponível e <https://veja.abril.com.br/esporte/warriors-vence-cavaliers-e-conquista-o-titulo-da-nba/>

Imagem 32: Imitação do Kiko

Fonte: colagem da autora com fragmentos do vídeo e google imagens

Imagem 33: Twitter do LeBron

Fonte: youtube.com/descaletra. Acessado dia 26/09

Dando continuidade as notícias, Cauê explica que a nova tetra do presidente é com a NFL, em que o jogador Colin Kaepernick resolveu protestar contra a violência policial que está acontecendo com o povo negro ao se ajoelhar durante o hino nacional. E Donald Trump foi a

público reprovar a atitude do jogador e dizer que a NFL deveria demitir os jogadores que desrespeitasse a bandeira e o hino americano.

Imagem 34: Colin Kaepernick



VISH VÁRIAS POLÊMICA HEIN

Fonte: [youtube.com/descealetra](https://www.youtube.com/descealetra). Acessado dia 26/09

Imagem 35: Colin Kaepernick se ajoelha

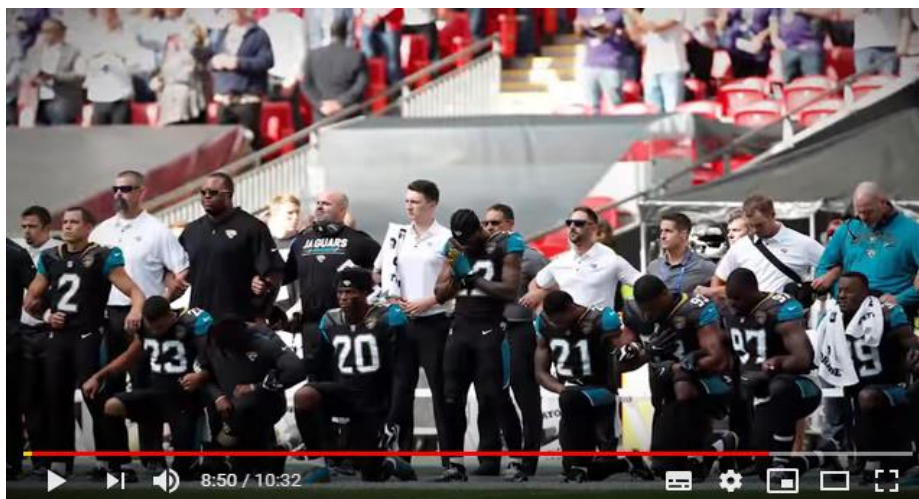


VISH VÁRIAS POLÊMICA HEIN

Fonte: [youtube.com/descealetra](https://www.youtube.com/descealetra). Acessado dia 26/09

E no jogo seguinte a NFL inteira se ajoelhou em apoio ao jogador e contra o pronunciamento do presidente. Após explicar a atitude dos jogadores, Cauê solta uma risada de chacota.

Imagem 36: NFL se ajoelha



VISH VÁRIAS POLÊMICA HEIN

Fonte: youtube.com/descaetra. Acessado dia 26/09

Imagem 37: Risada do Cauê



Fonte: colagem da autora com fragmentos do vídeo

Cauê contextualiza com atitudes de outras celebridades em apoio ao movimento contra o Trump. Conta que o cantor Stevie Wonder em seu show se ajoelhou para mostrar apoio a NFL e completa falando “Chupa Donald Trump! Chupa Donald Trump”.

Imagem 38: Stevie Wonder no show



VISH VÁRIAS POLÊMICA HEIN

Fonte: youtube.com/descealetra. Acessado dia 26/09

A notícia é finalizada explanando a sua opinião sobre o que os brasileiros estavam falando do caso e critica aqueles que defendem o presidente, argumentando que os defensores estão na faixa de pessoas que o Trump não gosta, como latinos e potenciais imigrantes. E encerra o vídeo fazendo propaganda dos produtos vendidos pelo canal.

4.3.6 VÍDEO “EMINEM SEM MASSAGEM”

O vídeo intitulado de “Eminem sem massagem⁴⁴”, o locutor começa explicando que não terá notícias ruins, somente notícias boas. E falando de forma embolada, brinca dizendo que não fala português, e sim cauês, e desafia seus seguidores a legendar o vídeo. E faz expressões de alguém que está com a mente confusa após dizer “preciso parar de tomar café”, fazendo referência ao vídeo do Canal de Drauzio Varella.

⁴⁴ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=zAf87XpIRnA&t=300s>

Imagem 39: Caras de Cauê

Fonte: colagem da autora com fragmentos do vídeo

Imagem 40: Drauzio Varella

Fonte: youtube.com/descaletra. Acessado dia 04/10

A notícia⁴⁵ é sobre a ameaça do presidente a liberdade de expressão no país ao acusar algumas emissoras de veicular fake news, em uma atitude de ditador. Explica que é um absurdo a atitude do Trump por estar indo contra a primeira emenda americana que fala da liberdade de expressão. Chama o Trump de Oompa Loompa de Cheetos ao mostra a foto dele.

⁴⁵ Disponível em <https://exame.abril.com.br/mundo/trump-questiona-licenca-de-redes-de-televisao-por-noticias-falsas/>

Imagem 41: Donald Trump

EMINEM SEM MASSAGEM

Fonte: youtube.com/descealetra. Acessado dia 04/10

A outra notícia é relacionado ao BET Hip Hop Awards 2017⁴⁶. Na premiação o Rapper Eminem faz um freestyle⁴⁷ em que é todo composto com xingamentos ao Donald Trump. Cauê traduz de forma livre o que o Eminem dizia no freestyle, explicando que não é ele (Cauê) que está dizendo. Ele está ali fazendo jornalismo, pois ele é jornalista. E que irá substituir Evaristo Costa⁴⁸ que apresentava o Jornal Hoje⁴⁹ na época. Na parte final é mostrado novamente o vídeo do Drauzio Varella com zoom (imagem 46), com a vinheta interrompendo a continuação da frase.

⁴⁶ O BET Hip Hop Awards é uma cerimônia de reconhecimento do artista do Hip hop.

⁴⁷ Disponível em <http://www.papelpop.com/2017/10/eminem-freestyle-anti-trump/>

⁴⁸ Jornalista que apresentava o Jornal Hoje juntamente com a colega de bancada Sandra Annenberg.

⁴⁹ Telejornal da emissora Globo que apresenta notícias do dia a dia no horário da tarde.

Imagem: 42: Rap de Eminem

EMINEM SEM MASSAGEM

Fonte: youtube.com/descealetra. Acessado dia 04/10

Imagem 43: Jornal Hoje

Fonte: google imagens. Acessado dia 04/10

Imagem 44: Drauzio Varella em zoom



Fonte: youtube.com/descaetra. Acessado dia 04/10

4.3.7 VÍDEO “ELA ACHOU QUE ERA ESPERTA HEHAUEHAUEHAH”

O vídeo de título “ELA ACHOU QUE ERA ESPERTA HEHAUEHAUEHAH⁵⁰” se inicia de forma diferenciada, começa com a propaganda do taco de beisebol usando pelo Cauê Moura nos vídeos.

Imagem 45: Taco dos tacos



ELA ACHOU QUE ERA ESPERTA HEHAUEHAUEHAH

Fonte: youtube.com/descaetra / Acessado dia 04/10

⁵⁰ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=uskix6jbw0g&t=251s>

Com a aparência de quem está de ressaca, de óculos escuros e cabelos bagunçados, Cauê explica que festejou no dia anterior devido ao seu aniversário, justificando a aparência.

Imagem 46: Cauê de ressaca

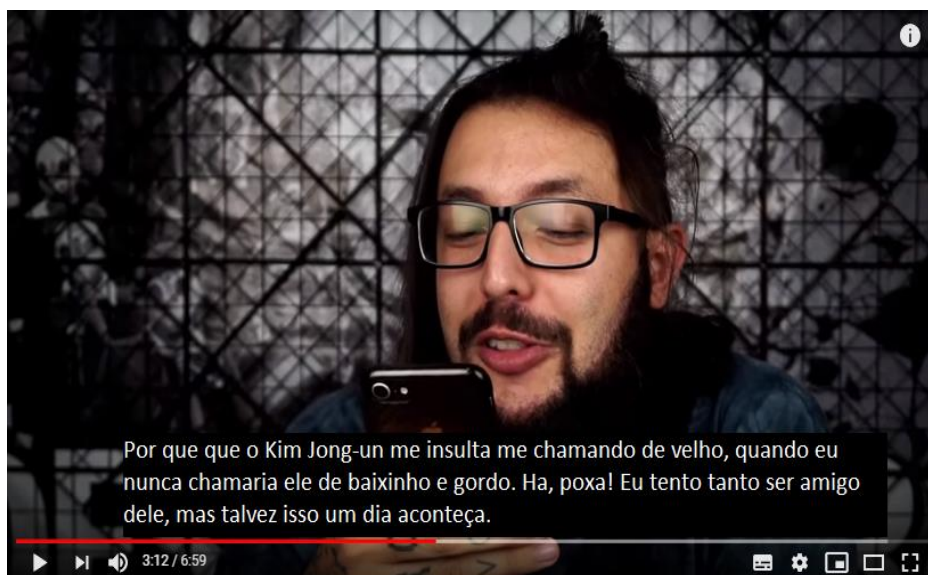


Fonte: youtube.com/descaetra. Acessado dia 04/10

Após a vinheta inicia a notícia dizendo que os seus seguidores não aguentam mais notícias do presidente e justifica ao dizer que não tem como ser notícia o tempo todo, pois o twitter do Trump sempre tem algo novo . E que se sente privilegiado por está vivo exatamente na época em que o Donald Trump está no twitter. E mostra imagem do presidente.

Na notícia Cauê fala do twitter de Donald Trump em que poderia facilmente ser considerado o twitter de um menino ou menina de 12 anos. Ler o twitter imitando a voz de uma criança chateada.

Imagem 47: Cauê lendo o twitter



Fonte: youtube.com/descealetra. Acessado dia 04/10

E diz “Esse é o presidente dos Estados Unidos”, e com efeito do zoom imita novamente a garotinha reproduzindo o twitter. E para mostrar indignação vai para bater o taco na mesa (imagem 49), mas desiste no meio do caminho, ao mesmo tempo que alguém no fundo diz “Obrigado!”, Cauê explica “Não vou bater não. Tô de ressaca. Imagina ai você de casa. Haa! Bateu! Então, fechou”.

Imagem 48: Reproduzindo twitter



Fonte: colagem da autora com fragmentos do vídeo

Imagem 49: Cauê ameaça bater o taco na mesa



ELA ACHOU QUE ERA ESPERTA HEHAUEHAUEHAH

Fonte: youtube.com/descaetra. Acessado dia 04/10

E finaliza a notícia com “ai meu deus! Então é isso! Donald Trump” e fazendo sons e expressões de incredulidade na atitude do presidente.

Imagem 50: Expressão de indignação



Fonte: youtube.com/descaetra. Acessado dia 04/10

4.3.8 VÍDEO “OS CARA APEDREJARAM O BOM VELHINHO”

O último de título “OS CARA APEDREJARAM O BOM VELHINHO⁵¹!!!”, não se trata diretamente do Donald Trump, mas é sobre assunto em que o mesmo é mencionado na notícia. A Notícia⁵² é sobre o Senador democrata sendo eleito no Alabama, enquanto mostra o mapa situando o Estado. A novidade é pelo fato de o Estado ser o berço do Ku Klux Klan e que há anos não elegiam um democrata. O concorrente era um republicano apoiado por Trump, acusado de homofobia por ter feito várias declarações contra os homossexuais.

Imagem 51: Mapa do Estado



OS CARA APEDREJARAM O BOM VELHINHO!!!

Fonte: youtube.com/descaetra / Acessado dia 04/10

E ao mostrar a imagem do republicano Roy Morre, Cauê explica as formas que o mesmo foi apoiado por Trump. “Esse era o candidato republicano apoiado por Trump. Tem gravação por telefone do Trump dando comunicado oficial falando: gostaria que todo povo americano votasse no Roy Moore. Que é o candidato que também é acusado de molestar crianças”. E ao fundo, é possível ouvir a voz de alguém dizendo: Caralho Mano! E Cauê continua: “Não, o cara é top. Para ser apoiado por Trump, bom sujeito não é!” Sendo que a frase “bom sujeito não é”, Cauê fala cantando, uma em referência a música Samba da Minha Terra, de Dorival Caymmi, (imagem 53).

⁵¹ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=UgHCocuYud0>

⁵² A inesperada derrota republicana no Alabama que pode ser prenúncio de problemas para Trump. Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-42344929>

Imagem 52: Roy Moore



OS CARA APEDREJARAM O BOM VELHINHO!!!

Fonte: youtube.com/descealetra / Acessado dia 04/10

Imagem 53: Cauê cantando



Fonte: youtube.com/descealetra / Acessado dia 04/10

Imagem 54: Música de Dorival Caymmi**Samba da Minha Terra**

Dorival Caymmi

+ O samba da minha terra deixa a gente mole
 AA quando se canta todo mundo bole, quando se
 canta todo mundo bole



Eu nasci com o samba e no samba me criei
 do danado do samba nunca me separei

O samba da minha terra deixa a gente mole
 quando se canta todo mundo bole, quando se
 canta todo mundo bole

Quem não gosta do samba bom sujeito não é
 Ou é ruim da cabeça ou doente do pe

Fonte: www.letras.mus.br / Acessado dia 04/10

Cauê passa a explicar a que derrota do candidato do Trump foi um golpe duríssimo no próprio Trump e no Partido Republicano. E pode ser o início de uma mudança, que a tendência é os outros Estados seguirem o exemplo. “Será que o mundo tem salvação? A questão é a corrida. Será que o mundo consegue ser um pouco mais cabeça aberta, antes do Trump matar todo mundo com a bomba nuclear?”. E faz uma referência com o filme Duro de Matar e o ator Dwayne “The Rock” Johnson no filme Arranha-céu ao dizer “Vai chegar aquele momento climático que vai parecer o duro de matar. Será que vai chegar o “The Rock” para salvar a gente?”.

Imagem 55: Duro de matar e Arranha-céu



Fonte: google imagens

A notícia é finalizada com a explicação da importância do democrata Doug Jones ter sido eleito pela maioria dos afro-descendentes em um estado em que foi contra o fim da escravidão e começa a bater palmas gritando (imagem 57).

Imagem 56: Doug Jones



OS CARA APEDREJARAM O BOM VELHINHO!!!

Fonte: youtube.com/descealetra / Acessado dia 04/10

Imagem 57: Palmas e grito do Cauê



Fonte: colagem da autora com fragmentos do vídeo

5. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Esse estudo tem como objetivo investigar e analisar categoricamente de que forma aspectos do infotimento se fazem presentes no ambiente colaborativo do Youtube em notícias relacionadas a Donald Trump no canal Desce a Letra. O caráter desta pesquisa é de caráter qualitativo e quantitativo, por compreender numericamente a frequência do infotimento nos vídeos, baseado também nos conceitos envolvidos no ambiente colaborativo do Youtube.

A formulação do problema desdobrou-se a partir da pesquisa exploratória dentro da plataforma, visitando e assistindo diariamente vídeos tanto do site quanto do canal. Após acompanhar semanalmente as postagens dos vídeos, foi observado que depois do primeiro que fala da vitória do candidato republicano Donald Trump à presidência da república dos Estados Unidos, os seguintes tinham sempre algo relacionado ao mesmo. Até em vídeos em que não tinham notícias diretamente relacionadas ao Trump, o Cauê Moura fazia referências a acontecimentos e situações que o envolvia. Sendo recorrentemente comum o aparecimento do nome Trump nos vídeos.

A referência bibliográfica foi construída após leitura de diversos autores que tratava do assunto infotimento, como Fábria Dejavitte (2007), Juliana Gutmann (2008), Itania Gomes (2009) e Carlos Padeiro (2015). Esses autores estudam o aparecimento da informação com o entretenimento em alguns produtos audiovisuais. E por ser sobre o infotimento em vídeos, é importante para este estudo por se tratar de produções audiovisuais, pois o produto do canal Desce a letra são em vídeos.

Axel Bruns (2007, 2008), Neil Postman (1994), Bruno Latour (2012) e André Lemos (2013) elucidaram o ambiente digital do Youtube. Bruns (2007) trouxe a conceituação de um novo produtor, o prosumer, aquele sujeito que assume o papel de produtor e receptor, entendido aqui como o colaborador do site de compartilhamento, o youtuber. Com Postman (1994), Latour (2012) e Lemos (2003) pudemos compreender como a plataforma se configurou e se transformou durante o tempo. Para isso, usamos as conceituações da Teoria Ator-Rede e a relação de objeto e humano com base nas obras de Latour e Lemos. Ambos foram fundamentais para entender que o Youtube é um produto fruto da correlação entre o dispositivo e o sujeito, o humano e o não humano. Postman (1994) traz o conceito de Media Ecology, como um ambiente com pluralidade linguística. A plataforma é resultado do fluxo comunicacional entre mídias. É um ambiente em que há um conjunto de características emprestadas de outros meios, e que são reconfiguradas para o ambiente colaborativo.

A pesquisa é centrada apenas nos vídeos sobre Trump do Canal Desce a Letra, caracterizando-o como um estudo de caso. Desta forma, suas análises e resultados são exclusivamente relacionados a esse canal e aos vídeos selecionados, mas as conclusões estabelecidas não são esgotadas, e sim a abertura para que outros aspectos sejam explorados, assim como afirma Barros e Duarte (2015, p. 233), no estudo de caso “Visando a descoberta, o pesquisador trabalha com o pressuposto de que o conhecimento não é algo acabado, mas que está sempre em construção e por isso faz parte de sua função indagar e buscar novas respostas ao longo da investigação”.

Por ser estudo de caso, é necessário a construção da explanação (Barros, Duarte, 2015). Construção da explanação tem como objetivo analisar os dados coletados no estudo de caso, construindo uma explicação sobre o caso. Segundo Barros e Duarte (2015, p.232), esse tipo de método geralmente ocorre em forma de narrativa em que o investigador ao conectar um conjunto de elos causais, procura explicar o fenômeno. Desta maneira, se tornou possível explicar como aspectos do infotainment estão presentes na narrativa das notícias relacionadas ao Trump e na lógica comunicacional do Youtube.

Para análise foram classificadas oito categorias para a coleta de dados: recursos técnicos e visuais, vocabulário, alteração de voz, jogo de interpretação, referência intertextual, origem de pauta, cenário e duração da notícia. Na categoria recursos técnicos e visuais foram observados o uso de técnicas para edição do vídeo, como o zoom in e zoom out e o acréscimo de imagens para ilustrar e complementar o que está sendo passado no vídeo. Vocabulário é voltado para o tipo de linguagem que o locutor usa, como os palavrões e as gírias. Alteração de voz é para especificar as tonalidades e nuances que aparecem na voz do Cauê Moura, como os gritos e exaltação da voz. A categoria jogo de interpretação identifica momentos em que o locutor sai do seu lugar e assume a posição de terceiros envolvidos na notícia. Referência intertextual está relacionado às referências de produtos de outras mídias, como referências à produções do cinema e da TV, usado como aspecto do infotainment. Na categoria origem de pautas foram observados qual a procedência das informações, se as informações foram colhidas de outros meios comunicacionais ou redes sociais. Cenário é referente ao conjunto do personagem do Cauê Moura a partir de objetos usados em cena, como o bastão. E por fim, duração da notícia, sendo que foi observado se a origem e o conteúdo da notícia interfere no tempo de vídeo.

Dentro das categorias identificamos o que os vídeos têm em comum, além da temática Donald Trump, características específicas do canal. Para isto foi necessário acompanhar o desenvolver do vídeo, assim como seu conteúdo e discurso, já que trabalhamos com imagem em movimento. O desenrolar da cena é importante para entender a notícia e como os elementos estão expostos. O discurso e o conteúdo presentes na narrativa ajudaram a identificar e compreender o conjunto de informações usado, desde a origem e construção de notícia ao momento de transmissão.

6. CATEGORIZAÇÃO DOS DADOS COLETADOS

Tabela 1: Elementos dos vídeos

VÍDEO	RECURSOS TÉCNICOS / VISUAIS	VOCABULÁRIO	ALTERAÇÃO DE VOZ	JOGO DE INTERPRETAÇÃO
EUAHEUAHEAUEH AUEH MANO	X	PALAVRÕES GÍRIAS	RISADAS	IMITAÇÃO DE TERCEIROS
PODE BATER EM MULHER SIM	IMAGENS MONTAGENS - ZOOM	PALAVRÕES GÍRIAS	GRITOS	IMITAÇÃO DE TERCEIROS
MURICA	IMAGENS - ZOOM	PALAVRÕES GÍRIAS	GRITOS	IMITAÇÃO DE TERCEIROS
TOLERÂNCIA ZERO NESSA PORRA	IMAGENS - ZOOM	PALAVRÕES GÍRIAS	RISADA / GRITOS / VOZ EXALTADA	IMITAÇÃO DE TERCEIROS
VISH VÁRIAS POLÊMICA HEIN	IMAGENS - ZOOM	PALAVRÕES GÍRIAS	GRITOS / RISADA / VOZ EXALTADA	IMITAÇÃO DE TERCEIROS
EMINEM SEM MASSAGEM	IMAGENS - ZOOM	PALAVRÕES GÍRIAS	VOZ EXALTADA	IMITAÇÃO DE TERCEIROS
ELA ACHOU QUE ERA ESPERTA HEHAUEHAUEHAH	IMAGENS - ZOOM	PALAVRÕES - GÍRIAS	VOZ EXALTADA - GRITOS - RISADAS	IMITAÇÃO DE TERCEIROS
OS CARA APEDREJAM O BOM VELHINHO	IMAGENS - ZOOM	PALAVRÕES - GÍRIAS	GRITOS	IMITAÇÃO DE TERCEIROS

Tabela 2: Elementos dos vídeos 2

VÍDEO	REFERÊNCIA INTERTEXTUAL	ORIGEM DE PAUTA	CENÁRIO	DURAÇÃO DA NOTÍCIA
EUAHEUAHEAUEH AUEH MANO	TV / CINEMA	DIVERSAS MÍDIAS	ESPINGARDA NA MÃO	5:54'
PODE BATER EM MULHER SIM	MÚSICA / PRODUTO ALIMENTÍCIO	TWITTER	BASTÃO NA MÃO	3:40'
MURICA	MEME INTERNET	TWITTER	ESPINGARDA NA MÃO	1:15'

TOLERÂNCIA ZERO NESSA PORRA	CINEMA E PRODUTO ALIMENTÍCIO	DIVERSAS MÍDIAS	TACO DE BEISEBOL	9:10'
VISH VÁRIAS POLÊMICA HEIN	TV	TWITTER OUTRAS MÍDIAS	TACO DE BEISEBOL	4:07'
EMINEM SEM MASSAGEM	YOUTUBE / CINEMA / PRODUTO ALIMENTÍCIO / TV	TWITTER DIVERSAS MÍDIAS	TACO DE BEISEBOL	4:05'
ELA ACHOU QUE ERA ESPERTA HEHAUEHAUEHAH	X	TWITTER	TACO DE BEISEBOL	1:59'
OS CARA APEDREJAM O BOM VELHINHO	MÚSICA / PRODUTO ALIMENTÍCIO / CINEMA	DIVERSAS MÍDIAS	BASTÃO NA MÃO	2:59'

Gráfico 1: Referências Intertextuais

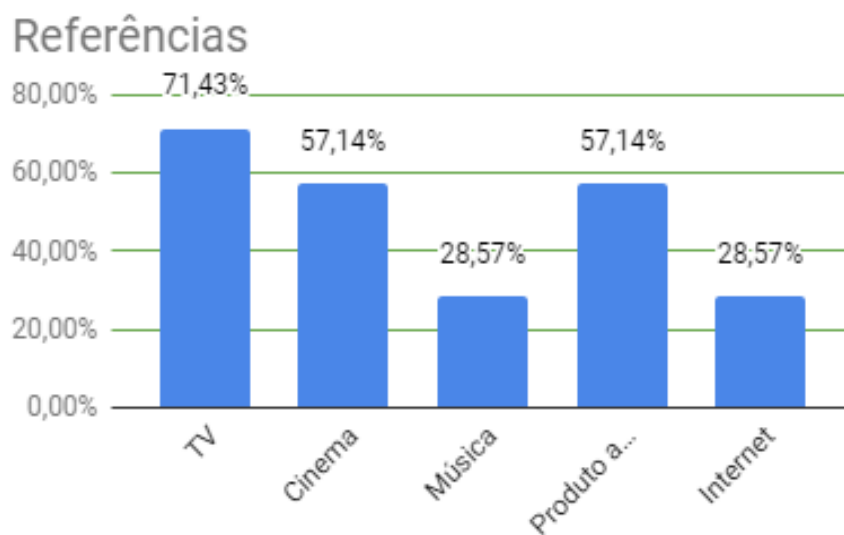
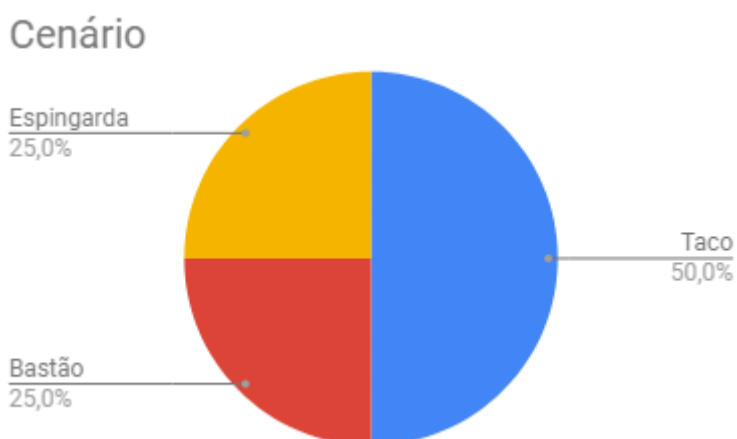


Gráfico 2: Origem das pautas**Gráfico 3: Objetos usado em cena**

6.1 RESULTADOS

Os recursos técnicos e visuais, como zoom e in zoom out, mudança de cor da tela, adição de efeitos sonoros são utilizados em 90% dos vídeos analisados (Tabela 1). Os recursos são recorrentes em momentos em que o locutor quer enfatizar uma fala, ou até mesmo para algum sentimento em sua fala, assim como o zoom em diferentes velocidades de aproximação e afastamento, além do aparecimento de imagens para ilustrar e complementar a notícia que está sendo transmitida. Em todos os vídeos, a linguagem foge do padrão tradicional do jornalismo, da norma padrão da língua portuguesa. Ou seja, 100% dos vídeos há gírias e palavrões durante a notícia. Da mesma forma que alteração de voz e jogo de interpretação se fazem presentes em todos vídeos.

Dos oito vídeos analisados, sete têm referências de produtos de outros meios comunicacionais, como a tv, cinema, música e internet. Sendo que 71,43% aparecem produtos da televisão, seguidos de cinema (57,14%), produto alimentício (57,14%), música (28,57%) e Internet (28,57%). (Gráfico 1).

Como mostrado no gráfico 2, o Twitter é a principal fonte de pauta de notícias, sendo que dos oito vídeos, cinco são pautados por twitters, elemento determinante no tempo de duração da notícia. Na tabela 1 é possível observar que quando a notícia se concentra apenas em twitters, a duração é menor, e quando junta twitter com outras mídias, o tempo é maior. O Twitter se torna fonte de informação para as pautas, e sendo uma rede social de mensagens rápidas e curtas, com limitação de caracteres, ao transpor para outro meio de comunicação, essas características também vão juntas. Essa característica limita o tempo de duração da notícia.

Uma das principais características do personagem do Cauê Moura na apresentação do quadro é sempre está com algum objeto na mão. Em todos os vídeos, Cauê aparece com um bastão, espingarda ou taco de beisebol na mão, sendo que em 50% dos vídeos o locutor está com o taco, seguido de espingarda (25%) empatado com o bastão (25%). (Gráfico 3)

7. CONCLUSÃO

A plataforma colaborativa Youtube é um sistema que integra aspectos da esfera tecnológica, por sua constante atualização através do seu uso. Integra aspectos da esfera social, como o nome já disse, está em associação, é parte de associações do coletivo assíduo, da cibercultura. Compreende elementos da esfera comunicacional, por ser um veículo de comunicação, além de adquirir uma linguística híbrida. Todos esses aspectos trazem em seu interior diversos elementos humanos e não humanos da cena, com um sistema de mensagem que afeta tanto homem quanto dispositivo. Desta forma, o Youtube é uma “media ecology” - um ambiente midiático.

A produção audiovisual da plataforma é resultado da convergência midiática, que possibilita a interconexão entre mídias. O ambiente de ecologia midiática traduz e se empodera de formatos tradicionais. Fluxo comunicacional, linguístico e audiovisual formando um novo modo de produzir e consumir, mas sem aniquilar os tradicionais. Por exemplo, o Twitter é muito usado pelo Donald Trump, desta forma os twitters do presidente são usados como fontes de informações para as pautas do canal.

O Youtube é um sistema com estrutura, com conteúdo, normas e regras, com lógica organizacional e comunicacional. As produções da plataforma, o conteúdo dos vídeos e a lógica de organização do site são ações resultados da coexistência. Na TAR, o ator não existe se não existir rede. Não existiria Youtube se não fosse pelo sujeito em interação na rede com a plataforma, e conseqüentemente não existiria o novo produtor, o youtuber. A associação se dá por que ambos, plataforma e sujeito estão dentro da rede e passam a ganhar forma.

O homem cria a tecnologia, mas recria ao entrar em contato. Vale ressaltar que o dispositivo, a plataforma Youtube não é modificado pelo homem de forma pura, não há determinismo humano, assim como não há determinismo tecnológico. Youtube é a relação mútua que há entre ambos.

O conhecimento construído por seus colaboradores é valorizado em toda parte. São as habilidades dos youtubers que dão forma a plataforma, que acrescenta conhecimento e informação em um espaço democrático. Ou seja, o ambiente colaborativo e mediático forma um conjunto de conhecimento mútuo e aplicado por todos e qualquer pessoa, é uma plataforma de inteligência coletiva (Lévy, 1999). Todos que colaboram com o conhecimento, compartilham de suas habilidades para a produção do conhecimento. Ambiente de livre circulação informacional e conhecimento. Cada produção apresentada pelo Cauê Moura é

adicionada ao arsenal audiovisual da plataforma. É sua contribuição ao conhecimento compartilhado dentro do Youtube.

Espaço como o Youtube - de conhecimento coletivo - descentraliza a informação, outrora responsabilidade da instituição jornalística. O jornalismo perde o posto de guardador da informação, da entidade que escolhe o que deve ou não ser noticiado. Agora a audiência escolhe, participa, colabora e organiza a informação. É o gatekeeper sendo substituído pelo gatewatching. Encontramos semelhanças no fazer jornalismo do Cauê Moura com o jornalismo tradicional, o fato de transformar o real, o acontecimento em notícia. É o receptor saindo do seu estado passivo, e se tornando ativo. O produser (Bruns, 2009) criando conteúdo com informações coletadas por si e colocando a disposição do conhecimento coletivo.

A liberdade de produção modifica o cenário comunicacional. Os veículos engendram outros mediadores, induzem novas situações, coisas que não são esperadas (Latour, 2012), ou seja a liberdade de criatividade do produsers provoca o aparecimento de fenômenos considerados apartados. É o infotenimento usado de diversas formas no canal, desde a referências de produtos televisivos a produtos do universo da música.

Infotenimento não é apenas uma estratégia de comunicação para chamar a atenção do telespectador (Gutmann e Gomes, 2008), mas sim uma estratégia de produção utilizada no canal, tornando assim uma característica da criatividade dos usuários na plataforma. É a estratégia de tratar um assunto sério, com mais leveza e descontração. É comentar assuntos como o Nazismo, de forma mais light sem anular o teor informativo. Como vemos, no vídeo “TOLERÂNCIA ZERO NESSA PORRA”, em que o entretenimento é fundamental quando Cauê relaciona o nazismo de Hitler ao Donald Trump.

Infotenimento também se faz presente no conteúdo veiculado. Thussu (2007) afirma que na “Penny Press”, a vida dos artistas e celebridades eram sempre considerados entretenimento, mas também informação. É exatamente o que mais encontramos nas notícias veiculadas pelo canal. Notícias sobre celebridades do futebol americano, do ramo musical como Stevie Wonder, além do próprio Trump que já era uma celebridade antes de se tornar presidente (ver anexo 1).

Infotenimento é encontrado na tonalidade de voz, nas expressões, nas atitudes do Cauê Moura. De todos os vídeos, somente em um os gritos não aparecem. As expressões faciais e corporais também são usados para adicionar algum tipo de sentimento com parcialidade. Assim como no vocabulário. A narrativa do locutor é diversas vezes interrompida para

acréscimos de risadas, de expressões, de ofensas com palavras de baixo calão. Todos esses elementos contribuem para acrescentar o entretenimento dentro da informação. É a busca pelo ato de informar, mas também de entreter. Assim como o zoom in/out presente em todos os vídeos. A técnica é usada para provocar sentido as falas e enfoque nas expressões do locutor. Da mesma forma que os recursos de edição são explorados no zoom como modificação de cores ou formatos arredondado da imagem.

Há um equilíbrio da informação e do entretenimento nos vídeos, sendo que nenhum é mais importante que o outro. Todos os elementos usados para a produção são actantes (Latour, 2004). Mediadores que modificam a mensagem contribuindo de forma significativa para o resultado final. É a associação em rede provocada pela ação dos actantes em um fluxo infinito de interações e associações.

Youtube é cibercultura, é ambiente midiático, é relação de ator-rede, é interação entre objeto e indivíduo, é a livre circulação de conhecimento, é inteligência coletiva, é a criatividade. Todos agindo sobre todos e sofrendo ação de todos criando novas formas de comunicar, novas estratégias de informar e entreter.

A plataforma prova que a informação e entretenimento podem sim andar juntas sem perder a função de informar e entreter. Prova que ambos viés de produção, historicamente distintos, podem se fazer presente em um único produto. O Youtube não é só entretenimento, não aniquila os outros meios. O Youtube democratiza a informação. O Youtube é o espaço de criatividade para o surgimento de fenômenos antes nunca pensando, com uma linguagem híbrida e fonte inesgotável de fluxo comunicacional.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, D. F. R. Infoentretenimento nos Programas Televisivos: o caso das estações televisivas portuguesas. 2013. 71 f. Dissertação (mestrado em Jornalismo) – Universidade da Beira Interior Artes e Letras, Covilhã. 2013. Disponível em:

<https://ubithesis.ubi.pt/handle/10400.6/1602>. Acesso em: 08 set. 2018.

BaYM, Geoffrey. "Infotainment." The International Encyclopedia of Communication. Donsbach, Wolfgang (Ed). Blackwell Publishing, 2008. Blackwell Reference Online. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/9781405186407.wbieci031>. Acessado em 15 de Agosto.

BRUNS, Axel. Gatewatching: collaborative online news production. Nova York: Peter Lang, 2005.

_____. Produsage: Towards a Broader Framework for User-Led Content Creation. In Proceedings Creativity & Cognition 6, Washington, DC, (2007).

_____. The Future Is User-Led: The Path towards Widespread Produsage. Fibre Culture Journal, 2008.

_____. "Gatewatching, not gatekeeping: collaborative online news". Media International Australia, n. 107, pp. 31-44, 2003. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1329878X0310700106>. Acessado no dia 14 de janeiro.

_____. Gatekeeping, Gatewatching, realimentação em tempo Real: novos desafios para o Jornalismo. SBPJor / Sociedade Brasileira de Pesquisa em Jornalismo, 2011.

BURGESS, Jean.; GREEN, Joshua. YouTube: Online video and participatory culture. Cambridge: Polity Press, 2009.

_____. YOUTUBE e a revolução digital. São Paulo: LAEPH, 2009

BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2 ed. - 8. reimpr. - São Paulo: Atlas, 2015.

DEJAVITE, Fábila Angélica. A Notícia light e o jornalismo de infotenimento. Santos: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r1472-1.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2018

_____. INFOtenimento: Informação + entretenimento no jornalismo. São Paulo: Paulinas, 2006. 124 p. (Coleção Pastoral da Comunicação: teoria e prática).

_____. O infotenimento aplicado ao jornalismo esportivo. São Paulo, Skype, nov. 2014. Entrevista a Carlos Padeiro. Disponível em <https://docplayer.com.br/22341138-O-infotenimento-aplicado-ao-jornalismo-esportivo-entrevista-com-fabia-dejavite.html>. Acesso em 10 de Agosto

_____. O jornal diário impresso e a prática do infotenimento: o caso da Gazeta Mercantil. 2003. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

GOMES, Itania. O infotenimento na televisão. Trabalho apresentado no XVIII Encontro da Compós.2009. Disponível em http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1154.pdf. Acessado dia 30 de Agosto.

_____. O Infotainment e a Cultura Televisiva. In: João Freire Filho. (Org.). A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo. Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em: <<http://telejornalismo.org/wp-content/uploads/2010/05/O-Infotainment-e-a-Cultura-Televisiva-A-TV-Em-Transi%C3%A7%C3%A3o.pdf>> Acesso em: 10 de Dezembro de 2017

GUTMANN, J F; FERREIRA, T. E. & GOMES, I M. M. “Eles estão à solta, mas nós estamos correndo atrás. Jornalismo e entretenimento no Custe o que Custar”. Revista E-compós, v. 11, agosto de 2008, p. 1-6, 2008. Disponível em: <<http://telejornalismo.org/gomes-itania/>>. Acesso em: .

_____. Aspectos audiovisuais do infotainment: o CQC como propósito de análise. Artigo apresentado no Colóquio Internacional Televisão e Realidade. 2008. Disponível em <http://www.tvrealidade.facom.ufba.br/coloquio%20textos/Ju%20Gutmann.pdf>. Acessado dia 09 de Fevereiro.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência, 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JOHNSON, S. (2001), Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar, Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

LATOUR, Bruno. A esperança de Pandora : ensaios sobre a realidade dos estudos científicos \ Bruno Latour; tradução de Gilson César Cardoso de Sousa. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

_____. Where are the missing masses? The sociology of a few mundane artifacts. In: BIJKER, W., LAW, J. (Eds.). Shaping technology/Building Society: Studies in Sociotechnical Change. Cambridge, Mass: MIT Press, 1992. p. 225-258.

_____. Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.

_____. Aramis or the love of technology. Cambridge: Harvard University Press, 1996.

_____.Reagregando o social. Uma introdução à Teoria do Ator-Rede. Salvador. Edufba, 2012.

LEMOS, André; CUNHA, Paulo. Cibercultura: alguns pontos para compreender nossa época. In: Olhares sobre a cibercultura. Lemos, André & Cunha, Paulo (org.). Porto Alegre: Sulina,2003:12. Disponível em:<<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/cibercultura.pdf>>.

_____. A comunicação das coisas: teoria ator-rede e cibercultura. São Paulo: Annablume, 2013

_____. Você está aqui! Mídia locativa e teorias “materialidades da comunicação” e “ator-rede”. In: Revista Comunicação e Sociedade, ano 32, n. 54, São Bernardo do Campo, SP, Metodista, julho/dezembro 2010. p. 5-29.

_____. Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 6 ed. Porto Alegre: Sulina, 2013.

_____. A comunicação das coisas. Internet das Coisas e Teoria Ator-Rede: Etiquetas de Radiofrequência em uniformes escolares na Bahia. Artigo apresentado no SimSocial, 2012.

LÉVY, P. Abrir o espaço semântico em prol da inteligência coletiva. Revista Eletrônica de Comunicação Informação & Inovação em Saúde, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 129-140, jan./jun. 2007. Disponível em:http://basessibi.c3sl.ufpr.br/brapci/_repositorio/2015/12/pdf_f70e90e957_0000019048.pdf. Acesso em: 26 ago. 2018

_____. As tecnologias da Inteligência: O futuro do pensamento na era da informática. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1993.

PADEIRO, Carlos. O infotainment aplicado ao jornalismo esportivo: entrevista com Fabia Dejavitte. Itaquaquecetuba: Revista Gestão, Informação e Tecnologia, 2014. Disponível em: <http://www.fatecitaqua.edu.br/revista/index.php/regit/article/view/REGIT3-ENT>. Acessado em: 19/11/2017

POSTMAN, Neil. Tecnopólio: a rendição da cultura à tecnologia. São Paulo: Nobel, 1994.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. E- Compós, Brasília. 2007.

THUSSU, Daya Kishan. News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment. London. Sage Publications. 2007.

TORRES, Carla Simone Doyle. INFOtenimento na televisão: a tênue fronteira entre informação e entretenimento no encontro do telejornal com a revista eletrônica. Artigo apresentado no Seminário Internacional Análise de telejornalismo: desafios teóricos e

metodológicos. (2011). Disponível em https://analisedetelejournalismo.files.wordpress.com/2011/08/torres_carla.pdf.

ANEXOS

Algumas transcrição das falas do Cauê Moura.

ANEXO 1 - VÍDEO “HEUAHEUAHEAUEHAUEH MANO”

23’ Senhores, acabamos de vivenciar o acontecimento mais surreal da nova história moderna. Não é exagero nenhum. Ce tá ligado!

38’ Donald Trump é o novo presidente dos Estados. Um apresentador de TV, que apresentava aquele “você está demitido”, o aprendiz. O brasil também teve uma temporada com João Dória, que também foi eleito. O ser humano tem fetiche por homem de gravata e diz você tá demitido.

58’ O Trump que começou com nada, como bem disse ele, com um belo e singelo empréstimo de 1 milhão de dólares do próprio pai. O cara que durante esses dois anos de campanha, falou todo tipo de absurdo.

1.22’ O Cara que falou que vai construir um muro que separa o Estados Unidos do México. Que vai fazer o México pagar. Queria saber como ele vai fazer isso.

1.35’ O cara que disse que o aquecimento global é invenção da China para tentar quebrar o mercado americano. Inclusive prometeu na campanha que vai barrar as adoções que ele fazia lá para poder combater o aquecimento global.

1.51’ Talvez o meu favorito de todos que ele disse, e olha que não foram poucos. Foi quando ele falou, esse pessoal do Isis, eles não tem medo de nada, não adianta ir atrás deles, pq eles não tem nada a perder. A gente tem que ir atrás da família dele. Ele simplesmente disse, em outras palavras, vamos atrás de inocentes, não adianta pegar o criminoso, vamos pegar a mãe, vamos pegar a irmã. Esse é o D Donald.

2.10’ O homem que detém o poder agora, o maior poder militar bélico do mundo está na mão dele. O maior arsenal nuclear está na mão dele.

2.24’ Eu penso o seguinte, se metade do povo americano quer o Donald Trump, metade do povo americano merece o Donald Trump, entendeu.

2.32' “Não vejo a hora de ver vídeos novos de explosão nuclear, porque já vi todos que tem no youtube, é tudo antigo. Então, pelo menos vamos ter isso: Nossa que legal, como explode um país.” “O cara vai explodir o mundo, que nem o Frezza fez com Namekusei. Nós vamos ver isso na vida real. Estou empolgado”.

2.47 A impressão que eu tenho é que ele tava zuando, tá ligado!. Esse tempo todo ele tava tipo: Vamos lançar uma campanha presidencial? Vamo ver se o povo é tão vacilão assim desse jeito. Eu já sou bilionário mesmo. Vamo juntar uma galera. Eu vou ser presidente dos Estados Unidos, vamos ai, vamo ai. E agora que ele foi eleito. E agora ele tai ai: Eta porra! Queu eu vou fazer agora, irmão? Caralho, quatro anos dessa porra ai. Eu ia viajar. Janeiro eu ia lá pra Fernando de Noronha. Que que eu faço agora? Que eu vou ter que quatro anos governar essa porra desse país. E agora que eu fui eleito. Que que eu faço? não tava nos meus planos.

5.20' Ele disse que vamos dar um jeito de identificar, querer fazer um tipo de cadastro, colocar tipo uma faixinha no braço que nem fizeram com os judeus ali no passado. Você não achou que eu ia terminar esse vídeo sem comparar o Donald Trump com o Hitler, né! Ra!

5.59' Muito obrigado pela sua audiência, pela sua paciência, por ser essa pessoa maravilhosa e tchau..

ANEXO 2 - PODE BATER NA FAMÍLIA SIM”

05': Dia 9 de fevereiro de 2017, quinta-feira. Está começando o giro de quinta, seu momento da semana onde você ouve as melhores/piores notícias do Brasil e do mundo.

48':Tados Unidos (sic). Cada dia que passa a gente fica mais convencido de que o americano elegeu uma menina adolescente para a casa branca. É impressionante”. Seu Donald Trump, ele é um caso à parte. Você tentar até a odiar, mas você passa metade do tempo rindo da cara dele, por que ele é louco.

1.16': O cara nao passa um dia sem virar notícia, é impressionante. Ele não é só controverso, ele é controverso, ele é engraçado, ele é imbecil, ele é comedião, ele é puta de uma cuzão, ele é um arrombado. (Vem a notícia)

2.18': E o que é que o Trump fez no seu auge de adolescência de 15 anos de idade? Ele usou o twitter pessoal para xingar a Nordstrom, ele que já usou o seu twitter pra xingar a menina, Kristen Stewart, na época do Crepúsculo. E não satisfeito com essa pataquada ele pegou o perfil do presidente do Estados Unidos, o @potos e retuitou a mensagem, xingando a marca.

2.54': Ele não quer discutir a Coréia do Norte, não tá preocupado com Putin lá influenciando as eleições, não quer saber se a China vai dominar o mundo. Ele quer reclamar no twitter como é que a marca Nordstrom retirou a roupa da minha filha. Você é uma adolescente, seu Trump, pelo amor de Deus”.

ANEXO 3 - VÍDEO “MURICA”

27': O Trump continua gerando polêmica nos “tados unidos”. Eu tenho a sensação que se não for assassinado ou sofrer impeachment, vai ser assim nos 4 anos do mandato. E a mais nova tem a ver com o Snoop Dogg. O Snoop Dogg em seu novo clipe insinuou que estava matando o presidente. O Trump que é uma garota adolescente. O que que é que qualquer adolescente faria? Foi no twitter reclamar muito”.

ANEXO 4 - VÍDEO TOLERÂNCIA ZERO NESSA PORRA

58': Vamos começar falando o seguinte. Agora, quase dois dias depois, foi que o Trump, finalmente, foi se manifestar e dizer: É, porque realmente esse negócio de supremacia branca não deu certo e eu condeno essas atitudes racistas e tudo mais. O cara levou dois dias, porque no primeiro discurso dele, o discurso foi bem diferente. A primeira coisa que ele disse é: Não, realmente lamentamos a morte dessa pessoa⁵³, porque, realmente, tem muita violência dos dois lados, hein!.

1.28': Passando pano pra nazista. O maior representante da maior potência mundial, tava passando pano pra nazista. Não é modo de dizer, ele tava literalmente aliviando a barra de nazistas. Esse filho da puta, oompa loompa laranja, que agarra buceta, filho da puta desgraçado.

2.17': O mínimo que ele devia ter feito, mas desde o começo, era ter ido a público e condenado esse negócio. Não tem como ter nazismo em pleno 2017. Isso não tem espaço em nenhuma sociedade. Isso tem que ser combatido. Isso tem que ser coibido.

2.45': Aí eu deixo a pergunta aqui. Qual que é a diferença de um filho da puta muçulmano que atropela um bando de gente, em Londres, prum branquelo cristão que atropela um monte

⁵³ Ativista morta em manifestação contra supremacistas brancos nos EUA. Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-40922219>

de gente nos Estados Unidos? Eu te digo qual que é a diferença: Nenhuma. é tudo terrorista e tem que ser tratado como terrorista. A tolerância para gente que se manifesta a favor de supremacia branca, tinha que ser zero. Que nem é com quem se manifesta a favor do ISIS.

3:46': Eles falam: Não, estamos perdendo direitos, temos que retomar a América, conforme o Trump prometeu. Nós estamos sendo oprimidos. Eu vi gente usando o termo que o branco está sendo oprimido. A galera que inventou a opressão, tá querendo meter o loco, querendo dizer: não, precisamos retomar as nossas terras.

4:12': Que suas terras, filho da puta. Vocês exterminaram quem tava nas suas terras para roubar as riquezas deles. Não sei se vocês se lembram, essas terras não são nem suas, irmão. Você querem voltar para suas terras? Entra na porra de um navio e vai para Europa, porque é de lá que vocês vieram, seus arrombados. A América nem é de vocês, mano.

7:04': E eu digo mais, a galera da internet que tem voz que nem eu tenho, não pode se manter omissa nesse momento, tem que falar sim. Ficar quieto frente às manifestações nazista, é compactuar com isso. Não tem inocente nessa porra. Você aí com seu youtuber favorito não falou nada ainda, cobra! Por que tem que falar. Isso tem que tá nos holofotes. Todo mundo tem que entender o tamanho do absurdo que é.

7:30': Em pleno 2017, ainda tem gente se manifestando contra pessoas de cor diferente de pele, e de posição diferente geográfica, onde ele nasceu nessa porra desse globo.

ANEXO 5 - VÍDEO “VISH VÁRIAS POLÊMICAS HEIN”

03': Eu já falei que eu ia só fazer vídeo divertido daqui pra frente, que eu não ia mais ficar falando de notícias, de coisa de política. Mas daí, o que que acontece agora? Tudo é política nesse mundo aí! Não tem mais como!. Vamos falar de Donald Trump. Claro, Donald Trump! Vou ter que começar a pagar comissão para ele já. O cara tá aparecendo mais aqui do que o Bombasauro. O Trump tá aqui toda semana”.

6:26': Vamos então falar do homem que vai explodir com a humanidade. A mais nova do homem. Que que é que foi? Não cansado de “tetar” com todo mundo da cultura pop. Todos os artistas. Todo mundo.

ANEXO 6 - VÍDEO “EMINEM SEM MASSAGEM”

50': Vamos começar falando do nosso sócio oficial desse canal. O cara que mais aparece aqui que o Bombasauro e o Gigante Guerreiro. Daqui a pouco aparece mais que Cauê. Mister

Trump. Mas Cauê você falou que o episódio de hoje vai ser só sobre notícia boa. Como falar do trump vai ser da hora?”. E explica “Ele tá lá fazendo as merdas deles. Cagando na R**** (palavra de baixo calão). Ta bosteando no Twitter”.

1.23’: Ai agora a tetra foi com a NBC, se não me engano. Vocês tem que parar com esse negócio de notícia falsa. Acho que tá na hora de considerar, a revogar a licença desses canais. O Trump falou. Maior exemplo de ditador, tá ligado!. O cara querer censurar a mídia. E ele ta indo contra a primeira emenda americana que fala sobre a liberdade de expressão.

1.58’: Mas o que é que tem de bom nessa notícia? Não tem nada de bom nessa notícia. Calma!!. Mas é que o Eminem. Nossa o Trump com o Eminem. porque? “Calma Cauezão, você sabe contar histórias, eu acho. Foca! Foca!.

4.18’: O Eminem falou do cara lá. Ele falando. Só estou aqui citando o Eminem. Só estou aqui fazendo o jornalismo, né! por que eu sou jornalista. O evaristo aposentou, por que eu vou entrar daqui a pouco no Jornal Hoje. Inclusive não vai se chamar Jornal Hoje, mas Giro de Quinta, de segunda, terça, quarta e sexta, dia de quinta eu vou folgar.