UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

CLARA CAVALCANTI RELLSTAB

MULHERES NA CULTURA POP:

O tratamento dedicado às mulheres e às temáticas femininas no Bloco X, do site Omelete

SALVADOR

2016.2

CLARA CAVALCANTI RELLSTAB

MULHERES NA CULTURA POP:

O tratamento dedicado às mulheres e às temáticas femininas no Bloco X, do site Omelete

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal da Bahia (UFBA), como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social.

Orientadora: Prof. Dr.ª Maria Carmen Jacob de Souza e co-orientação da Doutoranda Maíra Bianchini dos Santos

SALVADOR

2016.2

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova o Trabalho de Conclusão de curso

MULHERES NA CULTURA POP:

O tratamento dedicado às mulheres e às temáticas femininas no Bloco X, do site Omelete

elaborado por

Clara Cavalcanti Rellstab

Comissão Examinadora:

_____

Maria Carmen de Sousa Jacob (Orientadora)

_____

Juliana Freire Gutmann

_____

Maíra Bianchini dos Santos

SALVADOR

2016.2

AGRADECIMENTOS

À família Alencar-Cavalcanti.

A Matheus (meu brother-from-another-mother) e Júlia, com quem o papo não termina desde a semana do calouro. Aos amigos de sempre, Thainá e Xirita, por me amarem até quando eu tinha franja. A Rayssa, por ter ficado do meu lado até quando Sadao nos expulsou de sala na aula de semiótica. Obrigada.

A Evilásio Júnior, que me ensinou o que sei sobre ser profissional – além de me educar sobre o Joy Division, futebol italiano e porquinhos da índia. Forza, Napoli!

Aos professores Maurício Tavares, Malu Fontes e Juliana Gutmann, que me mostraram que pomposidade não é sinônimo de competência. Ainda bem!

A Maria Carmen Jacob, cujo feeling certeiro pôs Maíra Bianchini em meu caminho. A Maíra eu devo cada letrinha, acentuação e pontuação deste trabalho.

A Fernanda Lima, que achou que seria uma boa ideia dividir a vida comigo em tempos de TCC e acabou ganhando mais textos para corrigir do que beijinhos. Mal sabe ela que mestrado, doutorado e, quiçá, pós-doc estão nos meus planos – e ela está incluída em todos eles.

RESUMO

Investigar de qual forma as mulheres e as temáticas femininas são apresentadas e discutidas no interior do *videocast* Bloco X e compreender os fatores que motivaram e possibilitaram a criação deste segmento no site de cultura pop Omelete, são os objetivos deste trabalho. Como ponto de partida, destrinchamos os termos cultura pop e o nicho geek/nerd, espaços majoritariamente dominados pelo público masculino, e apresentaremos um panorama geral sobre a evolução da corrente feminista até o momento no qual o trabalho se localiza. Na segunda parte da pesquisa, recorremos à análise da história da inserção da mulher no site e em seus produtos audiovisuais e à investigação sobre quais os principais agentes envolvidos em tornar a mulher protagonista de um deles. Neste contexto, sob a metodologia de análise do telejornalismo, discorreremos sobre questões de gênero televisivo e modos de endereçamento, a fim de entender como os temas relacionados às mulheres foram tratados nos vídeos do Bloco X os quais elegemos para exploração.

Palavras-chave: modos de endereçamento; feminismo; cultura pop; gênero televisivo; Bloco X

ABSTRACT

Understanding how women and women's subjects are presented and discussed within the videocast Bloco X and the terms that motivate and made possible the creation of this segment at the pop culture website *Omelete* are the goals of this study. As bottom line, the terms 'pop culture' and 'geek/nerd' are unveiled – both steads dominated by a male audience, it's worth pointing out –, and then we present an overview through the feminist theory evolution, since the beginning of it, till the moment witch our product is located. At the second part of the paper, we analyze how women were brought into the website and into their videocasts and, from there, we investigated on which were the main agents involved in making woman the protagonists of one of them. At long last, underneath the analysis of televison journalism methodology, we discuss issues of television's genres and modes of adressing, in order to understand how the women's issues were treated at the Bloco X's videos which we have chosen for development.
Key-words: modes of adress; feminism; pop culture; television genre; Bloco X

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Primeiro layout do site Omelete em 16 de agosto de 2000.....33
Figura 2. Layout do site Omelete em 30 de novembro de 2002.....35
Figura 3. Revista impressa do site Omelete, lançada em 2007.....36
Figura 4. Layout do site Omelete em 7 de novembro de 2008.....37
Figura 5. Livro 'Almanaque Omelete' lançado pelo Omelete em parceria com a editora Nova Fronteira, em 2009.....38
Figura 6. Layout do site Omelete em 2017.....39
Figura 7. Parte do layout do site em 2017, com as seções disponíveis no portal.....46
Figura 8. Primeiro logotipo do Bloco X.....62
Figura 9. Frame do primeiro Bloco X, intitulado *Orange is the New Black* | OmeleTV #239.X.....63
Figura 10. Frame das apresentadoras Carol Moreira, Míriam Castro, Aline Diniz e Natália Bridi no episódio *Garganta Profunda* e pornografia! | Bloco X.....67
Figura 11. Cenário onde Érico Borgo, Marcelo Hessel e Marcelo Forlani apresentam o quadro OmeleTV, em 2014.....80
Figura 12. Cenário onde Natália Bridi, Mírian Castro, Aline Diniz e Carol Moreira apresentam o Bloco X, em 2014.....81
Figura 13. Frame da vinheta de abertura do Bloco X, em 2015.....91
Figura 14. Logotipo do Bloco X, em 2015.....91
Figura 15. Cenário do Bloco X, em 2015.....92

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....10

1. A MULHER NA CULTURA POP E NO NICHO GEEK/NERD.....17

1.1. Cultura Pop.....17

1.2. Cultura Geek/Nerd: origem no esquisito e ascensão no popular.....20

1.3. Considerações sobre o feminino e o lugar da mulher na Cultura Pop.....24

2. O SITE OMELETE.....31

2.1. Criação e história do site Omelete.....31

2.2. O audiovisual no site Omelete.....40

2.3. Tratamento das mulheres e do feminino nos vídeos do Omelete.....44

2.4. Aproximações entre o canal Omeleteve e o telejornalismo.....55

3. ANÁLISE.....55

3.1. Metodologia de análise do telejornalismo.....55

3.2. Recorte metodológico e análise dos vídeos do Bloco X.....60

3.2.1. *Orange is the New Black* | OmeleTV #239.X.....62

3.2.2. *Garganta Profunda* e pornografia! | Bloco X.....66

3.2.3. O pornô brega e burro de *50 Tons de Cinza* | Bloco X.....69

3.2.4. Só tem mulherão neste... BLOCO X.....71

3.2.5. Problemas femininos no apocalipse neste... BLOCO X!.....74

3.2.6. As melhores *Catfights* do cinema neste BLOCO X!.....77

3.2.7. As mulheres em *Game of Thrones* neste... BLOCO X!.....79

3.2.8. A série ousada sobre mulheres: *Orange is the New Black* | BLOCO X..84

3.2.9. As mulheres vão dominar Hollywood.....85

3.2.10. Os piores comentários da internet no Bloco X.....88

3.2.11. Miga, as princesas mudaram! | BLOCO X.....90

3.2.12. As maiores exploradoras do cinema.....95

3.2.13. As mulheres nos bastidores do cinema e da TV! | BLOCO X.....97

3.3. Síntese das análises.....100

CONSIDERAÇÕES FINAIS.....104
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....109
APÊNDICE.....113
Apêndice A.....114
Apêndice B.....115

INTRODUÇÃO

O vídeo "OmeleTV #34 Viva Las Vegas!"[1], publicado em 21 de agosto de 2009 e produzido pela equipe do site Omelete, veículo jornalístico voltado à cobertura de diferentes áreas do entretenimento midiático, retrata a seguinte situação: três colunistas do site, todos homens, estão com o poder de fala do programa em questão, o qual é tradicionalmente apresentado por eles, enquanto duas jovens mulheres, também profissionais empregadas no site, alternam-se em posição de servidão em relação aos apresentadores. Elas usam roupas curtas, atuam como garçonetes servindo bebidas ao trio e são chamadas para uma 'dança sensual' ao final do segmento, quando os apresentadores colocam fichas semelhantes àquelas utilizadas em jogos de pôquer no decote das blusas das jovens, em alusão ao modo de pagamento frequentemente retratado em obras audiovisuais quando indivíduos, em sua maioria homens, contratam serviços de *strip tease*.

Quase sete anos mais tarde, em 11 de março de 2016, ainda no canal do site Omelete no Youtube, são três mulheres que assumem a posição de apresentadoras do segmento chamado Bloco X – referência ao cromossomo genético que marca o sexo biológico feminino. De acordo com o título do vídeo, as apresentadoras, que também produzem, filmam e editam o material do Bloco X, discutem "As mulheres nos bastidores do cinema e da TV" [2], trazendo ao centro do canal as discussões sobre a expressão das mulheres no contexto da cultura pop contemporânea.

A constatação sobre as mudanças na configuração interna da equipe do Omelete e no tratamento dedicado às mulheres e aos temas relacionados ao universo feminino ao longo do tempo nos vídeos do canal Omeleteve inspirou os questionamentos que resultaram no presente trabalho. Interessou-nos investigar, especialmente, de que forma as mulheres e as temáticas femininas são apresentadas e discutidas pelas mediadoras no interior do Bloco X, do site Omelete. Para isso, recorremos à análise da história da inserção da mulher no site Omelete e em seus conteúdos audiovisuais, à compreensão dos fatores que motivaram e possibilitaram a criação deste segmento, à investigação sobre quais os principais agentes envolvidos e, nesse contexto, sobre como os temas relacionados às mulheres foram tratados nos vídeos do Bloco X os quais elegemos para

[1] Disponível em: <http://migre.me/wbZsd>. Acesso em 9 mar. 17.
[2] Disponível em: <http://migre.me/wbZtF>. Acesso em 9 mar. 17.

exploração. As trocas e os posicionamentos realizados pelas apresentadoras no âmbito deste segmento tensionam, em diversos momentos, os sentidos sobre os papéis e as ações de mulheres em diferentes contextos, alternando entre posições ora liberais, ora conservadoras em relação aos temas tratados.

A reflexão sobre a centralidade das mulheres na cultura pop mostra-se relevante neste início do século XXI, época em que o avanço na representatividade feminina, embora notável, ainda se configura longe do ideal de igualdade. Segundo relatório do Center for the Study of Women in Television and Film, da Universidade Estadual de San Diego, as mulheres foram protagonistas em 29% dos 100 filmes de maior bilheteria nos Estados Unidos durante o ano de 2016, um aumento de 7 pontos percentuais em relação ao ano anterior (Lauzen, 2017a). Figuras femininas como Jyn Erso, do derivado *Rogue One – Uma História Star Wars*, e as protagonistas do *remake Caça-Fantasmas* ilustram essa tendência, apesar de os números ainda indicarem um extenso caminho para um equilíbrio entre personagens centrais masculinos e femininos na grande tela.

No que diz respeito à representação, a indústria de entretenimento também ainda não passou por uma revolução: as mulheres são retratadas majoritariamente como interesse romântico do protagonista, muitas vezes como objeto sexual, ou em papéis definidos pela ligação familiar com o homem protagonista – ou seja, enquanto mães, irmãs ou filhas, por exemplo. Segundo o relatório assinado por Lauzen (2017a), as mulheres têm menor probabilidade de serem retratadas no ambiente de trabalho ou enquanto líderes. Elas também são mais jovens que suas contrapartes masculinas, fato que, para Lauzen, indica uma redução do poder de ação das personagens. Em entrevista para a revista Variety sobre resultados anteriores do estudo[3], a pesquisadora afirma que "na medida em que envelhecemos, ganhamos poder profissional e pessoal [...] Ao manter [as personagens] mais jovens, as mantemos relativamente sem poder"[4].

Um dos fatores que pode influenciar sobre esta tendência é que poucas mulheres conseguem ficar à frente das produções: segundo outro estudo realizado pelo Center for the Study of Women in Television and Film, as mulheres representam apenas 17% do número total de diretores, roteiristas, produtores, produtores-executivos, editores e diretores de fotografia entre os 250 filmes de maior bilheteria nos Estados Unidos em 2016 (Lauzen, 2017b). Consequentemente, até mesmo quando o produto trata de uma mulher, ele é geralmente feito por mãos e olhos masculinos. A feminilidade encontra-se

[3] Disponível em: <http://migre.me/wcTbN>. Acesso: 9 de mar. 2017.
[4] Tradução nossa.

subrepresentada na cultura pop, segundo Jhally (2012). O autor acusa os responsáveis pelas obras – artistas diretores, produtores, em sua maioria, homens – de apresentarem uma visão feminina unidimensional: as mulheres são apenas um corpo para a objetificação de uma sexualidade passiva, cuja principal meta é dar prazer ao homem e ao olhar masculino (do espectador)

Ocorre ainda de os produtos audiovisuais que abordam um ponto de vista feminino predominante sofrerem rejeição do público majoritariamente masculino. Em 2015, ativistas do 'direito do homem' tentaram promover um boicote ao filme *Mad Max: Estrada da Fúria*. Segundo um texto postado no site *Return of Kings*[5] (Retorno dos Reis, em tradução livre), o longa seria uma propaganda feminista. A polêmica começou porque os ativistas acusaram o filme de exibir mais cenas da personagem de Charlize Theron, que interpreta uma guerreira, que de Tom Hardy, que atua no papel de Max Rockatanski, o Mad Max do título.

A experiência do nosso fenômeno, o Bloco X, dentro do site Omelete, ilustra bem esta articulação da representação feminina na cultura pop versus a hegemonia masculina neste nicho, e a tentativa de promover uma mudança neste quadro. Hospedado no canal do site Omelete no Youtube e publicado entre setembro de 2013 e maio de 2016, o Bloco X foi uma atração semanal apresentada somente por mulheres, a qual se propôs a apresentar um olhar feminino sobre os assuntos derivados da cultura pop noticiados no site.

O Omelete, por sua vez, é um site brasileiro de entretenimento voltado para diversas vertentes da cultura pop, tais como cinema, histórias em quadrinhos, jogos eletrônicos, música e televisão. Com o slogan 'Entretenimento levado à sério', o portal foi criado em 29 de junho de 2000, pelo designer gráfico Érico Borgo e pelo publicitário Marcelo Forlani, e hoje faz parte do Omelete Group[6], um conglomerado de seis empresas voltadas à cultura geek.

Apesar de ter sido lançado no primeiro ano do segundo milênio, o site só ganhou notoriedade com o *boom* da cultura nerd, em cena a partir de meados dos anos 2000. Um conjunto complexo de fatores e de produtos midiáticos pode ser considerado relevante para a emergência deste cenário, mas, para citar apenas alguns, podemos

---

[5] "Why You Should Not Go See "Mad Max: Feminist Road" ("Porque você não deve assistir 'Mad Max: A Estrada Feminista'", em tradução livre), artigo do site Return of The Kings. Disponível em: <http://migre.me/vTXzd>. Acesso: 9 mar. 2017.

[6] CCXP Eventos cria operadora para formatar experiências exclusivas na Comic Con Experience. Entrevista com Pierre Mantovani para o site Mercado e Eventos. 2016. Disponível em: <http://migre.me/vTVGz>. Acesso: 9 mar. 2017.

apontar casos como o sucesso mundial, entre público e crítica, de filmes e de séries de televisão associados a gêneros narrativos tradicionalmente considerados à margem da cultura *mainstream* – como a ficção científica de *Lost* e a realização cinematográfica da fantasia de *O Senhor dos Anéis*, por exemplo –; a repercussão positiva da série televisiva *The Big Bang Theory*, a qual se utiliza de múltiplas referências à cultura pop e geek para retratar um grupo de amigos nerds; a reinserção expressiva do universo dos quadrinhos da Marvel nos cinemas, a qual teve início com o lançamento do primeiro filme do personagem Homem de Ferro, em 2008; o crescimento do mercado de videogames, que somente em 2016 registrou um lucro de quase 100 bilhões de dólares em todo o mundo[7]; além do avanço do próprio mercado direcionado a bens de consumo do público nerd[8].

Além disto, a emergência da comunicação por meio de redes digitais, proporcionada pelo barateamento das tecnologias de informação e de comunicação, facilitou o acesso e o consumo de conteúdos por parte do público e permitiu que, no ano de 2008, o Omelete alcançasse a marca de mais de 120 mil visitas mensais – até o ano de 2016, o número médio de acessos mensais na página aumentou em cem vezes, atingindo a marca de 12 milhões. Ainda na primeira década dos anos 2000, o site fortaleceu sua presença em outras mídias sociais (Twitter e Facebook, além de um endereço de e-mail ao qual os leitores podiam enviar perguntas, críticas, sugestões) e, principalmente, através de um forte apelo audiovisual a partir da publicação diária de vídeos no Youtube. O canal do Omelete no Youtube, chamado 'Omeleteve', teve o seu primeiro vídeo lançado em 6 de dezembro de 2007, e seu propósito inicial era hospedar as entrevistas presenciais que a equipe realizava. Quase um ano depois, em 3 de setembro de 2008, os dois fundadores criaram o 'OmeleTV'[9], uma série de vídeos com comentários e notícias sobre o mundo pop que permanece no ar até hoje, com atualizações diárias de, em média, dez minutos de duração.

A primeira aparição de uma mulher profissionalmente vinculada ao Omelete em um dos vídeos do canal foi na sexta edição do programa, ainda em 2008. As aparições periódicas permaneceram até 2010, quando a publicitária Carina Toledo passou a

---

[7] Mercado de games gera US$ 99,6 bilhões mundialmente e PC é a plataforma mais lucrativa, indica pesquisa. Matéria do site Adrenaline, da Uol. Disponível em:< http://migre.me/wbZzc>. Acesso em 9 mar. 17.

[8] O poderoso mercado nerd. Matéria do site Pequenas Empresas & Grandes Negócios. Disponível em:<http://migre.me/wbZAy>. Acesso em 9 mar. 17.

[9] Frisamos aqui que, apesar da sonoridade ser a mesma, o nome do canal do site no Youtube é Omeleteve, com o 'tevê' por extenso, enquanto o programa usa da sigla e se chama OmeleTV.

integrar o elenco fixo dos vídeos do site. Nos anos que se seguiram, nomes como Aline Diniz, Flávia Gasi, Mírian Castro, Natália Bridi e Carol Moreira passaram a fazer parte da equipe.

O Bloco X teve início em 6 de setembro de 2013, dentro do canal do Youtube do site Omelete, e trouxe como diferencial ser apresentado exclusivamente por mediadoras mulheres, as quais teciam comentários sobre as mais variadas vertentes da cultura pop. Apresentado por Carol Moreira, Aline Diniz, , Mírian Castro e Natália Bridi, o quadro começou como um 'bloco extra' do OmeleTV e, mais tarde, tornou-se um programa à parte no canal. É importante salientar que, apesar de trazerem mulheres ao protagonismo, as apresentadoras do Bloco X fugiam do rótulo de feministas e procuravam abordar temas que não representassem lutas ideológicas. À medida que existem episódios que tratam de 'problemas femininos no apocalipse zumbi'[10], Garganta Profunda[11] e 'O pornô brega e burro de *50 Tons de Cinza*'[12], outros discorrem sobre 'Os melhores bigodes do cinema'[13]. Ou seja, os temas são variados e, com frequência, abordados de maneira informal pelas apresentadoras.

Com a saída oficial da Carol Moreira do site Omelete, o Bloco X teve seu fim em 4 de maio de 2016, em sua 132º edição. Natália Bridi e Aline Diniz continuam participando de outros produtos do canal, porém em sistema misto com os colunistas do site. Temas voltados ao feminino não têm aparecido nas pautas atuais[14], as quais se voltam para os novos produtos culturais do nicho nerd/geek, seja tratando da expectativa sobre estes, seja em críticas ou em episódios especiais sobre produtos já consolidados – como o aniversário de 50 anos da franquia *Star Trek*, por exemplo.

A partir deste apanhado, torna-se evidente a inovação da cultura pop sob o viés da centralidade feminina no Bloco X. Apesar do fim do quadro temático e da consequente diminuição de assuntos que tratem do feminino nos segmentos restantes do Omeleteve, a experiência do Bloco X parece mostrar uma preocupação legítima dos

---

[10] Problemas femininos no apocalipse neste... BLOCO X!. 2013. Disponível em: <http://migre.me/vTX5V>. Acesso: 9 mar. 2017.

[11] Garganta Profunda e pornografia! | Bloco X. 2013. Disponível em: <http://migre.me/vTAEP>. Acesso: 9 mar. 2017.

[12] O pornô brega e burro de *50 Tons de Cinza* | BLOCO X. 2013. Disponível em: <http://migre.me/vTAIg>. Acesso: 9 mar. 2017.

[13] Os melhores Bigodes do Cinema e TV! | BLOCO X. 2013. Disponível em: <http://migre.me/vTXdD>. Acesso: 9 mar. 2017.

[14] A exceção é o vídeo '*Star Wars* é coisa de mulher, sim!', lançado em dezembro de 2016 e comandado por Natália Bridi, Aline Diniz e a *social media* do Omelete, Patrícia Gomes, no qual elas comentam séries e filmes que ridicularizam a relação e o entendimento das mulheres com a franquia de George Lucas. Disponível em: <http://migre.me/vTVyC>. Acesso: 9 mar. 2017.

gestores envolvidos com o desenvolvimento do site Omelete em dar voz à mulher. Interessa-nos ressaltar a preocupação dos gestores do site Omelete em adequar-se às mudanças editoriais trazidas à tona por uma forte exposição das questões feministas através de uma performance televisiva nos vídeos do Bloco X os quais tensionaram os sentidos construídos sobre as mulheres no cenário da cultura pop e nerd, majoritariamente dominado pela figura masculina[15] – fator que norteará o nosso recorte de análise.

De forma a orientar a análise, o presente trabalho foi dividido em três capítulos. No primeiro, buscamos investigar o lugar do feminino da cultura pop através de um estudo sobre a diversidade de expressão dessa cultura. Após discutir algumas das concepções de cultura pop e dos termos nerd e geek, tentaremos esboçar de que maneira o feminino aparece e se expressa nesta cultura, além de apresentar perspectivas sobre o estudo do feminismo.

Na segunda parte da monografia, nos debruçamos, propriamente, sobre o site Omelete. Após um apanhado geral sobre a história do site, procuramos entender as estratégias deste em relação ao feminino, ao localizar a criação do Bloco X e, consequentemente, entender as mudanças de conteúdo e de direcionamento do portal, que possibilitaram a criação do programa, e localizar as estratégias de endereçamento do site em relação ao feminino. Além disso, justificamos uma associação do programa com a prática do telejornalismo e o gênero de jornalismo temático, voltado para uma especialização midiática: a cultura pop no eixo nerd/geek.

No terceiro capítulo, partimos para a análise do caso, pautada na metodologia de análise de telejornalismo (Gomes, 2011), a partir da observação dos conceitos de gênero televisivo e de modo de endereçamento. Os operadores de análise deste último – a saber: a) mediadores, b) contexto comunicativo, c) pacto sobre o papel do jornalismo e d) organização temática – oferecem o norte para a investigação. Reduzimos a complexidade e a extensão dos conteúdos estudados tendo em vista a classificação dos vídeos do Bloco X por palavras-chave, cujos critérios são esclarecidos em detalhes no capítulo 3. Um número total de 14 vídeos foi investigado. Nossa análise explora a evolução do conteúdo em vídeo do programa, a linguagem adotada e, principalmente, a relação das quatro apresentadoras com os temas femininos.

---

[15] A pesquisa ‘Quem é o nerd brasileiro?’, realizada anualmente pelo site Omelete com o objetivo de traçar o perfil dos leitores do portal, apontou em 2016 que, entre as mais de 12 mil pessoas entrevistadas, 83,8% eram homens. Disponível em: <http://migre.me/waTud>. Acesso: 9 mar. 2017.

Ao final do trabalho, constatamos algumas dificuldades que permeiam nossa tentativa de análise. Contudo, situamos, de antemão, que elas nãos são suficientes para limitar a tentativa importante e bem-sucedida que foi a legitimação da mulher como emergente protagonista na cultura pop e no site Omelete. Por outro lado, fincou-se as similaridades entre nosso produto e o nicho do telejornalismo, apontando as linhas de aproximação entre os dois territórios, além de constatarmos, paradoxalmente, o distanciamento entre o Bloco X, apresentado por mulheres, e a defesa do feminismo.

1. A MULHER NA CULTURA POP E NO NICHO GEEK/NERD

O entendimento sobre a inserção e o progresso da figura feminina na cultura pop e no nicho geek/nerd apenas é possível se nos atentarmos a uma análise atenciosa a cada um destes temas separadamente. Para que este objetivo seja alcançado, neste capítulo, destrincharemos os termos “cultura pop” e “geek/nerd” e apresentaremos um panorama geral sobre a evolução da corrente feminista até o momento no qual o trabalho se localiza.

O capítulo foi dividido em três partes: Cultura Pop, Cultura Geek/Nerd: Origem no esquisito e ascensão no *mainstream* e Considerações sobre o feminino e o lugar da mulher na cultura pop. Optamos por essa forma de apresentação para situarmos de modo separada cada um dos fenômenos e tornar possível, ao fim da análise, encontrar as ligações entre cada um deles. Para tal, apresentamos discussões relevantes sobre cada um dos tópicos abordados, junto à posição que estes ocupam na contemporaneidade.

A investigação preocupa-se ainda em não sucumbir à estagnação semântica e a desmistificar considerações por muito tempo imutáveis. Tanto assim que alocamos a cultura pop, à luz de teóricos, não apenas como um adjetivo desqualificador, mas uma expressão que abarca experiências de nicho que ganham amplificação e reconhecimento global. O mesmo acontece com os termos nerd e geek e com algumas vertentes do feminismo.

1.1. Cultura pop

Em linhas gerais, a noção de cultura pop está relacionada tanto com os sentidos colocados em circulação a partir de manifestações da cultura popular e midiática quanto com a formação de identidades culturais cujas referências são difundidas nos meios massivos de comunicação. A expressão ‘cultura pop’ sintetiza a produção artística num viés da indústria da cultura e da assimilação visual, musical e performática, cujas obras resultantes conseguem atrair um grande apelo popular e, ao mesmo tempo, influenciar no pensamento e/ou no comportamento individual do ser.

> A ideia de Cultura Pop sempre esteve atrelada a formas de produção e consumo de produtos orientados por uma lógica de mercado, expondo as entranhas das indústrias da cultura e legando disposições miméticas, estilos de vida, compondo um quadro transnacional de imagens, sons e sujeitos atravessados por um semblante 'pop'[16] (GOODWIN, 1992, p. 21).

Neste cenário, a cultura pop representa também um espaço de tensões e de disputas simbólicas nos campos de manifestações artísticas, culturais e midiáticas advindas do cinema, da televisão, da música, dos quadrinhos, das plataformas digitais e de outras fontes de entretenimento de amplo alcance disponíveis nos anos recentes. Segundo Feijó (2009, p. 4), a cultura pop surgiu dos meios de comunicação através de uma tentativa de diálogo: uma representação artística que tem grande difusão na mídia e que aspira atingir um público cada vez maior. É importante não confundir este segmento cultural com a cultura de massa. Santana-Penha destaca o caráter individual no interior da cultura pop e lembra que esta

> É um estágio posterior. A pop já faz parte do universo das mídias individuais ou em rede. Essa individualidade, que tem um cunho massivo - e não de massa -, se refaz por meio de diferentes combinações que cada indivíduo ou consumidor é capaz de criar como novidade (PENHA, 2011, p. 7).

De acordo com Soares (2015), a cultura pop seria aquilo que, no Brasil, entendemos como 'popular midiático' ou 'popular massivo', ou seja, as obras entendidas como *produtos* das indústrias culturais, como as telenovelas televisivas e os filmes criados a partir de um certo padrão de produção dos grandes estúdios. O autor relaciona o léxico ao movimento artístico *pop art*, liderado pelo artista inglês Andy Warhol em meados da década de 1950. A associação faz sentido ao passo de que *o pop art* foi um movimento inspirado na cultura de massa, que transformava o cotidiano em arte e refletia de maneira criativa e, muitas vezes, irônica os traços e contornos da sociedade de consumo. A mecanização do trabalho manual nas peças artísticas também é uma das características do movimento, o que viabilizou a criação em série como crítica à unicidade original da alta cultura.

Barcinski (2014) destaca que, na verdade, o movimento artístico se apropriou de um termo utilizado pela crítica inglesa da época, a fim de desmerecer o surgimento do rock e o histrionismo da cultura juvenil em emersão. O *pop art* pode ser relacionado ao conceito de *kitsch* da Escola de Frankfurt, para quem a técnica determinava o uso de produtos inferiores para parecerem originais, caros ou de alta qualidade. Definido como

[16] Tradução nossa.

‘aversão de uma vanguarda’, o *kitsch* não se limitava a uma classe social e podia ser observado em todas elas: dado ao consumismo desenfreado, a arte real é distorcida e propagada pelos veículos de massa com o objetivo exclusivo de lucro e de consumo. O que é idealizado pelo consumidos como uma arte ‘superior’ se trata, na verdade, de algo raso e superficial. Por fim, o kitsch nas palavras de Walther Killy sintetizadas por Umberto Eco

> (...) típica atitude de origem pequeno burguesa, meio de fácil afirmação cultural para um público que julga estar fruindo de uma representação original do mundo, quando, na realidade, goza unicamente de uma imitação secundária da força primária das imagens (ECO, 1964, p. 73).

O significado descrito anteriormente, no entanto, pode parecer intransigente e radical quando nos faz relacionar a cultura pop exclusivamente aos ‘produtos de segunda qualidade’. É notável que o termo pode servir como um adjetivo desqualificador, destacando somente a parte efêmera e comercial que lhe convém, mas, ao mesmo tempo, a expressão ‘cultura pop’ também abarca as experiências de nicho que ganham uma amplificação global. E é a este segundo olhar ao qual nos atemos.

Apesar do claro caráter mercadológico intrínseco à cultura pop, seguimos ainda a opinião de Santana-Penha (2011), que acredita se tratar de um ‘estágio posterior’ da cultura e que, apesar do seu cunho massivo, não é de massa. Portanto, nos agrada a definição de Sá, Carreiro e Ferraraz (2015, p. 9), que caracterizam o fenômeno como imbricado de “múltiplas implicações estéticas, sublinhadas por questões de gosto e valor; ao mesmo tempo em que [a cultura pop] também afeta e é afetada por relações de trabalho capital e poder”.

Segundo Castro (2015), de modo geral, existem duas grandes esferas de interpretação da origem do fenômeno da cultura pop: a fisiológica, que compreende o pop como um empobrecimento ou como uma redução dos padrões culturais; e a materialista, que considera o pop como algo resultante de um processo de complexificação da sociedade capitalista, isto é, como usos e costumes culturais frutos de uma cultura capitalista avançada. Em ambas, existe a associação entre o pop e a temporalidade transeunte. Há uma lógica de experiência, que se traduz em modos de operações estéticas enraizadas em um contexto comercial, mas que procuram sua legitimidade. Tendo em vista esta perspectiva, procuramos analisar os produtos criados sob a lógica da cultura pop a partir das funções preestabelecidas em seus programas de produção de sentido.

Independentemente de ser considerada positiva ou negativa, a cultura pop representa uma renovação estilística a qual permite constantes repercussões no plano das artes, promovendo-lhes desenvolvimento. Trazendo à tona Umberto Eco, adiantamos que assumimos a postura de admitir o desenvolvimento das artes sob a influência de produtos cultura popular, afinal "negar que este acúmulo de informação não possa resolver-se em formação significa professar uma concepção um tanto pessimista da natureza humana" (ECO, 1964, p. 46).

1.2. Cultura Geek/Nerd: Origem no esquisito e ascensão no *mainstream*

Na linguagem popular, os termos cultura pop e geek/nerd têm se tornado quase uma coisa só. Antes de entrar neste mérito, no entanto, é importante fazer um apanhado histórico sobre a etimologia destas duas palavras e destacar a evolução do termo de adjetivo com conotação pejorativa para uma qualificação popular e 'na moda'. Patrícia Matos (2012) faz um contraponto entre antiga percepção do nerd e a mais recente

> "CDFs de óculos espessos e roupas arrumadinhas; aficionados por histórias em quadrinhos e franquias como Star Wars; máquinas pensantes especialistas em tecnologia. Tendo surgido como xingamento e sinônimo de inadequação social, hoje o nerd é defendido como bandeira por um seguimento da juventude atual e visto por alguns como "uma nova vanguarda cultural". (MATOS, 2012, p. 1)

Ainda segundo a autora, os nerds, que eram retratados como jovens extremamente estudiosos, mas inadequados socialmente, começaram a ocupar uma posição privilegiada no cenário pop-tecnológico atual e, por isso, exemplos de pessoas que carregam o rótulo com orgulho são cada vez mais comuns. Portanto, tentaremos investigar aqui como se deu esta ressignificação.

A origem da expressão 'nerd' é imprecisa, apesar de os primeiros registros do seu uso serem datados da década de 1950. Segundo Pereira (2008), uma das teorias mais propagadas é a de que o termo seria originário de um grupo de jovens cientistas do Canadá que trabalhavam durante longos períodos no laboratório de tecnologia *Northern Electric Research and Development* (cuja sigla é NERD). O nome do laboratório passou a ser sinônimo dos jovens aficionados em computadores e pouco afeitos a atividades ao ar livre.

Matos (2011) aponta ainda outras duas versões. Na primeira, a autora sinaliza o livro infantil *If I Ran the Zoo*, de Dr. Seuss, publicado em 1950, em que a palavra nerd era utilizada para dar nome a um ser estranho de um zoológico. A segunda teoria para a

origem do termo sugere que a palavra teria surgido no Instituto de Tecnologia de Massachusetts (*Massachusetts Institute of Technology*, o MIT) – mas sem muitos detalhes sobre o seu motivo de ser.

Neste mais de meio século de utilização do termo, surgiram também outras denominações e subdivisões. É assim que surge o chamado 'geek', que caiu nas graças das indústrias e dos próprios consumidores, e é ao qual nos atentaremos com mais afinco. Apesar de ser utilizado como sinônimo de nerd – mas sem a conotação pejorativa descrita no início do capítulo – o termo geek surgiu para designar indivíduos que possuem inteligência acima da média e se interessam profundamente por tecnologia. A palavra foi registrada pela primeira vez em 1916, derivada da palavra alemã *geck*[17], que significa alguém bobo ou maluco. Na época, o nome era utilizado para designar artistas ambulantes que ganhavam a vida se exibindo em performances de rua bizarras, por exemplo, comendo insetos (*bugs*, em inglês) vivos. O termo talvez tenha sido escolhido por analogia aos 'bugs'[18] de computador, os quais os geeks solucionam.

Para o psicólogo Erick Itakura, do Núcleo de Pesquisa em Psicologia e Informática da Clínica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, geek e nerd são a mesma coisa[19], e o que mudou ao longo dos anos foi apenas a aceitação social das pessoas interessadas em tecnologia. Entre os dois principais sites do gênero no Brasil, o Jovem Nerd (que contabiliza uma média de seis milhões de acessos mensais[20]) e o Omelete (com cerca de 12 milhões de acessos mensais[21]), não há diferenciação acerca do uso entre um ou outro. Portanto, graças à popularização dos termos e às similaridades e associações ao longo dos anos, neste trabalho, decidimos utilizá-los como sinônimos. Segundo Matos (2011), ambas as expressões servem para designar um nicho

---

[17] Dicionário Langenscheidt Pocket Dictionary Portuguese para estudantes brasileiros de alemão. Langenscheidt, publicado em 2011.

[18] Além de significar 'um inseto muito pequeno' (*a very small insect*, tradução nossa), o termo também pode se referir a 'um erro ou problema em um programa de computador' (*a mistake or problem in a computer program*, tradução nossa). Dicionário Oxford para estudantes brasileiros de inglês. Oxford University Press, publicado pela primeira vez em 1999 e revisado em 2009.

[19] "Qual a diferença entre geek e nerd? ", publicado na Revista Mundo Estranho. Disponível em: <http://migre.me/wcL8s>. Acesso em: 9 mar. 2017.

[20] Disponível em: <http://migre.me/vTVTm>. Acesso: 9 mar. 2017.

[21] Disponível em: <http://migre.me/vTVSj>. Acesso: 9 mar. 2017.

> (...) que nutre alguma obsessão por um determinado assunto a ponto de pesquisar, colecionar coisas, escrever sobre e não sossegar enquanto não descobrir como funciona. Geralmente se interessa por computadores, tecnologia, histórias em quadrinhos, ficção científica e games (MATOS, 2011, p. 33).

Ou seja, são consideradas características fundamentais da 'nerdice' a curiosidade, o autodidatismo, o gosto por tecnologia e cultura pop, além da vontade de possuir alguma forma de materialidade dos produtos adorados. "Que época boa para ser nerd!"[22], costuma bradar um dos proprietários do Omelete, Érico Borgo, nos vídeos do site. E não é para menos: o crescimento da indústria nerd/geek tem provado que os indivíduos em questão são consumidores privilegiados e criadores de tendências[23]. Neste sentido, a cultura nerd teria correspondência com a subcultura identificada por Jenkins (1992) como *media fandom*, uma variante "que existe na fronteira entre cultura de massa e vida cotidiana e que constrói sua própria identidade e artefatos a partir dos recursos emprestados dos textos que já circulam"[24] (JENKINS, 1992, p.3). A ideia de Jenkins se encaixa com o que Bennet (2000) postulou sobre a cultura pop. Segundo o autor, esta estabelece formas de fruição e de consumo que permeiam um certo senso de comunidade, pertencimento ou compartilhamento de afetos e afinidades que situam indivíduos dentro de um sentido transnacional e globalizante. Nas abordagens dos Estudos Culturais, em geral, considera-se os fruidores/consumidores da cultura pop não só como agentes produtores de cultura, mas como intérpretes desta: eles ressignificam a experiência.

É importante ressaltar que a cultura nerd/geek é construída com base no consumo midiático, o qual funciona como parte do processo de formação da identidade pessoal e social do indivíduo em questão. O capital cultural pode ser objetificado ou corporificado, por meio da aquisição de objetos colecionáveis ou de vestuário, por exemplo. Nesse sentido, a propaganda de um suposto estilo geek de vida tem tomado conta do mercado, e lojas especializadas para este nicho têm surgido com cada vez mais frequência. Além das tradicionais *comic shops*, especializadas na venda de histórias em quadrinhos, rpg's[25] e *action figures*[26], hoje é possível encontrar estabelecimentos que

---

[22] Disponível em: <http://migre.me/vTWDE>. Acesso: 9 mar. 2017.
[23] Economia Criativa acelera crescimento de empresas geeks. Entrevista com Pierre Mantovani sobre o crescimento do site Omelete para o portal Canal do Empresário. Disponível em: <http://migre.me/vTWwQ>. Acesso: 9 mar. 2017.
[24] Tradução nossa.
[25] Sigla para "Role-Playing Game", jogo em que os jogadores assumem papéis de personagens e criam narrativas de maneira colaborativa.

comercializam desde roupas a artigos para casa e decoração – todos relacionados a produtos da cultura pop. No Brasil, por exemplo, os dois maiores sites do gênero possuem suas próprias lojas online para ofertar este tipo de produto. O site Jovem Nerd tem a filial Nerdstore[27], enquanto o Omelete é proprietário da loja Mundo Geek[28]. Na seção de divulgação do site Jovem Nerd, os proprietários reforçam a fidelidade do público e o poder de comunicação sedimentado que conseguem exercer: 47,88% dos leitores afirmam ter comprado algo por indicação do site. Mesmo varejistas tradicionais aderiram ao mercado nerd, a exemplo da Livraria Cultura, que criou uma filial chamada Livraria Cultura Geek, localizada em São Paulo, para atender às demandas deste nicho.

As conferências de fãs, eventos de médio ou grande porte que reúnem criadores, produtores, realizadores e fãs em torno de produtos diversos da cultura pop, também têm se espalhado pelo mundo inteiro. Conhecidos pelos fãs como *comic cons*, os encontros tiveram origem em 1968, na cidade de Birmingham, na Inglaterra, quando um grupo de fãs e de profissionais de histórias em quadrinhos se reuniu em um hotel para discussões, venda de produtos e um *fancy dress contest* (espécie de concurso de vestimentas)[29]. Dois anos depois, o formato chegou à cidade de San Diego, na Califórnia, e acabou tornando-se popular em outras áreas, como cinema, televisão e literatura. Em 2016, mais de 40 convenções do gênero aconteceram em todo mundo – inclusive no Brasil, onde já foram realizadas três edições da chamada Comic Con Experience.

O segmento geek ganhou até um dia específico no ano para celebrar: o Dia do Orgulho Nerd, comemorado em 25 de maio – data de estreia do primeiro filme da franquia *Star Wars*, *Uma Nova Esperança*, lançado em 1977. A celebração anual também é conhecida como Dia de Toalha, referência à série de livros *Guia do Mochileiro das Galáxias*, de Douglas Adams, na qual o autor afirma que a toalha é um dos objetos mais úteis que um mochileiro interestelar pode carregar.

Tendo em vista as singularidades dos indivíduos considerados nerds/geeks, é possível caracterizá-los como parte da cultura de fãs, idealizada por Jenkins (1992). Um adendo, no entanto, é que, em relação às culturas de fãs tradicionais, este nicho não é fã de somente um ídolo pop ou apenas uma franquia. Eles idolatram um conjunto de

---

[26] Action Figures são pequenas estatuetas colecionáveis, feitas de plástico ou de outros materiais, baseadas frequentemente em personagens oriundos da cultura pop e nerd.
[27] http://nerdstore.com.br. Acesso: 9 mar. 2017.
[28] http://lojamundogeek.com.br. Acesso: 9 mar. 2017.
[29] História das Comic Cons. Disponível em: <http://migre.me/wcNYc>. Acesso: 9 mar. 2017.

produtos que circulam através do aparato midiático – como séries de TV, histórias em quadrinhos e obras cinematográficas – e todas as nuances narrativas e os objetos derivados que estes podem oferecer. Segundo Matos (2011), estes indivíduos tiram divertimento de conexões intertextuais entre uma enorme variedade de textos midiáticos, e não de um gênero ou texto específico: para eles, quanto maior a quantidade de referências entre os produtos, melhor.

Parte desta atitude se dá pelo que Gomes (2008) chama de nova sensibilidade. Segundo a autora, a era audiovisual nos permite um novo raciocínio, mais estético, visual e sonoro, que acaba por implicar uma nova percepção do mundo. Soares (2015, p. 29) complementa esta perspectiva ao falar sobre uma sensibilidade que parece conectar indivíduos do mundo inteiro, "seja sob a retranca daqueles que se fantasiam de personagens em quadrinho ou de cinema, os *cosplays*; ou mesmo em função da cultura dos fãs, da ideia de uma comunidade específica que pode ignorar territorialidades".

1.3. Considerações sobre o feminino e o lugar da mulher na cultura pop

Para que não percamos alguns aspectos importantes da luta pela representatividade feminina, trataremos aqui de algumas teorias do movimento feminista, de forma a identificar o período histórico no qual o produto que estudamos, o Bloco X, se encontra - antes de entrarmos no mérito da representação feminina na cultura pop e nas mídias de massa em geral.

Em geral, a palavra feminismo remete quase imediatamente ao imaginário popular do lema *We Can do It* e das imagens de mulheres queimando sutiãs nas ruas na década de 1960. No entanto, este período de lutas e de protestos já é considerado como a segunda fase do feminismo. Antes mesmo do sufragismo do final do século XIX, autoras conhecidas como protofeministas escreviam sobre mulheres e seus direitos, como Christine Pisan (1364-1430), Apha Behn (1640-1689), Olympe de Gouges (1748-1793), Mary Wollstonecraft (1759-1797), Flora Tristan (1803-1844), Elizabeth Cady Stanton (1815-1902) e Susan B. Anthony (1820-1906) (Descarries, 2000). Romancistas como Charlotte Brontë e Jane Austen escreveram livros cujas protagonistas e mesmo as personagens secundárias são mulheres fortes e de ideais bem definidos.

A grande maioria das autoras feministas, porém, concorda que o movimento tem seu início oficial e entendido como tal no final do século XIX, com o começo dos movimentos que buscavam o direito de voto às mulheres, liderados por uma parcela do segmento feminino da sociedade pós-Revolução Industrial, nos Estados Unidos e na

Inglaterra – um primeiro e grande passo em busca de igualdade nos direitos civis de homens e de mulheres.

Com alguns de seus objetivos alcançados, o movimento perdeu força e só conquistou destaque novamente nos anos 1960, inspirado pelo lançamento do livro *O Segundo Sexo*, de Simone de Beauvoir. Entre as principais ideias da autora estão a percepção de que ser mulher é uma condição socialmente elaborada e de que o gênero é uma construção cultural, não uma determinação biológica (Beauvoir, 1980). Estas são concepções base para a segunda onda do feminismo, que questiona o conhecimento histórico ocidental, construído dentro da estrutura do patriarcado e que posiciona as mulheres como um 'segundo sexo' alternativo ao primeiro e mais importante, o sexo masculino. Neste período, surgiram duas principais correntes das pesquisas acadêmicas feministas: a do feminismo igualitário, predominante dos anos 1960, e a do feminismo radical, na década de 1970.

O feminismo igualitário era uma corrente liberal, representada pelas feministas que apoiavam a ideia da igualdade entre gêneros, ao invés da noção radical de uma cultura feminina separada. "A corrente igualitarista contava com a vontade e o investimento pessoal das mulheres para obter uma igualdade de chances com os homens" (DESCARRIES, 2000, p. 16). Inspirado no sufragismo, o feminismo igualitário fundamentava-se na ideia de que o sistema patriarcal poderia ser modificado e aperfeiçoado até que as mulheres fossem consideradas equivalentes aos homens – mudanças que afetariam as mulheres como um grupo, e não como indivíduos. Segundo King (1988, p. 131), a corrente tratou-se de "um movimento de mulheres de classe média branca, preocupado com a extensão do poder e privilégio masculinos a pessoas como elas mesmas, não ao contingente de mulheres como um todo".

A partir dos anos 1970, o feminismo radical ganhou espaço nos ideais do movimento. A sua nomenclatura, no entanto, pode confundir, já que não se refere a uma posição mais ativa ou violenta nas ruas. Na verdade, esta fase do feminismo se propunha a buscar a origem do sistema opressor do patriarcado, fora da visão mais estreita de suas antecessoras, majoritariamente brancas, heterossexuais e de classe média. Neste momento, fala-se das mulheres no plural, não somente da mulher indivíduo. Por isto, nesta fase, os direitos das mulheres lésbicas, bissexuais e/ou transgêneros são trazidos à tona, sob uma perspectiva que debate ainda diferentes tipos de raças, classes sociais, orientações sexuais, nacionalidades e religiões – deixando

claro que as mulheres representam um grupo diversificado, cujas integrantes não têm necessariamente as mesmas reivindicações e necessidades.

Destacamos ainda uma sub vertente interessante para o nosso estudo, chamada de feminismo cultural. Para as seguidoras desta tendência, é necessário que se crie uma cultura exclusivamente feminina, um ambiente intelectual em que as mulheres possam se expressar livremente, sem se preocupar com a reação que possam causar nos homens e na sociedade dominada por eles. Neste segmento, as diferenças entre homens e mulheres são enfatizadas, ao ponto em que as mulheres não têm o desejo de se tornar parte da cultura masculina como iguais. Elas questionam e reforçam a sua validade e relevância para outras mulheres, sem que seja necessário integrar-se à cultura masculina. Para as feministas culturais, a ideia de um 'gueto cultural feminino' é libertária, e não subordinadora.

Afastando-se aos poucos dos ideais propostos pela segunda fase, na década de 1990 as feministas passaram a se basear mais na noção de escolha ('meu corpo, minhas regras'), tirando o destaque do patriarcado como grande 'vilão' da história; esta corrente de pensamento ficou conhecida como 'pós-feminismo' (ANDRADE, 2012). Nela, se uma mulher deseja ser mãe, dona de casa e esposa, ela pode exercer seu direito de fazê-lo. Caso deseje ter relacionamentos efêmeros com várias pessoas durante a vida, sem criar laços profundos com nenhuma delas, ela é igualmente autônoma. Aqui, as mulheres são donas dos seus próprios corpos e de suas próprias sexualidades e os exercem como bem entendem. Em resumo, o pós-feminismo defende que uma mulher não deve ser reprimida caso o seu desejo se assemelhe ao que propõe a sociedade patriarcal.

O pós-feminismo encontra contraversões mesmo em sua nomenclatura, pois rotula o movimento como terminado. Ou seja, os objetivos das mulheres já teriam todos sido alcançados, e o que vivemos hoje é um momento posterior à luta feminista. Segundo Modzenzki (2015), o pós-feminismo nega a disparidade sociocultural, econômica e profissional existente entre homens e mulheres, e até entre as próprias mulheres, ao atribuir exclusivamente ao indivíduo-mulher a responsabilidade por sua felicidade. Nesta perspectiva, ignora-se o longo histórico da sujeição feminina à sociedade patriarcal ocidental e aos sistemas de poder organizados para assegurar a supremacia masculina.

Uma visão ainda mais pessimista do movimento, apresentada por Tyler (2005), afirma que o 'poder de escolha da mulher' não estaria mais ligado ao aborto ou ao

controle do processo reprodutivo, e sim à decisão de comprar um carro ou um vestido dessa ou daquela marca. A estudiosa denomina esta nova atitude de 'narcisismo como liberação', uma espécie de auto compensação material em razão das dificuldades vivenciadas no cotidiano.

McRobbie (2004), por sua vez, considera a situação como uma 'comodificação do feminismo', que seria a crescente inserção das ideias feministas na lógica capitalista, remodelando a imagem da mulher feminista moderna. Assim, a noção de 'feminista' deixa de ser uma identidade político-ideológica e passa a ser uma escolha de consumo. O feminismo contemporâneo parece estar equiparado ou reduzido a imagens de mulheres bem-sucedidas na cultura pop contemporânea.

> Em comum, esses estudos acadêmicos feministas tradicionais assumem três princípios básicos. Em primeiro lugar, partem da noção de que imagens recorrentes de mulheres – ou de certos modelos de mulheres – nos meios de difusão massiva exercem uma influência decisiva sobre como as pessoas pensam que as mulheres são na 'vida real'. Em segundo lugar, professam que essas imagens de mulheres são estritamente positivas *ou* negativas, defensáveis *ou* deploráveis, progressivas *ou* reacionárias, de maneira bastante categórica e maniqueísta. Por fim, defendem ser possível identificar e enquadrar tais imagens femininas como boas ou más por meio da comparação com a "realidade externa", isto é, com o modo como as "mulheres de verdade" são ou podem/devem ser no mundo real (MAZDZENSKI, 2015, p. 79, grifo do autor).

Uma grande variedade de mulheres bem-resolvidas, sexualmente liberadas e economicamente independentes passou a frequentar o nosso cotidiano. Na música, na televisão, no cinema, nos quadrinhos e na cultura pop como um todo, é cada vez mais comum a disseminação de uma imagem de poder acerca das mulheres e, acima de tudo, da discussão acerca dos direitos femininos.

Nos últimos anos, por exemplo, alguns discursos de celebridades sobre o tema ganharam força na mídia, como o da atriz Emma Watson, uma das protagonistas da saga cinematográfica *Harry Potter* e embaixadora da Boa Vontade da ONU (Organização das Nações Unidas). Em setembro de 2014, em sua capacidade enquanto embaixadora, Watson lançou a campanha *HeForShe*[30] (ElePorEla), a fim de convocar os homens à luta pela igualdade de gênero – no Brasil, a campanha é promovida pelo canal pago GNT.

Outra declaração com o mesmo teor aconteceu na cerimônia de premiação do Oscar em 2015, quando Patricia Arquette, ao ganhar a estatueta de melhor atriz

[30]heforshe.org/pt. Acesso: 9 mar. 2017.

coadjuvante, afirmou em seu discurso que já é hora de as mulheres terem salários e direitos iguais aos homens[31]. A questão da discrepância salarial tem sido pauta constante entre as atrizes Hollywood. Em 2016, Charlize Teron exigiu receber o mesmo salário que o ator Chris Hemsworth no longa *O Caçador*[32], após o vazamento de e-mails do estúdio cinematográfico Sony Pictures Entertainment[33] mostrarem a diferença no valor pago aos atores e atrizes do longa *Trapaça*. Na escala de pontos porcentuais sobre a bilheteria, a qual o estúdio usa para pagar seus atores, as atrizes Jennifer Lawrence e Amy Adams receberam 7% cada, enquanto os atores Bradley Cooper, Christian Bale e Jeremy Renner e o diretor, David O. Russell, levaram 9% cada. Segundo dados do Fórum Econômico Mundial, organização sem fins lucrativos sediada em Genebra, na Suíça, a previsão para que a diferença salarial entre gêneros seja extinta é de no mínimo 170 anos[34] – a disparidade média era de 59% quando a pesquisa foi divulgada, em outubro de 2016.

Na cultura nerd/geek, a diferença no tratamento entre homens e mulheres tem sido notada e discutida. Porém, antes da questão ser levantada com veemência, vale destacar que o nicho já possuía bons exemplos de empoderamento feminino desde meados do século XX, ainda que a questão da representatividade passasse desapercebida (Amaral, 2016). Nos anos 1960, a Tenente Uhura, de *Star Trek*, representada pela atriz Nichelle Nichols, era linda, inteligente, negra e estava em uma tripulação espacial já pensada em termos de representação multicultural. Uma das protagonistas do filme *Star Wars – Uma Nova Esperança*, lançado em 1977, era a Princesa Leia, interpretada por Carrie Fisher, uma guerreira forte e astuta que resgata seus companheiros de cena em diversos momentos importantes da saga. Essas duas franquias de ficção científica, entre outras características, introduziram a importância da presença dessas mulheres como elementos fundamentais para a trama, para a representatividade feminina e para uma base de fãs mulheres.

Apesar das discussões, a caminhada para haja igualdade de gênero no nicho geek/nerd é feita a passos lentos. A Mulher-Maravilha, por exemplo, personagem criada em 1941, somente ganhará um filme solo em 2017 – 76 anos e dez longas atrás do

---

[31]Patricia Arquette vence Oscar de coadjuvante e pede igualdade de salários. Disponível em: http://migre.me/vWmPk. Acesso: 9 mar. 2017.

[32] Charlize Theron exigiu receber o mesmo que Chris Hemsworth em 'O caçador'. Disponível em: http://migre.me/vWmR4. Acesso: 9 mar. 2017.

[33]E-mails vazados da Sony mostram que J-Law ganhou cachê menor que o dos homens em 'Trapaça'. Disponível em: <http://migre.me/vWmSn>. Acesso: 9 mar. 2017.

[34] "Diferença salarial em Hollywood é absurda", diz Natalie Portman. Disponível em: http://migre.me/vWmXg. Acesso: 9 mar. 2017.

personagem Super-Homem, que protagoniza obras cinematográficas desde 1948. Com o lançamento do filme mais recente da franquia *Star Wars*, denominado *O Despertar da Força*, a ausência da protagonista Rey entre os produtos derivados da série foi notada e despertou discussões entre o público, enquanto os personagens masculinos Finn e Kylo Ren apareceram em grandes quantidades nas prateleiras. A Hasbro, desenvolvedora do jogo de tabuleiro *Monopoly* nos Estados Unidos (semelhante ao *Banco Imobiliário* brasileiro), lançou uma edição especial do jogo inspirado no sétimo filme de *Star Wars*, com pequenas figuras de ação dos personagens principais, sem a presença de Rey. Após os fãs da saga criarem a *hashtag* #WheresRey[35] ('Onde está a Rey', em tradução livre), a empresa divulgou um comunicado justificando que a ausência da personagem por causa da intenção de não revelar ao público que ela era uma das personagens principais do longa.

Para Douglas (2010), o olhar dedicado a estes produtos permite a constatação de que estes continuam a corroborar certas representações depreciativas e/ou estereotipadas do sexo feminino. Para a autora, há uma distinção entre a imagem da mulher (como algo de caráter ficcional e produzido artisticamente nos produtos de cultura pop) e a mulher do mundo real (como algo que existe 'em si', sem qualquer articulação linguístico-discursiva e cognitiva).

Neste trabalho, seguiremos a perspectiva sugerida por Modzenski (2015), para quem as imagens femininas negativas são aquelas em que as mulheres são identificadas como exploradas sexualmente; isto é, imagens em que as mulheres são vistas apenas como corpos ou pedaços de corpos a serem observados e desejados, ao invés de agentes sociais dotadas de desejos próprios e de motivações diversificadas. As imagens positivas da figura feminina, por sua vez, "referem-se àquelas em que mulheres são representadas construindo e estabelecendo bons modelos de comportamento para o público" (MODZENSKI, 2015, p. 79), com direito de seguir suas vontades e de ter oportunidades iguais às dos homens.

Nos aproximamos também da ótica sociocognitiva sugerida por Vandijk (2012). A autora defende que os *mass media* em geral não refletem nem distorcem a realidade, já que a construção desta é um fenômeno essencialmente ideológico, produzido discursiva e sociocognitivamente. Por isso, teorias que tentam categorizar determinada representação como boa ou má são problemáticas: elas partem do pressuposto de que há

[35] #WheresRey and the big Star Wars toy controversy explained. Disponível em: <http://migre.me/wcLcj>. Acesso em: 9 mar. 2017.

uma realidade externa singular e objetivamente verificável que, ao ser refletida ou distorcida nos meios de massa, torna possível uma avaliação imparcial, isenta e universalmente aplicável.

As quatro apresentadoras do nosso produto, o Bloco X, se aproximam do que Andrade (2012) constatou sobre a terceira onda do feminismo. Segundo ela, as feministas deste segmento absorvem as informações de maneira crítica e consciente, além de defenderem a ideia de que "é necessário encontrar maneiras de relacionar cultura popular e feminismo de forma a mudar as representações sexistas que estão constantemente presentes nos meios de comunicação de massa" (ANDRADE, 20122, p.35). Ao mesmo tempo, o quarteto responsável pelo Bloco X também apresenta aspectos do que Hilgert (2015) chama de 'feminismo de meio termo', pois, apesar dos esforços, ainda apresentam diversas contradições e reproduzem atitudes e modelos patriarcais, além de estarem pautadas em um ambiente onde o capital dá o tom.

A partir do que foi dito até aqui, conseguimos identificar o fato de que todos os termos que trouxemos à tona – a cultura pop, o nicho geek/nerd e até o próprio feminismo – estão em constante mudança e adequação ao momento histórico vigente no decorrer de suas existências. Além disso, pontuamos o crescimento e a popularização da cultura pop e geek/nerd após uma percepção do potencial comercial que o público consumidor dos produtos oriundos deste nicho oferecem.

Sobre o feminismo, não ousamos legitimar ou discutir as vertentes do movimento e, de maneira resumida, nos atentaremos à tendência de assumir como imagens positivas da figura feminina aquelas nas quais a mulher é representada construindo e estabelecendo bons modelos de comportamento para o público, seguindo suas vontades e tendo oportunidades de conquistar direitos iguais aos dos homens.

A fim de encontrar esta linha tênue entre o interesse comercial e a preocupação genuína de representatividade, no capítulo sucessor, apresentaremos a história do site Omelete e do Bloco X, para que possamos identificar os agentes responsáveis pelas mudanças estratégicas ao longo do tempo, bem como o contexto e os motivos que os fizeram optar por estas adaptações.

2. O SITE OMELETE

Neste capítulo dividido em quatro itens, tentaremos esboçar de maneira completa todos os pormenores do site Omelete, onde o nosso fenômeno Bloco X está hospedado. Após localizá-lo historicamente e identificarmos os agentes responsáveis pela criação do portal, traçaremos os fatores que permitiram a criação dos produtos audiovisuais do site e a maneira gradativa na qual as mulheres foram inseridas na mediação destes programas.

Finalmente, a fim de delimitar a nossa na análise que virá no capítulo seguinte, apresentaremos as particularidades que nos permitiram aproximar o canal Omeleteve de um produto oriundo do telejornalismo.

2.1. Criação e história do site Omelete

O Omelete é um site brasileiro de entretenimento voltado para diversas vertentes da cultura pop[36]. Com o slogan 'Entretenimento levado à sério'[37], o portal possui seções específicas para filmes, séries de televisão, games, histórias em quadrinhos e livros, música, vídeos e *eSports* (competições organizadas de jogos eletrônicos). Dentro destas seções são postadas notícias, artigos, reportagens especiais e críticas sobre os produtos dos nichos em questão. Basta, no entanto, que o leitor seja atento para perceber a predileção dada pelo portal às produções ficcionais audiovisuais - em especial àquelas direcionadas ao público nerd/geek. Diariamente, pode-se observar no site a publicação de críticas e de resenhas sobre novas séries ou filmes em longa-metragem, como *Game of Thrones*, *Os Vingadores* ou *Liga da Justiça*, por exemplo. Percebe-se este traço ainda quando o site esmiúça, independente do critério de noticiabilidade de atualidade - como geralmente ocorre na ocasião de lançamentos ou de datas comemorativas - conteúdos especiais sobre grandes produtos da cultura pop, como a matéria "Os maiores erros da história da Marvel"[38].

O portal foi fundado em 29 de junho de 2000, pelo designer gráfico Érico Borgo e pelo publicitário Marcelo Forlani. Os co-criadores permanecem até hoje na liderança do projeto: desde 2013, Borgo atua como diretor de conteúdo do site, onde coordena a

---

[36] Ver tabela com evolução do conteúdo do site entre 2000 e 2017 em Apêndice A

[37] A frase é utilizada desde 2007. Antes, o slogan do site era 'Omelete: pra comer e pra zoar...'.

[38] Os maiores erros da história da Marvel. Disponível em: <http://migre.me/wcIHS>. Acesso em: 9 mar. 2017.

redação e é responsável pela produção e direção do departamento responsável pela criação dos vídeos e programas disponíveis no canal do Omelete no Youtube. O designer é também um dos criadores da Comic Con Experience, junto com Marcelo Forlani, Pierre Mantovani, Renan Pizii[39] e Ivan Costa[40], onde realiza a curadoria de painéis, a contratação e recepção de artistas convidados e a organização de atividades com os fãs ao longo da conferência. Já Forlani é diretor criativo e de marketing do site desde sua concepção.

Borgo e Forlani se conheceram ainda no ensino fundamental, em Mogi das Cruzes, interior de São Paulo, quando já compartilhavam o gosto por histórias em quadrinhos. Anos mais tarde, eles se reencontraram na capital paulista, ambos realizando trabalhos em sites de editoras de HQs e, depois, trabalhando na mesma empresa, a Tribal Internet Group, do empresário Pierre Mantovani. Graças ao *boom* da internet no segundo milênio, Borgo e Forlani decidiram criar um site de conteúdo para "vender e ficar rico", nas palavras do próprio Érico, em entrevista ao canal do Youtube Fora de Série, em 2015[41]. Segundo Borgo, em uma atividade proposta dentro da empresa Tribal, foi solicitada uma reunião com os demais empregados, cujo *briefing* era: "Quem sabe algum assunto? ". O intuito era idealizar a proposta de um site e vender a ideia para alguma empresa do segmento proposto, para que esta pudesse dar continuidade ao projeto. Borgo e Forlani se manifestaram, relatando a afinidade com quadrinhos e cinema. Ao perceberem que, até então, não existia nenhum portal nacional deste gênero no Brasil, decidiram definir uma estratégia voltada para o site e montaram, em seis meses, o que seria o 'protótipo' do Omelete, à parte da empresa na qual trabalhavam.

Tendo em vista o desinteresse dos demais colegas presentes na reunião realizada na empresa Tribal, ainda em meados dos anos 2000, o site era mantido apenas por Forlani e Borgo (que também foi responsável pelo design do portal), cada um trabalhando em sua própria casa e alimentando o site após os seus respectivos expedientes em empregos fixos. Além das seções escritas pelos fundadores, havia ainda colunas periódicas de autores convidados, como o cartunista Orlandelli. As seções neste primeiro ano do site Omelete eram divididas em 'Quadrinhos', 'Cinema & Vídeo',

---

[39] Dono da Piziitoys, a maior empresa de colecionáveis da América Latina. Disponível em: <www.piziitoys.com.br>. Acesso em 9 mar. 2017.

[40] Dono da Chiaroscuro Studios, que agencia a carreira de quadrinistas que brasileiros que assinam com os selos estrangeiros DC Comics, Marvel Comics, SkyBoud, Image Comics e outros. Disponível em: <http://chiaroscuro-studios.com/whoweare>. Acesso em 9 mar. 2017.

[41] Foras de Série - Érico Borgo. Disponível em: <http://migre.me/vX00d>. Acesso: 9 mar. 2017.

‘Televisão’, ‘Música’ e ‘Games’, conforme pode ser visualizado na Figura 1. Além disso, havia também uma ferramenta de busca interna no site, um espaço chamado ‘Cozinheiros’, onde eram apresentados o nome e um pequeno perfil dos colunistas *freelancers*, um link para envio de e-mails à redação e uma seção de ‘Cadastro’ onde os leitores podiam se inscrever para receber notícias de acordo com as suas preferências.

Figura 1. Primeiro layout do site Omelete, em 16 de agosto de 2000. (Fonte: http://migre.me/wcJ10. Acesso: 4 mar. 2017).

“Em 2000, este design era a vanguarda, foi copiado por todo mundo. Tudo bem que ele não tinha nada de muito inovador, mas era novo para os portais brasileiros”, afirma Borgo no vídeo “OmeleTV #69 Adeus site velho... (Parte 3) ”[42]. Além destas seções, localizadas na lateral esquerda do site, a página também apresentava as notícias mais recentes do portal ao centro da tela e, à direita, encontravam-se notas curtas, organizadas por critério de atualidade.

Entre os anos de 2000 e 2007, a manutenção e a atualização do site eram terceirizadas entre empresas associadas aos sócios fundadores. O sistema operacional da página era assinado pela Tribal Interativa; a Dixit Design, de Érico Borgo, ficava responsável pela apresentação e pelo layout; e a editora Via Lettera Editora, junto com

[42] OmeleTV #69 Adeus site velho... (Parte 3). Disponível em: <http://migre.me/wcJ2N>. Acesso em 9 mar. 2017.

Marcelo Forlani, cuidava do conteúdo editorial. Na época, o texto de apresentação do site[43] era o seguinte:

> No Omelete, tudo que rola no mundo do entretenimento está ao alcance do seu mouse. Através de notícias quentes, coberturas dos maiores eventos e artigos sobre os lançamentos do mundo pop e underground, você fica por dentro das últimas novidades. Além disso, sua participação é sempre bem-vinda. Para isso, basta cair de cabeça nas polêmicas dos fóruns de discussão. O nome do site tem tudo a ver. Como o prato que todo mundo gosta, a nossa Omelete – tratada carinhosamente pelo seu emoticon '(o)' – aceita qualquer ingrediente, seja ele música, cinema ou quadrinhos. Desse jeito, é sabor que não acaba mais. A consulta aqui é rápida e os temas são sempre os mais atuais. Assim, a gente não te deixa na mão.

Em 2001, o jornalista Marcelo Hessel passou a fazer parte da equipe do Omelete, trabalhando também no esquema de *home office*. Pouca coisa mudou no site neste primeiro ano de história; as únicas novidades foram a criação de um espaço para publicidade paga e a mudança da seção 'Games', que passou a se chamar 'Treconologia' para abarcar, além de jogos, assuntos relacionados à tecnologia, internet e vida digital.

Dois anos após o pontapé inicial, em 2002, o site recebeu uma proposta do portal iG para hospedar o Omelete. A oferta não incluía o pagamento pelos serviços de criação de conteúdo, apenas a hospedagem do site em um servidor de melhor qualidade em comparação ao que o portal utilizava anteriormente. Com esta parceria, o site passou a incorporar trailers e vídeos em geral em uma seção chamada 'Super Omelete', dedicada ao público que possuía acesso a conexões mais rápidas e estáveis de internet. As mudanças no layout podem ser observadas na Figura 2.

---

[43] Texto presente na seção "NÓS" do site Omelete em 2000. Disponível em: <http://migre.me/wcJ43>. Acesso em: 9 mar. 2017.

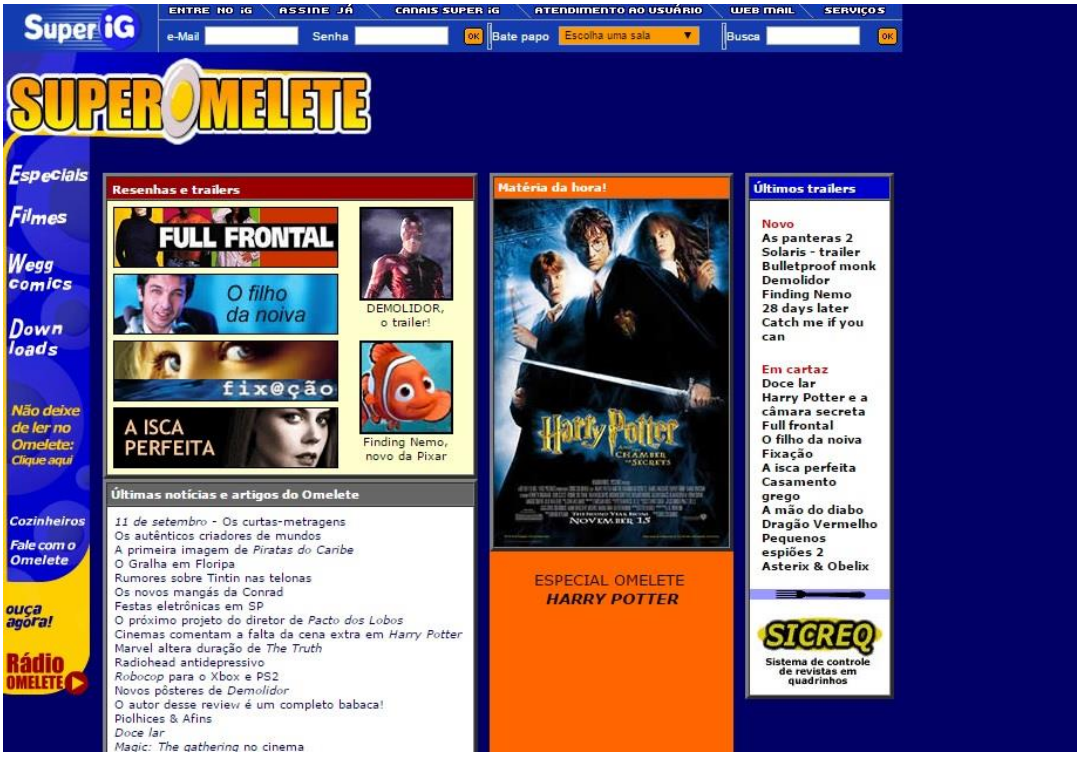


Figura 2. Layout do site Omelete em 30 de novembro de 2002. (Fonte: http://migre.me/wcJ59. Acesso: 4 mar. 2017).

Na página ‘Super Omelete’, o leitor encontrava todo o conteúdo audiovisual do portal na aba ‘Filmes’, localizada na lateral esquerda da página; em ‘Especiais’, estavam disponíveis os conteúdos multimídia musicais e as galerias de imagens; a seção ‘Weggcomics’ era dedicada à publicação periódica de tirinhas em quadrinhos de artistas como Orlandeli, Salvador, José Aguiar e Affonso Solano; finalmente, em ‘Downloads’, os usuários tinham acesso ao software SICREQ, um sistema de cadastro e controle pessoal de revistas em quadrinhos, o qual permitia que os leitores catalogassem suas coleções – embora divulgasse o serviço, o Omelete não era responsável por sua manutenção, atuando apenas como um meio de distribuição autorizado do produto. Também foi adicionado um *player* de música na página, chamado ‘Rádio Omelete’, link que, na realidade, executava a programação da rádio 89.1 FM de São Paulo, com quem o site havia firmado uma parceria.

Em 2007, o Omelete fez a sua primeira tentativa de publicação editorial fora do meio online. Com um total de 64 páginas em cores e formato 20,5 x 27,5 cm, a revista Omelete foi publicada pela Editora Mythos e distribuída somente nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo. “A edição especial da revista, vale lembrar novamente, é um teste, uma maneira de analisar o mercado para uma possível publicação mensal. Por conta disso a tiragem não é grande, o que nos limita a abastecer os dois estados onde

concentra-se a maioria dos nossos leitores”[44], diz uma publicação sobre a revista no site. A Figura 3 ilustra a capa da edição única da revista Omelete.

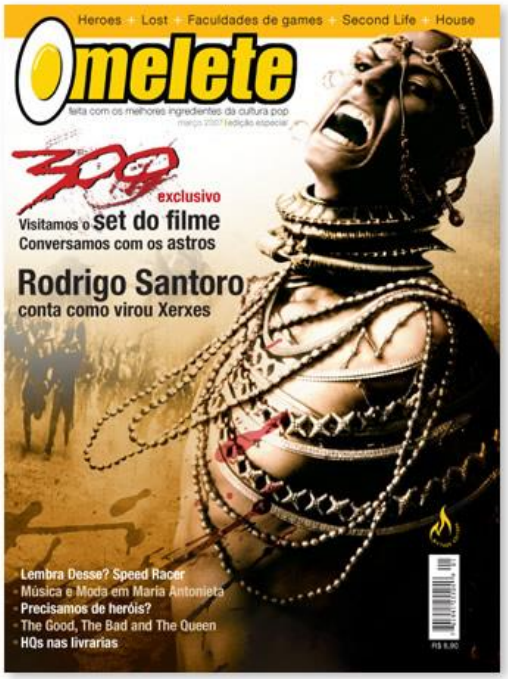


Figura 3. Revista impressa do site Omelete, lançada em 2007 (Fonte: http://migre.me/wcJ5D. Acesso: 4 mar. 2017).

A expectativa era que a revista se tornasse uma publicação mensal, caso a primeira edição atraísse atenção suficiente do público – o que não ocorreu. O conteúdo da edição única da revista incluía um especial de doze páginas sobre o filme *300*, artigos sobre as séries de televisão *Heroes* e *Lost*, uma história em quadrinhos assinada por José Aguiar e a reprodução de duas seções do site, ‘Omelista’ e ‘Lembra desse’.

A parceria do site com o portal iG se manteve até 2008, quando a empresa online Uol fez uma proposta ainda mais interessante aos criadores: hospedar a página do Omelete e pagar pelo conteúdo produzido. Segundo Marcelo Forlani, em entrevista ao programa televisivo Extra, da TV Gazeta, a partir deste retorno financeiro fixo – além dos comerciais e das pautas encomendadas –, o grupo conseguiu montar um escritório, contratar funcionários e se dedicar exclusivamente ao portal[45]. Como pode ser visualizado na Figura 4, o site passou a ser organizado de maneira mais orgânica e de fácil acesso e leitura para os usuários. Entre as novidades estão o espaço publicitário, na lateral direita da tela; nas seções, que permanecem à esquerda, há o adendo do link para

[44] Revista OMELETE nas bancas. Disponível em: <http://migre.me/w0JSJ>. Acesso em: 9 mar. 2017.
[45] Edição Extra - Perfil: Marcelo Forlani - Dezembro/2012. Disponível em: <http://migre.me/vX08x>. Acesso: 9 mar. 2017.

o OmeleTV; ainda à esquerda há a organização de links relacionados a grandes produtos e empresas da cultura pop e nerd, como os filmes dos personagens Batman, Homem-Aranha e Harry Potter, que funcionava como um atalho para todas as notícias relacionadas a cada um deles; e a possibilidade de cadastro e login no site, que possibilitou aos leitores comentar nas matérias dentro do próprio portal.

Figura 4. Layout do site Omelete em 7 de novembro de 2008. (Fonte: http://migre.me/wcJ6q. Acesso: 4 mar. 2017).

Além da popularização da cultura nerd/geek a partir de meados dos anos 2000, como citamos no Capítulo 1, a emergência da comunicação por meio de redes digitais, proporcionada pelo barateamento das tecnologias de informação e comunicação, facilitou o acesso e o consumo do público ao conteúdo online. Durante este período, o site fortaleceu sua presença em sites de mídias sociais, com a criação de páginas no Twitter, Orkut e Facebook, e, principalmente, de um canal no site Youtube, onde passou a investir em um forte apelo audiovisual através da publicação de vídeos diários. O canal Omeleteve existe desde dezembro de 2007, porém, seu uso tornou-se periódico

apenas a partir de outubro de 2008 – antes, o espaço servia exclusivamente para hospedar entrevistas presenciais realizadas pela equipe.

Após a tentativa frustrada de publicação da revista Omelete, Marcelo Hessel, Marcelo Forlani e Érico Borgo lançaram, em 2009, o livro *Almanaque do Cinema*. Organizado pelo trio, o livro, cuja capa e contracapa são ilustradas na Figura 5, se autodenomina "uma obra essencial para todos aqueles que se emocionam na frente da 'telona'".

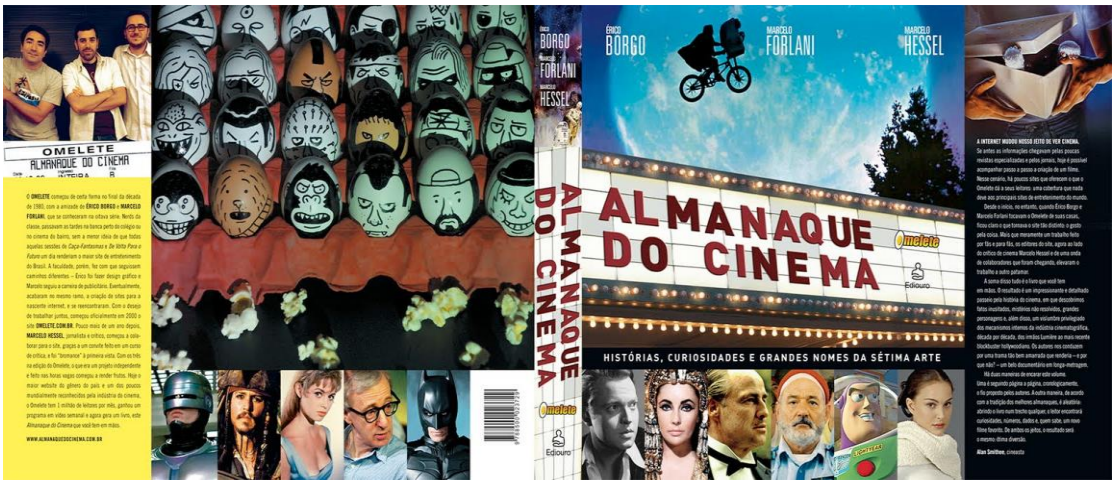


Figura 5. Livro 'Almanaque Omelete', lançado em parceria com a editora Nova Fronteira, em 2009. (Fonte: http://migre.me/wag31. Acesso: 4 mar. 2017)

Com o crescimento do Omelete, o empresário Pierre Mantovani, que havia trabalhado com Érico Borgo e Marcelo Forlani na empresa Tribal Internet Group, no início dos anos 2000, juntou-se à empresa em 2011, atuando como investidor do empreendimento. Com a entrada de Mantovani no Omelete, a empresa passou a fazer parte do conglomerado Omelete Group, ao lado da loja virtual Mundo Geek, do serviço de *streaming* de quadrinhos Social Comics, da convenção Comic Con Experience (CCXP), da CCXP Quest (uma operadora de turismo para as convenções próprias que o grupo organiza) e do Omelete Box, serviço por assinatura mensal onde os consumidores recebem caixas contando objetos de vestuário e colecionáveis surpresa em suas casas. Segundo o empresário, o Omelete Group é o "maior grupo de mídia e holding de negócios da América Latina focado em Cultura Pop nos temas de cinema, séries de TV, games, comics, música, etc"[46].

O retorno de Mantovani ao portal, após a breve participação no projeto inicial que deu origem ao site, foi crucial para o crescimento do Omelete como investimento, a

[46] Texto disponível em: <http://migre.me/wcJ83>. Acesso em: 9 mar. 2017.

partir da venda de ações e da diversificação das receitas da empresa: ao invés de apenas vender espaços para anúncios publicitários no site, o Omelete passou a organizar eventos, como lançamentos de jogos e pré-estreias de filmes. Além disso, o empresário idealizou a entrada do Omelete no varejo online, com a criação da já mencionada loja virtual Mundo Geek.

A ideia de vender produtos e serviços para o público consumidor nerd fazia sentido para o empreendimento: segundo pesquisa anual realizada pelo Omelete, a qual procura identificar as tendências de consumo de seus leitores, em 2014, a maioria do público do site (cerca de 85% dos participantes) era formada por pessoas de idades entre 17 e 36 anos; metade dos usuários tinha curso superior completo e mais de 40% recebia acima de cinco salários-mínimos por mês. O investimento já deu retorno positivo para o Omelete Group; em 2014, o conglomerado faturou 14 milhões de reais[47]. Atualmente, cerca de 60 funcionários são empregados fixos da empresa, em sua sede na capital paulista.

Desde 2014, o site atualizou o layout para o modelo apresentado na Figura 6. Na nova versão, as seções principais passaram a ocupar o menu superior da página. A seção de quadrinhos ganhou o adendo ‘Livros’, e a aba ‘eSports’ tornou-se independente do segmento ‘Games’. O Omelete Clube, empresa ‘irmã’ do site jornalístico, também teve espaço garantido no menu principal do portal.

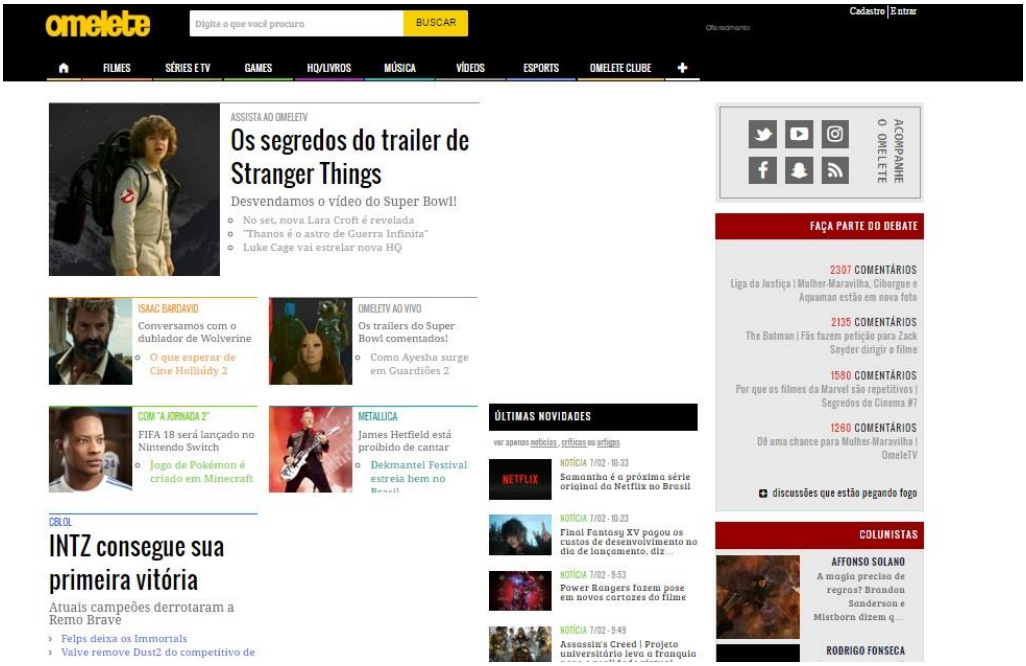


Figura 6. Layout do site Omelete em 2017. (Fonte: http://migre.me/wcJaj/. Acesso: 9 mar. 2017).

[47] Os dados referentes aos anos de 2015 e 2016 não foram divulgados oficialmente.

As fotografias ganharam mais destaque na página, com ícones maiores acompanhando as matérias do site. As páginas em sites de redes sociais onde o Omelete está presente também são listadas em 'área nobre' da página, no canto superior direito. A presença online do Omelete inclui páginas no Twitter, Youtube, Instagram, Facebook e Snapchat; o site também disponibiliza a opção de assinatura do feed de conteúdo por meio da tecnologia RSS[48].

Já na parte inferior da página, a nova versão do Omelete oferece um conjunto mais detalhado de seções do site, conforme pode ser constatado na Figura 7. A página também disponibiliza links para as outras empresas do conglomerado Omelete Group.

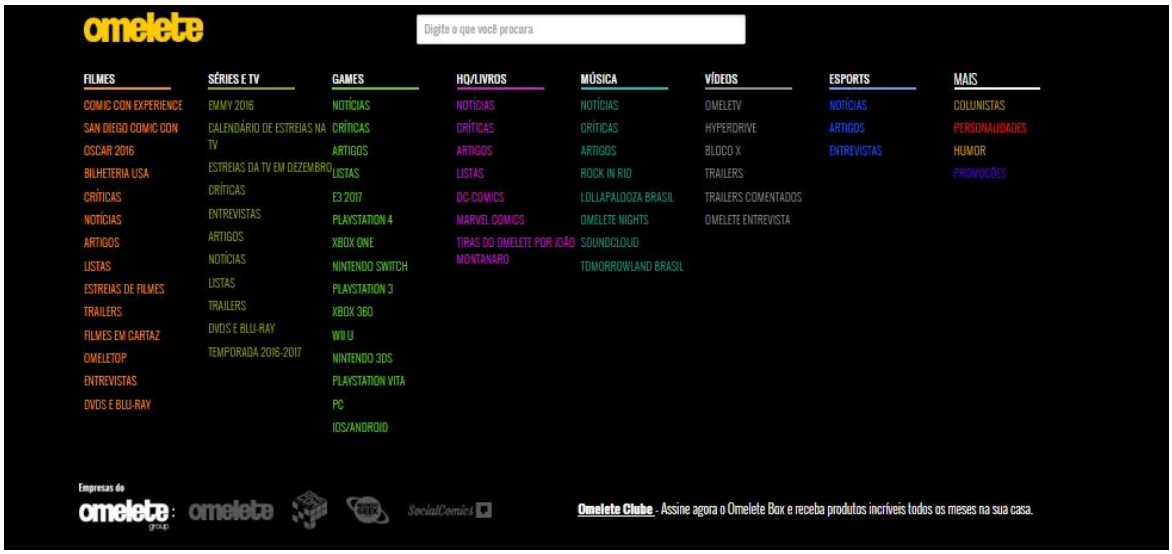


Figura 7. Parte do layout do site em 2017, com as seções disponíveis no portal. (Fonte: http://migre.me/wcJbu. Acesso: 9 mar. 2017)

A seção dedicada aos vídeos do site Omelete especifica os programas produzidos e disponibilizados pela equipe no canal Omeleteve, no Youtube. É sobre as estratégias do site para o desenvolvimento de conteúdo audiovisual que o trabalho se debruça no item a seguir.

2.2. O audiovisual no site Omelete

Mesmo antes da criação do canal Omeleteve, em 2007, o audiovisual já era uma parte importante do conteúdo do site Omelete. Desde 2003, os arquivos de trailers e *teasers* de filmes e jogos eram incorporados no Omelete em um *player* dentro do próprio site, na seção 'Super Omelete', que hospedava arquivos maiores em tamanho e

[48]A tecnologia RSS permite que os usuários criem listas de *feeds* pessoais, ou seja, compilados personalizados de posts online de acordo com a atualização em tempo real dos sites que o leitor escolhe acompanhar.

dimensão, para os leitores que possuíam uma conexão com a internet de melhor qualidade. Neste período, inclusive, a seção 'Cinema e Vídeo' passou a ocupar o espaço principal do site, que antes era dedicado à seção 'Quadrinhos', temática a qual, até então, era 'carro-chefe' do portal.

Ainda em 2003, o Omelete apresentou um quadro semanal no programa *Metrópolis*[49], da TV Cultura, onde Marcelo Forlani comentava os principais lançamentos da semana nas áreas de cinema, quadrinhos e televisão. Os vídeos eram hospedados no site da própria emissora, mas o Omelete também disponibilizava uma seção no site com os links para os programas – infelizmente, o endereço informado pelo site não funciona mais.

O Omeleteve, canal do Omelete no Youtube teve seu primeiro vídeo hospedado em 6 de dezembro de 2007, no qual Marcelo Forlani entrevista o ator Jerry Seinfeld[50], como parte da campanha promocional do filme *Bee Movie*, animação na qual o ator dubla o personagem protagonista. Os vinte primeiros vídeos produzidos e divulgados no canal seguem o mesmo formato, ou seja, tratam-se de entrevistas conduzidas por Forlani a fim de divulgar algum lançamento audiovisual. Desde a sua criação, os vídeos em questão ganharam um espaço dedicado exclusivamente a eles no site Omelete, na seção Omeleteve, onde, além do link do vídeo, era oferecido um breve resumo do assunto tratado no segmento.

Em 3 de setembro de 2008, Érico Borgo e Marcelo Forlani criaram o OmeleTV, uma espécie de *videocast*[51], em parceria com uma produtora já extinta chamada enxame.tv, no qual comentavam notícias do mundo pop e pediam que os leitores do site contribuíssem com sugestões e críticas para os vídeos seguintes. Na época, a frequência de publicação era de um vídeo por semana. "Fazer *videocasts* foi uma inspiração que veio do mercado publicitário. Na época, a qualidade da banda larga brasileira deu uma guinada positiva e o Youtube começou a bombar no país", explicou Forlani em 2014,

---

[49] No ar desde abril de 1988, o programa Metrópolis é exibido de segunda a sexta-feira e dedica-se a comentar diferentes manifestações artísticas e culturais.

[50] Omelete Entrevista: Jerry Seinfeld. Disponível em: <http://migre.me/vX0o1>. Acesso: 9 mar. 2017.

[51] *Videocast* é o termo utilizado para designar vídeos cujo funcionamento é semelhante ao dos *podcasts*, mas com o adendo visual. Os *podcasts* são arquivos de áudio transmitidos pela internet nos quais seus criadores falam sobre os mais variados assuntos. A palavra surgiu da junção de iPod (aparelho da Apple que originalmente reproduzia apenas arquivos em áudio) e *broadcast* (transmissão via rádio).

numa entrevista à Revista Exame[52]. A apresentação do primeiro vídeo, chamado "OmeleTV #1.1 – Saindo do Forno!"[53], é a seguinte:

> Forlani: A gente tá aqui para começar uma coisa que a gente queria há muito tempo fazer: um *videocast*, para diminuir um pouquinho esse limite que tem entre nós e os leitores. Vocês vão estar vendo mais a gente agora. Queremos falar mais do que vocês já conhecem do que escrevemos ali [no Omelete] todos os dias.
> Borgo: Por mim eu ficaria escondido, mas... enfim...

Em 14 de outubro de 2008, Marcelo Hessel fez sua estreia nos vídeos do canal, como um especialista em assuntos relacionados a cinema. Nesta época, a produção do Omeleteve era terceirizada: o áudio era feito pelo Estúdio Mellancia, a produção era da empresa Colmeia, e a edição era assinada pela enxame.tv – que também hospedava os vídeos em seu próprio site, já extinto. Cada episódio possuía uma numeração[54] e era dividido em duas ou mais partes – apesar de contar com uma vinheta e de exibir os créditos ao final de cada edição, as transições entre uma parte e outra dos vídeos eram feitas de maneira bastante amadora, com cortes secos e, por vezes, até cortando a fala dos apresentadores.

Em 2009, a publicitária Carina Toledo apresentou, ao lado de Borgo e Forlani, o OmeleTV 49, cujo tema foi "Os homens mais sedutores do cinema"[55] – a presença de Carina foi justificada pelo teor do tema apresentado. Em 2009, a publicitária integrou a equipe do Omelete como editora e, no ano seguinte, ficou responsável pela editoria de música do site, onde permaneceu até 2012. Nos vídeos do Omelete, Carina fez algumas participações pontuais, geralmente substituindo algum dos três apresentadores ou em vídeos cuja temática justificasse a sua presença – como no exemplo citado acima. Somente em 2010 ela entrou para o elenco fixo de apresentação dos vídeos, onde permaneceu até 2012.

Com o fim da parceria do Omelete com a TV Cultura em 2010, o OmeleTV passou a ser exibido simultaneamente no canal Imagine TV (TVA)[56], da Telefônica,

---

[52] A Omelete cresce com sua mistura pop de super-heróis. Revista Exame. Disponível em: <http://migre.me/vX0y6>. Acesso: 9 mar. 2017.
[53] OmeleTV #1.1 -- Saindo do Forno!. Disponível em: <http://migre.me/w0QVF>. Acesso: 9 mar. 2017.
[54] Prática extinta a partir 25 de janeiro de 2016, no vídeo de número 362, "Queremos explodir os velhotes do Oscar! | OmeleTV". A numeração é excluída do título, que passa a fazer referência ao assunto tratado somente. Disponível em: <http://migre.me/wcJi5>. Acesso em 9 mar. 2017.
[55] Os homens mais sedutores do cinema. Disponível em: <http://migre.me/wcJjT>. Acesso em 9 mar. 2017.
[56] OmeleTV #77 La Grand Première - BLOCO 1. Disponível em: <http://migre.me/wcJmV>. Acesso em 9 mar. 2017.

todas as sextas-feiras. Não há registros sobre o canal no site do Omelete ou na internet, portanto não se sabe quando a parceria chegou ao fim.

A jornalista Aline Diniz passou a fazer parte da equipe do site em 2011, atuando como estagiária e apresentadora dos vídeos que tratavam de seriados e de tudo que envolvia o contexto televisivo. Ela foi contratada em 2013 como editora de Televisão do site, onde permanece até hoje. Flávia Gasi, editora de Games do Omelete entre 2010 e 2013, apareceu nos vídeos do canal em menor frequência, falando sobre o mundo dos jogos eletrônicos. A partir de 2012, a também jornalista Natália Bridi substituiu Carina Toledo nos vídeos do canal. Ela ingressou no Omelete como redatora, e desde 2013, comanda a editoria de cinema do site

Também em 2012, Carol Moreira entrou no Omelete estrelando o quadro Make1Up, com Flávia Gasi, exibido todas as terças-feiras. Este foi o primeiro quadro exclusivamente feminino do OmeleTV e o primeiro a ter um período de exibição e um tema pré-definidos – o segmento teve 22 edições, exibidas integralmente no ano de 2012. Moreira ingressou no site como diretora de conteúdo audiovisual; ela é a responsável por um canal homônimo no Youtube, no ar desde 2010 e com mais de 250 mil inscritos, no qual opina sobre cinema, séries e sobre a saga literária e televisiva *Game of Thrones*.

A melhora na qualidade do conteúdo audiovisual do Omelete pode estar relacionada à contratação de um profissional responsável pela produção dos vídeos do site – cargo ocupado por Carol Moreira. “Nosso canal no Youtube era uma bosta, era uma desgraça de audiência. A gente fazia tudo errado. Foi só parar e acertar”, declarou Borgo em uma entrevista[57] em 2016. Em 2013, uma mudança significativa já tornou-se evidente, com a criação do Omelete *Hiperdrive*, um novo formato de notícias diárias em vídeo, com duração média de dois minutos, o qual permanece no ar até hoje, e com edições mais consistentes do conteúdo audiovisual em geral, a partir da inserção de vinhetas e de hiperlinks relacionados aos temas de cada vídeo.

Carol Moreira é a responsável pela criação do Bloco X em 2013. Apresentado por ela, Natália Bridi, Aline Diniz e Mírian Castro, o quadro se propunha a falar sobre os assuntos da cultura pop sob uma ótica feminina. Antes de nos aprofundarmos neste programa, no entanto, discutiremos brevemente a forma como as mulheres e os assuntos relacionados ao universo feminino foram abordados pelos apresentadores do site em

[57] Entrevista com Érico Borgo para o programa Foras de Série. Disponível em: <http://migre.me/wcJo8>. Acesso em: 9 mar. 2017.

vídeos anteriores à criação do Bloco X, bem como o processo de elaboração que resultou neste produto.

2.3. Tratamento das mulheres e do feminino nos vídeos do Omelete

As primeiras aparições de uma mulher profissionalmente ligada ao site Omelete em um dos vídeos do canal ocorreram na sexta e na sétima edições do OmeleTV[58], publicadas em outubro de 2008. Os dois episódios foram gravados no mesmo dia na casa de Érico Borgo, com a participação de Marcelo Forlani. A 'convidada especial' é Aline Rosa, assistente comercial do site, a qual apenas se apresenta e não verbaliza nenhuma observação até ser convocada a ler os e-mails enviados pelos leitores. Para executar esta função, Érico Borgo veste em Aline um chapéu de paquita (termo utilizado para se referir às dançarinas e assistentes de palco dos programas televisivos da apresentadora e cantora Xuxa Meneghel) e afirma que a jovem é a 'paquita do Omelete'. Rosa lê os e-mails de maneira mecânica, enquanto Borgo e Forlani comentam as opiniões do público.

Em alguns programas subsequentes[59], os apresentadores comentam que a participação de Aline Rosa chamou a atenção dos leitores – Borgo diz que ela é um 'hit'. Nos e-mails recebidos pela redação sobre a participação de Aline, são feitos elogios à sua aparência física e perguntas sobre seu status de relacionamento. A carência da participação feminina e de assuntos voltados às mulheres foi assunto de um dos e-mails recebidos por Marcelo Hessel. No episódio "Esse é para você, mulher!"[60], ele brinca que as espectadoras reclamaram sobre um dos vídeos do canal, no qual os apresentadores comentam um ensaio sensual da atriz Megan Fox, e pediram uma contrapartida masculina para elas. Em resposta, Hessel manda um beijo para a câmera, em forma de deboche, dando a entender que eles, os apresentadores, são a contrapartida.

Aline Rosa volta a aparecer na terceira parte do OmeleTV 37[61]. Neste vídeo, Hessel comenta que Forlani teve de sair e, por isto, as duas moças do Omelete, ela e a estagiária Rachel, "tapam o buraco" da ausência do colega. As duas atuam como ajudantes de palco dos rapazes e são retratadas como meros objetos cênicos. No começo

---

[58] OmeleTV 6.1 Desmascarando o Érico Borgo (parte 1). Disponível em: <http://migre.me/vX12C>. Acesso: 9 mar. 2017.
[59] OmeleTV #7.2 Cofrinhos e Funkeiras (parte 2). Disponível em: <http://migre.me/vXkmO>. Acesso: 9 mar. 2017.
[60] OmeleTV #7.1 Esse é pra você, mulher! (parte 1). Disponível em: <http://migre.me/vXkeO>. Acesso: 9 mar. 2017.
[61] OmeleTV #37 - Parte 3. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YGMLaDlvpGA>. Acesso: 9 mar. 2017.

do bloco, Hessel e Borgo pedem para que elas mandem beijos para os leitores, e Aline responde, desconfortável que "não precisa mandar". À recusa, Hessel responde: "Vocês são metidas e blasé, cara". Ainda neste vídeo, Borgo pede que Aline teça comentários sobre o tema do programa, já que ela é "sempre tão cheia de opinião". Rosa responde: "prefiro não opinar porque eu vou ser criticada aqui na hora".

Rachel também vira alvo das piadas de Borgo no vídeo "OmeleTV #34 Com Sede de Sangue! (Parte 4)"[62]. Ele brinca que a estagiária será demitida:

> Érico Borgo: A Rachel está indo embora. Nós odiamos a Rachel, estamos em crise. Em breve uma nova estagiária muito melhor do que a Rachel. Aliás, manda um e-mail para a gente, com foto. E não quero e-mail de homem! É estagiária, é fêmea! Para mim tendo peitinho, estou contratando.

No primeiro ano do canal, as três mulheres que aparecem em vídeo (Aline Rosa, Rachel e Carina Toledo) também surgem com um propósito: carregar um micro-ondas até os apresentadores. No quadro, chamado simplesmente de 'micro-ondas', Borgo, Forlani e Hessel 'requentam' algum sucesso da cultura pop, entre dvds, quadrinhos e livros, e, para ilustrar a atitude, retiram o produto de dentro do eletrodoméstico.

No episódio "OmeleTV #44 Seriedade, Pero no Mucho (Parte 4)"[63], durante a leitura dos e-mails recebidos pela equipe, Forlani lê um elogio publicado por um usuário, que diz ter "gostado muito de ler duas análises escritas por mulheres" no site – o rapaz justifica ter gostado que a produção trouxe textos femininos. Forlani fala, então, que é legal equilibrar a autoria das matérias, e Hessel responde: "É bom para não ficar essa imagem de que cultura nerd é coisa de moleque. Mulheres também gostam, mulheres também têm opinião". Neste momento, Forlani e Borgo riem, e este último questiona: "Quando isso começou?". Hessel responde: "A gente está divulgando só". Borgo finaliza: "Então tá bom, no próximo episódio vamos queimar sutiãs".

Durante o primeiro ano do programa, uma prática comum entre os três apresentadores é a de categorizar determinados assuntos como "coisa de menina". Localizamos alguns vídeos onde o hábito aparece: em "OmeleTV #31 Cinema e Games Voltam Pra Pauta (bloco 1)"[64], ao comentar o desenho animado da personagem Mulher-Maravilha, Forlani ressalta: "não é muito violento não, tem um pouco de sangue só. Não

---

[62] OmeleTV #34 Com Sede de Sangue! (Parte 4). Disponível em: <http://migre.me/wcLiU>. Acesso: 9 mar. 2017.
[63] OmeleTV #44 Seriedade, Pero no Mucho (Parte 4). Disponível em: <http://migre.me/wcLji> Acesso: 9 mar. 2017.
[64] OmeleTV #31 Cinema e Games Voltam Pra Pauta (bloco 1). Disponível em <http://migre.me/w03uQ>. Acesso: 9 mar. 2017.

pode, né? É coisa de menina". O mesmo apresentador volta a utilizar a categorização em "OmeleTV #35 Transformers 2 e Seus 46 Robôs (Parte 2)"[65], ao avaliar o jogo *The Sims*. Na discussão, os apresentadores opinam que o jogo é um simulador de decoração, onde os usuários criam uma casa dos sonhos e, por isso, o jogo não atrai os "*gamers* radicais". Hessel destaca que, se você for jogar alguma coisa, que ao menos "seja um elfo, um guerreiro medieval, mate um dragão", atitudes que ressaltem uma dinâmica de competição. Forlani justifica, então, que a comunidade que joga *The Sims* é feminina.

No entanto, o episódio onde a atitude machista dos apresentadores fica mais evidente talvez seja aquele utilizado na introdução deste trabalho – situação que ocorre no vídeo "OmeleTV #43 Viva LasVegas!"[66]. Neste, Borgo, Forlani e Hessel comentam o filme *Se Beber, Não Case*, o qual teve um evento de lançamento realizado em Las Vegas, nos Estados Unidos, no mesmo hotel onde diversas cenas do longa-metragem foram filmadas. Borgo participou do evento e conta que, durante a viagem, recebeu diversos "folhetinhos de puta" – panfletos de garotas de programa locais. Ele leva os folhetos ao estúdio, os quais ficam colados na parede do cenário. "Em meia hora eu tinha um bolo de folheto. Um super trunfo de puta!", brinca. Para a ambientação do vídeo, o trio de apresentadores utiliza fichas de pôquer, remédios (remetendo à droga ecstasy) e doses de tequila. As bebidas são servidas, de joelhos, pelas duas estagiárias do Omelete, Carina e Rachel, que aparecem quando solicitadas, vestindo meia calça, saia curta e camisa social branca. Ao final do vídeo, Borgo pede que elas façam "uma dança sexy", enquanto os três homens colocam fichas de pôquer no sutiã das duas garotas.

Em "OmeleTV #67 Com Cuecas por Cima das Calças (Parte 4)"[67], os apresentadores fazem uma lista de filmes românticos "em homenagem às meninas" e, para marcar o Dia Internacional da Mulher, citam também um filme romântico "clássico de menininha", para que o leitor veja com "a namorada, a mãe ou a avó". Ainda neste episódio, destacamos um diálogo que achamos pertinente para ilustrar a restrição no tratamento de temáticas relacionadas às mulheres na redação do Omelete na época, além da ausência de preocupação com as leitoras do site. Forlani comenta que planejou um especial em homenagem às mulheres, mas foi impedido de realizá-lo.

---

[65] OmeleTV #35 Tranformers 2 e Seus 46 Robôs (Parte 1). Disponível em <http://migre.me/w03xU>. Acesso: 9 mar. 2017.
[66] OmeleTV #43 Viva Las Vegas. Disponível em: <http://migre.me/w06UK>. <http://migre.me/w06Vi>. <http://migre.me/w06VF>. Acesso: 9 mar. 2017.
[67] OmeleTV #67 Com Cuecas por Cima das Calças (Parte 4). Disponível em: <http://migre.me/w03GA>. Acesso: 9 mar. 2017.

> Forlani: Separei só e-mail de meninas hoje, já que vocês não deixaram eu fazer o especial do Dia Internacional da Mulher.
> Hessel: O Forlani queria fazer um especial 'Mulheres'.
> Borgo: A gente não deixou mesmo. Ele descreveu a ideia aqui, e eu quase dormi aqui na cadeira. Desculpa, mas o tema é chato, viu?

Forlani lê, então, alguns e-mails enviados por leitoras do Omelete. Em um deles, uma menina pede sugestões de livros, e Forlani pede para Hessel comentar sobre um determinado livro que ele está lendo. Hessel se opõe: "Esse é difícil. É uma menina, po". Borgo reitera que o livro não é para mulher. Hessel, por fim, indica a Bíblia, que "é um livro muito espirituoso, mas tem violência".

A situação muda um pouco com a entrada de Carina Toledo para o elenco fixo de apresentadores – ou até mesmo antes disso, quando ela passa a substituir algum dos principais mediadores durante as férias destes. Ainda que os comentários são se tornem extintos, Carina responde às provocações. No bloco "OmeleTV #69 Adeus site velho..."[68], Borgo brinca que vai comprar para a estagiária o biquíni dourado que a Princesa Leia usa no filme *Star Wars - O Retorno de Jedi*, quando a personagem é feita prisioneira. "Vai bombar isso aqui [Carina de biquíni]. Você vai ganhar espaço, não é isso que você quer? Você precisa de oportunidade, é isso que a gente está te dando", diz Borgo, que é respondido com um "não, não é isso que eu quero" por Toledo.

A primeira tentativa de falar sobre a representação feminina dentro da cultura pop nos vídeos do site surge no "OmeleTV #95 - Dos quadrinhos para as telinhas (Parte 3)" [69], onde os apresentadores fazem uma lista de personagens femininas que fogem do estereótipo ou, segundo eles, uma "lista de mulheres machonas, duronas e que chutam bundas". Dentre as personagens citadas na lista, está Ripley, protagonista do filme *Alien - O Passageiro*, mas o foco da discussão fica na cena final do longa, quando ela aparece de calcinha. Em determinado momento, Érico Borgo diz que "se você acha que mulher só sabe mexer na chama do fogão e no aquecedor, assista *Alien - O Passageiro*", em referência à cena em que Ripley aparece manejando um lança-chamas.

Após a consolidação de Carina Toledo como apresentadora fixa do OmeleTV junto a Érico Borgo, Marcelo Forlani e Marcelo Hessel, a partir de 2011, o programa passa a contar com a participação periódica de Flávia Gasi, sempre que o assunto games entra em pauta, de Aline Diniz, para falar de televisão (segundo Hessel, a jornalista, na época estagiária, foi contratada porque assistia "mais de 25 séries sem legenda por

---

[68] OmeleTV #69 Adeus site velho. Disponível em: <http://migre.me/w06X2>. Acesso: 9 mar. 2017.
[69] OmeleTV #95 - Dos quadrinhos para as telinhas (Parte 3). Disponível em: <http://migre.me/wcJpI>. Acesso em: 9 mar. 2017.

semana” [70]), e de Natália Bridi, que comenta sobre livros e cinema. Bridi ganha uma participação maior no canal com a saída de Carina Toledo, em 2012. Mesmo com a persistência de comentários machistas por parte dos apresentadores nos vídeos, é importante ressaltar que, a partir da inserção das mediadoras, quando tais comentários acontecem, eles passam a ser contestados pelas mulheres. Por exemplo, no episódio “OmeleTV #175 | Emails”[71], durante a leitura do e-mail de um leitor que “tem problemas em jogar videogame com a namorada porque ele se irrita com o jogo, e a namorada fica com raiva dele”, Marcelo Hessel comenta que “homens são competitivos. Mulheres também, mas em jogos... Jogos de azar, jogos de videogame, é um negócio de homens, tipicamente masculino”. Ele é interrompido por Flavia Gasi, primeiro com um sonoro “ei! ” e, depois, com uma argumentação de que a realidade não se configura da forma como o jornalista apresenta. A discussão sobre o assunto perdura até o final do programa, por mais de sete minutos. Situações como esta deixam explícito que, por mais que uma postura machista ainda seja levantada vez ou outra, com a presença de apresentadoras mulheres, estes posicionamentos são discutidos.

É Flavia Gasi quem leva Carol Moreira para o site Omelete. Segundo Moreira[72], elas já se conheciam virtualmente e, em uma conversa no site de rede social Twitter, decidiram criar um programa no canal Omeleteve que fosse apresentado por mulheres e unisse a afinidade de Gasi com a cultura pop e o interesse de Moreira por maquiagens – na época, ela possuía um canal no Youtube onde postava tutoriais de maquiagem. Em 2012, a dupla criou o Make1Up, atração do Omeleteve na qual Moreira criava, em Flavia Gasi, uma maquiagem inspirada em algum personagem da cultura pop, enquanto elas discutiam sobre o universo do qual a personagem fazia parte. No primeiro episódio, por exemplo, Moreira cria uma maquiagem inspirada na personagem Daenerys Targaryen, do seriado *Game of Thrones*, e, ao mesmo tempo, discute, junto com Gasi, questões referentes à série[73]. Esta é a primeira tentativa do site Omelete em executar um produto feito por e direcionado às mulheres. Na abertura do episódio, as apresentadoras afirmam:

---

[70] Videocast - OmeleTV #122 - As novas séries e os velhos contos de fadas (Parte 1). Disponível em: <http://migre.me/wcJq4>. Acesso: 9 mar. 2017.
[71] OmeleTV #175 | Emails. Disponível em: < http://migre.me/wcJqf >. Acesso: 9 mar. 2017.
[72] O melhor programa de todos os tempos! | BLOCO X. Disponível em: <http://migre.me/wcJro>. Acesso em 9 mar. 2017.
[73] Maquiagem Passo a Passo - Game of Thrones | Make1Up #1. Disponível em: <http://migre.me/wcJrL>. Acesso: 9 de mar. 2017.

> Flavia Gasi: Este é o Make1Up, um programa que vai misturar nerdices e maquiagem! Porque a gente é menina nerd e tem direito de falar de coisa menina e de coisa nerd.
>
> Carol Moreira: Não é porque a gente é nerd que a gente não gosta de maquiagem. E não é porque a gente gosta de maquiagem que a gente não é nerd.

O programa teve 22 edições, hospedadas semanalmente no canal do Omelete, e chegou ao fim em 16 de outubro de 2012. A finalização do bloco não foi justificada formalmente em seu último episódio[74], portanto, não há como afirmar o que motivou a sua migração para um canal individual homônimo, onde os vídeos passaram a ser hospedados a partir de novembro do mesmo ano. Podemos afirmar somente que o encerramento do bloco coincide com a saída de Flavia Gasi do site. É importante ressaltar que, mesmo com a postagem dos vídeos do Make1Up em um canal independente ao do Omelete, os segmentos continuaram a serem inseridos em posts dentro do site, com o mesmo título que haviam recebido no Youtube[75].

O último vídeo do programa foi hospedado no dia 11 de junho de 2013, e, uma semana depois, na página do Make1Up no site de rede social Facebook[76], Carol Moreira revelou que a ideia de produzir um novo programa dedicado ao público feminino do Omelete estava em desenvolvimento. A apresentadora convocou a audiência a comentar com dicas e opiniões sobre a possibilidade.

> Oi pessoal! Estamos criando ideias de novos programas focados no lado feminino do Omelete! Para que sejam programas incríveis, a gente quer ouvir a sua opinião!
> Enquanto isso, vamos dar uma pausa no Make1up.
> Fique ligado para novidades!

Assim surgiu o Bloco X, fenômeno ao qual nos debruçaremos em nossa análise. “O Omelete não poderia ficar sem um programa destinado ao público feminino”, justificou Carol Moreira no vídeo “O melhor programa de todos os tempos! | BLOCO X”[77], onde a apresentadora conta como surgiu a atração. Logo após o fim do quadro Make1Up, Moreira conversou com Natália Bridi, Aline Diniz e , Mírian Castro[78] sobre a possibilidade de criar um programa que “não fosse feminino, mas que fosse meninas, só meninas, falando com opiniões femininas”. Ao receber uma resposta positiva, ela

---

[74] Maquiagem Passo a Passo - Coringa (Heath Ledger) - Make1up #22. Disponível em: <http://migre.me/wcJs4>. Acesso em: 9 de mar. 2017.
[75] Como pode ser observado na página: < http://migre.me/wcJti>. Acesso: 9 mar. 2017.
[76] Post disponível em: <http://migre.me/wcJsT>. Acesso: 9 mar. 2017.
[77] O melhor programa de todos os tempos! | BLOCO X. Disponível em: <http://migre.me/vTACP>. Acesso: 9 mar. 2017.
[78] Mírian Castro trabalhou como estagiária do Omelete entre 2013 e 2014.

levou a ideia a Érico Borgo, que sugeriu que, em fase de teste, o programa entrasse como um bloco extra do OmeleTV. Se desse certo, o segmento poderia se tornar uma atração independente no canal. O nome do programa vem do cromossomo X, que marca o sexo biológico feminino, e da falta de numeração que os vídeos traziam – até então, todos os vídeos do OmeleTV eram numerados cronologicamente. Nas saudações de abertura e de encerramento deste programa piloto[79], fica claro o caráter experimental adotado.

> *Abertura*
>
> Carol Moreira: Olá, Brasil! Olá, você aí de casa! Hoje eu estou com as minhas amigas do Omelete para falar de *Orange is the New Black*.
>
> Aline Diniz: Uma série de meninas, feita para meninas, por meninas e com meninas.
>
> Natália Bridi: Mas sem ser só sobre sapatos e homens.
>
> Mírian Castro: Não é *Sex and the City*.
>
> *Encerramento*
>
> Carol: Espero que vocês tenham gostado deste bloco a mais do Omeleteve pra você e se vocês gostarem, curtirem, mandarem beijo, a gente faz mais na semana que vem
>
> Aline: E a gente quer fazer mais! Mó legal

Tudo indica que houve aceitação por parte do público, pois, após este primeiro episódio, os demais vídeos apresentados pelas meninas já foram postados de forma independente do OmeleTV e disponibilizados com o nome 'Bloco X' no título. Com duração média de dez minutos, o Bloco X tinha como premissa tratar de assuntos da cultura pop a partir de opinião das "mulheres do Omelete" – nem sempre falando sobre temas exclusivamente femininos, mas necessariamente sob uma ótica feminina. "A gente fala sobre nada, sobre tudo, sobre o que a gente quiser", resume Natália Bridi no vídeo citado anteriormente, onde as apresentadoras também esclarecem que são as responsáveis por toda a pesquisa e a criação da pauta do programa. O tratamento dos temas nos vídeos era feito em formato de debate entre as apresentadoras, as quais, a partir da temática predefinida, traziam, em formato de lista ou através de relatos pessoais, produtos da cultura pop que entendessem como parte daquilo que era

[79] Orange is the New Black | OmeleTV #239.X. Disponível em: <http://migre.me/wcJve>. Acesso em: 9 mar. 2017.

discutido. A partir daí, as mediadoras teciam comentários sobre as obras mencionadas e sobre como elas se encaixavam no assunto do dia.

A atração foi ao ar, semanalmente, entre os dias 6 de setembro de 2013 e 4 de maio de 2016, somando um total de 132 vídeos hospedados. O Bloco X chegou ao fim com a saída de Carol Moreira do site Omelete. No vídeo "As melhores despedidas do cinema"[80], no qual ela explica as suas motivações para a saída, Moreira conta que já estava afastada das outras atividades do site e preferiu se dedicar a seu próprio canal no Youtube e a sua carreira como apresentadora do canal Warner Channel Brasil. Natália Bridi e Aline Diniz continuam participando dos outros produtos do canal, porém em sistema 'misto'.

2.4. Aproximações entre o canal Omeleteve e o telejornalismo

Não é difícil assistir aos vídeos do canal Omeleteve no Youtube e compará-los a programas que circulam em emissoras televisivas há alguns anos. Entendemos aqui o telejornalismo nos termos de Gomes (1997), para quem se trata de uma forma cultural, que se relaciona com marcas discursivas do jornalismo e marcas da linguagem televisiva. Gutmann (2013) complementa essa concepção ao afirmar que a forma cultural do telejornalismo necessita de um reconhecimento social, o qual depende de articulações "entre seus produtos, suas lógicas de produção, expectativa de audiência, contextos culturais e matrizes históricas que nos permitem dizer, por exemplo: isto é um telejornal" (GUTMANN, 2013, p. 220).

Gutmann (2011) convoca Guerra (2004) para tratar do jornalismo como uma esfera de mediação simbólica que põe em relação determinados acontecimentos, selecionados a partir de critérios de verdade e de relevância, e um público para quem esses eventos possam ser considerados importantes.

Acreditamos que os vídeos produzidos para o canal Omeleteve se aproximam da vertente do telejornalismo, mesmo que o seu canal de exibição não seja, necessariamente, a televisão. Os vídeos são hospedados em um canal no Youtube, contam com assuntos delimitados e dia e hora marcados para a exibição, e têm a função de informar sobre aquilo que é considerado relevante pelo veículo em uma determinada esfera da realidade, a cultura pop, através de recursos oriundos do audiovisual. Além disso, é possível notar a utilização de alguns dos critérios de noticiabilidade sugeridos

---

[80] As melhores despedidas do cinema. Disponível em: <http://migre.me/wcJwp>. Acesso em: 9 mar. 2017.

por Traquina (2005), os quais ditam quais parâmetros legitimam uma notícia. Estão presentes no Omeleteve valores como proximidade com o valor notícia – que não deve ser entendida apenas como geográfica, mas também social e psicológica – e a relevância. Esta corresponde à

> preocupação de informar o público dos acontecimentos que são importantes porque têm um impacto sobre a vida das pessoas. Este valor-notícia determina que a noticiabilidade tenha a ver com a capacidade de o acontecimento incidir ou ter impacto sobre as pessoas, sobre o país, sobre a nação (TRAQUINA, 2005, p. 80).

A relevância, no contexto dos vídeos do Omelete, diz respeito às informações sobre os produtos de entretenimento com os quais o público leitor se relaciona enquanto fãs – ou seja, em uma relação de investimento emocional.

O tempo também é um dos critérios que legitimam a notícia. Segundo Traquina (2005), esse valor pode ser usado em âmbitos distintos: a primeira possibilidade é quando uma notícia é abordada pela sua atualidade, e a segunda é quando o fato já teve lugar no passado e está sendo relembrado pela sua relevância – como os especiais produzidos pelo Bloco X para o filme *Garganta Profunda*[81] e a série televisiva *Seinfeld*[82], por exemplo. Outro critério que pode ser utilizado para fins de análise nos vídeos do Omeleteve é a novidade; Traquina (2005) entende que o mundo jornalístico interessa-se muito pela primeira e pela última vez em que algo acontece. O parâmetro que fecha os critérios sugeridos pelo autor e que podem ser percebidos no nosso objeto é a notabilidade, que diz respeito à qualidade de uma notícia de 'ser visível'. Quanto mais uma questão é palpável e fácil de ser visualizada, mais provável é que ela seja abordada, principalmente com o uso de recursos audiovisuais.

Os formatos de notícias do site Omelete se configuram desde comentários e críticas sobre filmes, séries de televisão e histórias em quadrinhos até o clima de expectativa em torno do lançamento de algum produto relacionado a qualquer um destes nichos. Deste modo, o critério de atualidade que citamos acima não se relaciona, necessariamente, ao sentido de instantaneidade: é possível afirmar que os vídeos do canal do Omelete têm a função de informar sobre aquilo que a equipe do site considera relevante em uma determinada esfera da realidade, a um público que já possui conhecimento prévio sobre o assunto e tem interesse em se aprofundar nas mais

---

[81] Garganta Profunda e pornografia! | Bloco X. Disponível em: <http://migre.me/wagBd>. Acesso: 9 mar. 2017.
[82] Saiba tudo sobre SEINFELD! | BLOCO X Disponível em: <http://migre.me/wagC6>. Acesso: 9 mar. 2017.

diversas questões que se desenrolam a partir dele. São, portanto, "relatos atemporais que potencializam uma perspectiva lúdica e divertida para o tema abordado através das construções de quadros narrativos" (Gutmann, 2011, p. 96).

Podemos comparar a figura de Marcelo Forlani, nos primeiros vídeos do OmeleTV, e de Carol Moreira, no Bloco X, com a de mediadores de programas televisivos, como acontece em atrações como o *Papo de Segunda*, do canal fechado GNT, por exemplo, no qual Marcelo Tas assume a mediação do programa, que conta ainda com Xico Sá, João Vicente e Léo Jaime, e dá início à discussão sobre temas do cotidiano escolhidos previamente. Em seus respectivos quadros, Forlani e Moreira saúdam a audiência com frases de efeito[83], anunciam o assunto que irá ser tratado durante o vídeo, introduzem a discussão, geralmente com perguntas aos demais presentes, e mediam as opiniões que vão surgindo ao longo da conversa.

A edição do OmeleTV e do Bloco X é outro aspecto a ser observado nesta busca de similitudes entre o telejornalismo e o fenômeno a ser analisado aqui. Além de uma vinheta específica para cada programa, a fim de criar uma identificação imediata, a primeira fala dos apresentadores é marcada pela exibição de seus respectivos nomes na tela, destacando aqueles personagens na memória do espectador. Vídeos e fotos são inseridos dentro do programa, com o objetivo de ilustrar ou de comentar alguma passagem do texto dos apresentadores, ou seja, é a notícia atrelada ao entretenimento, de maneira informal e temática.

Gutmann, Soares e Gomes (2008) citam três razões para esta articulação entre informação e entretenimento: o uso de estratégias de entretenimento a partir da necessidade de ampliação dos índices de audiência; a televisão ter se organizado, historicamente, como indústria do entretenimento e, portanto, tentar aproximar todo o seu conteúdo, até mesmo o jornalístico, desta fórmula; e, um terceiro argumento, de caráter mais determinista, que afirma que, ao operar com recursos audiovisuais, a TV desvia, necessariamente, a atenção do espectador, fazendo com que os sentidos se sobressaiam sobre o conhecimento. Segundo Gomes

[83] Marcelo Forlani com o "Fala, galera! Eu sou o Marcelo Forlani", e Carol Moreira com "Alô, Brasil! Alô, você aí de casa!".

> um dos principais desafios da investigação sobre o jornalismo contemporâneo é compreender como duas questões centrais do nosso século, a tecnologia digital e o multiculturalismo ou, se quisermos dizer de outro modo, os largos processos de globalização e os fluxos migratórios, interagem com o jornalismo e que implicações têm sobre o jornalismo enquanto uma atividade social, enquanto ideologia e enquanto campo profissional. Do ponto de vista dos valores que constituem o jornalismo como instituição social, é fundamental interrogar como se dá a conjunção entre jornalismo, sociedade e cultura, como essa conjunção interage com e reconfigura certos valores jornalísticos tomados como universais: interesse público, objetividade, atualidade, credibilidade, independência, legitimidade (GOMES, 2011, p.22).

Portanto, tendo em vista o reconhecimento de critérios de noticiabilidade no conteúdo dos vídeos do site Omelete, os quais o legitimam como veículo noticioso, e também a constatação de características que aproximam o material das peculiaridades de programas televisivos informativos (ainda que o conteúdo não esteja na televisão propriamente), consideramos aqui, para fins de análise, o canal Omeleteve e, consequentemente, o nosso objeto, Bloco X, como um programa televisivo de cunho jornalístico, voltado para um nicho temático – a cultura pop.

3. ANÁLISE

A fim de ir à fundo na investigação das características que destrinchamos nos capítulos anteriores, dedicaremos esta terceira parte do trabalho à análise propriamente dita do nosso fenômeno, o Bloco X. Adotaremos como norte para o nosso estudo a metodologia desenvolvida pelo Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo, coordenado por Gomes (2011).

A partir de um recorte de treze vídeos do programa, escolhidos a partir de palavras-chave que identificaram temáticas relacionadas à representatividade feminina, investigaremos a articulação dos conceitos metodológicos de gênero televisivo e de modos de endereçamento, especialmente a partir de quatro operadores de análise deste último: a) mediadores; b) contexto comunicativo; c) pacto sobre o papel do jornalismo; e d) organização temática.

No final do capítulo, realizaremos uma síntese de todas as características relevantes que apontamos no decorrer da análise, para que identifiquemos os traços recorrentes aos vídeos do Bloco X.

3.1. Metodologia de análise do telejornalismo

A perspectiva adotada para o estudo do Bloco X neste trabalho inspira-se no método desenvolvido pelo Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo[84] do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA), coordenado por Gomes (2011). Tal abordagem sustenta-se na articulação entre dois conceitos metodológicos considerados essenciais para o estudo e a interpretação de programas jornalísticos de televisão: as noções de gênero televisivo e de modos de endereçamento.

O procedimento parte da perspectiva teórico metodológica dos *cultural studies*, na qual, nos termos propostos por Williams (1997), entende-se o telejornalismo como uma forma cultural e uma instituição social. A partir daí, conseguimos articular três dimensões essenciais para a análise do telejornalismo: técnica e cultural, quando falamos de televisão, e social, em relação ao jornalismo. Estes conceitos possibilitam um olhar, ao mesmo tempo, histórico, social, ideológico e cultural do telejornalismo, de

[84] Em 2016, o Grupo de Pesquisa Análise em Telejornalismo do Póscom/UFBA passou a se chamar Centro de Pesquisa Estudos Culturais e Transformações em Comunicação (TRACC).

modo que o não interpretemos como cristalização, mas como construção e instituição social.

Segundo Gomes (2011, p.19), o telejornalismo é uma construção social, no sentido de que "se desenvolve numa formação econômica, social, cultural particular e cumpre funções fundamentais nesta formação", e instituição social, desde o momento em que torna disponível e pública a informação. A concepção do telejornalismo como instituição social se configura a partir de uma conjunção das possibilidades tecnológicas com determinadas condições históricas, sociais, econômicas e culturais. Ambas as premissas convidam o analista a voltar a atenção às diferenças entre as sociedades e seus tempos históricos com o jornalismo.

O método de análise se articula a partir da observação dos conceitos metodológicos de estrutura de sentimento, de gênero televisivo e de modo de endereçamento – levando em conta a linguagem televisiva em seus elementos textuais, visuais e sonoros, além da configuração interna dos programas, dos seus dispositivos técnicos, visuais e discursivos que organizam a recepção (Gomes, 2011).

Estrutura de sentimento é um conceito que habilita o olhar às características e aos deslocamentos que estas tomam no decorrer do tempo. Para a autora, pensar o produto tendo em mente a noção de estrutura do sentimento previne a compreensão do telejornalismo como uma cristalização e permite visualizar o processo jornalístico como um todo, possibilitando ao analista "recuperar as fissuras, as ranhuras das práticas jornalísticas culturalmente vivas" (GOMES, 2011, p. 17). Ao tratar do conceito, Sarlo (1997) sugere articular estrutura de sentimento com as noções de dominante, residual e emergente, indicadas por Williams (1979) para descrever elementos de diferentes temporalidades e origens que configuram o processo cultural. Deve-se considerar as características dominantes de um determinado processo ou sistema cultural, mas estar atento também a um certo senso de movimento, de processo histórico, e às articulações destes elementos dominantes com os residuais - aqueles que foram efetivamente formados no passado, mas ainda estão ativos no processo cultural, não só como elemento do passado, mas com um elemento ativo no presente – e os emergentes, que são os elementos que apresentam novos significados e valores, novas práticas, novas relações e tipos de relação que são efetivamente criados e que aparecem como alternativos ou opostos da cultura dominante. Segundo o autor, é "com as formações emergentes que a estrutura de sentimento, como solução, se relaciona (WILLIAMS, 1971, p. 136).

O trabalho do analista, para Gomes (2011), é encontrar as marcas da heterogeneidade constitutiva do jornalismo, ou seja, a co-presença, em seus produtos, de elementos dominantes, residuais e emergentes. Ressaltamos, no entanto, que, na análise, não iremos nos deter na identificação e na descrição detalhada daquilo que é dominante, residual ou emergente no Bloco X, mas sim apontar, no decorrer do texto, aquelas características que achamos relevantes.

O conceito de gênero televisivo, por sua vez, nos habilita a examinar as marcas constitutivas e as linguagens do telejornalismo através das regularidades e das especificidades do nosso produto. Adotamos, sob sugestão de Gomes (2011), a concepção de gênero midiático ou televisivo, sustentado pela ênfase do próprio processo comunicacional, ao passo que "o receptor orienta sua interação com o programa e com o meio de comunicação de acordo com as expectativas geradas pelo próprio reconhecimento de gênero" (GOMES, 2011, p. 32).

Ao tratar sobre o gênero na perspectiva dos estudos culturais, Williams (1979) concentra o olhar no contexto social e na época na qual este gênero está inserido. Para o autor, existem três componentes básicos na definição de gênero: a *posição*, que diz respeito ao modo de organização que determina um tipo particular de apresentação; o *assunto adequado*, que se refere ao conteúdo social, cultural ou histórico do gênero, que depende ainda do interesse e das expectativas da audiência; e *modos formais de composição* que indicam o tipo específico de escrita que devem indicar como se dão os processos de veiculação das informações.

Martín-Barbero (1987) vai além dos aspectos puramente discursivos dos gêneros e busca descrever o conceito, através das mediações televisivas, como um sistema de produção e recepção capaz de oferecer um caminho metodológico para o entendimento da cultura midiática. Assim, os gêneros não são compreendidos apenas pelas estruturas internas presentes nos textos, mas pela convocação que eles fazem através destes. Segundo Gutmann, o autor entende o conceito de gênero como

> uma estratégia de comunicabilidade que põe em relação os meios, os produtos, suas audiências, suas lógicas de produção e os seus contextos. Afasta-se da noção de gênero como propriedade textual, e sim, parte de uma interação entre texto, leitor, cultura e formatos industriais (GUTMANN, 2011, p. 225).

Portanto, entendemos gêneros como formas reconhecidas socialmente, a partir das quais podemos classificar um produto midiático, que opera em conjunto à competência cultural do receptor.

O gênero encontra sua atualização, em programas específicos, a partir dos modos de endereçamento que cada programa estabelece na relação com os seus receptores. Segundo Morley e Brunsdon (1978), modo de endereçamento é aquilo que é característico das formas e das práticas comunicativas específicas de um programa, que se pauta sob o modo como o produto tenta estabelecer uma forma particular de relação com sua audiência. Ou, nas palavras de Gomes (2011, p. 33), “como um determinado programa se relaciona com sua audiência construindo um estilo que o identifica e o diferencia dos demais”.

Chandler (2014), ao falar sobre os modos de endereçamento, lembra que um código textual pode ser definido como um conjunto de modos de leitura que seus produtores e leitores compartilham. Portanto, aqueles que compartilham o código são membros da mesma 'comunidade interpretativa', e a familiaridade com estes códigos específicos está relacionada à posição social do indivíduo, em termos como classe, etnia, nacionalidade, nível de educação, afiliação política, idade, orientação sexual e bagagem cultural, além de fatores como o canal por onde o código se propaga. Ou seja, a perspectiva adotada nos gera familiaridade a partir do momento em que estamos “social e historicamente acostumados a ‘ler’ as imagens de acordo com ela” (GOMES, 2011, p. 35) e que o modo de endereçamento se estrutura a partir das características de cada meio, tanto no que se refere ao suporte quanto às formas culturais adquiridas por cada meio em sociedades particulares (Williams, 1997).

Para realizar a análise proposta aqui, vamos além da descrição dos elementos puramente semióticos, que se mostram insuficientes para compreender de maneira satisfatória as estratégias de configuração dos modos de endereçamento, e adotamos operadores de análise. Estes operadores habilitam a articulação entre os aspectos discursivos e semióticos e aqueles de ordem social, cultural, ideológica e comunicacional, e não devem ser considerados de maneira isolada, já que estão articulados no produto. Uma descrição isolada também é rejeitada aqui, já que somente através do conjunto conseguimos acessar o modo de endereçamento com excelência. Os operadores são os “lugares para onde o analista deve olhar, não o fim último de esforço analítico”, segundo Gomes, Gutmann e Soares (2008, p. 6).

A fim de acessar o modo de endereçamento de um produto específico, trabalharemos com quatro operadores: a) mediadores; b) contexto comunicativo; c) pacto sobre o papel do jornalismo; e d) organização temática.

A primeira delas é a figura do a) **mediador**. Os programas jornalísticos televisivos têm o seu conteúdo orientado através de apresentadores, comentaristas e repórteres, sendo os primeiros considerados como figuras centrais dos produtos. Estas personagens são as responsáveis por estabelecer o uma ligação com o receptor. Gomes (2011) ressalta que, para compreender o modo de endereçamento, é preciso analisar quem são estas personagens, a maneira como elas se posicionam em frente às câmeras – e, consequentemente, em frente ao espectador –, os vínculos que eles estabelecem junto ao público, a familiaridade que constroem e a credibilidade que carregam. No caso do Bloco X, por exemplo, além de observarmos a performance das apresentadoras Aline Diniz, Carol Moreira e Natália Bridi, é importante também levarmos em conta a presença dos editores do site e precursores do audiovisual do canal, Érico Borgo e Marcelo Forlani, os quais, de certo modo, estabeleceram uma forma padronizada para 'apresentar-se' aos leitores do Omelete, que é seguida pelas meninas – mesmo com algumas adaptações.

O papel do mediador está presente de maneira intrínseca no próximo aspecto, o b) **contexto comunicativo**. A noção abarca emissores, receptores e as circunstâncias espaciais e temporais onde o programa se estabelece. Esta noção pode observada explicitamente, como quando Carol Moreira saúda os espectadores com a frase "Olá, Brasil! Olá, você aí de casa!", ou de maneira mais discreta, por meio da ambientação e do cenário, por exemplo. O c) **pacto sobre o papel do jornalismo** regula esta relação entre programa e espectador, ao passo que dita o que este último deve esperar encontrar no programa, além de reforçar o papel do jornalismo na sociedade, através da atualização dos valores que o constituem – noções de objetividade, imparcialidade, factualidade, interesse público, atualidade e relevância da notícia, para citar alguns deles. Estes aspectos se fazem necessários para construir e estabelecer a credibilidade do programa.

A d) **organização temática** encerra os operadores do modo de endereçamento, e talvez seja o qual dedicaremos mais tempo na análise de nosso produto, por este se trata de um produto de jornalismo temático e, nas palavras de Gomes (2011, p. 40), "parece óbvio dizer que nesses casos a temática é o operador de maior importância para a análise do modo de endereçamento". É preciso, então, analisar como a temática central

é abordada, quais são os critérios adotados para a seleção das pautas do programa, ou mesmo se eles existem, e o modo específico como as editorias são organizadas.

Tendo em vista os conceitos e operadores de método discutidos aqui, partimos para a seleção do *corpus* e posterior análise de um conjunto de vídeos selecionados do programa Bloco X.

3.2. Recorte metodológico e análise dos vídeos do Bloco X

Conforme relatamos no item 2.3, no Capítulo 2, o Bloco X foi exibido no canal do Youtube do site Omelete entre setembro de 2013 e maio de 2016. Neste período, um total de 132 vídeos foram hospedados na página. Para analisar o modo de endereçamento articulado em diferentes edições do programa, fizemos um recorte metodológico dos vídeos baseado, primordialmente, na temática tratada em cada episódio. Em primeiro lugar, compilamos uma tabela com todos os 132 vídeos[85], na qual indicamos o nome da edição, a data e o dia da semana na qual ela foi postado, o número de visualizações, a identificação das apresentadoras, a presença ou não de *merchandising* e de convidados, a duração, o formato das discussões[86] e um conjunto de palavras-chave relacionadas à edição. O último item norteou a escolha dos vídeos e o recorte para a análise.

Partindo de uma observação exploratória, onde assistimos a todos os vídeos e compilamos anotações sobre os conteúdos, identificamos como palavras-chave as temáticas recorrentes nos episódios. Ao todo, foram encontrados cinco assuntos rotineiros no programa: feminino, fofoca, cultura pop, contexto histórico (quando o vídeo foi pautado a partir de algum fato ocorrido na época de sua realização) e tabu. A partir desta segmentação, identificamos 16 vídeos que estão caracterizados pela palavra-chave “feminino”, nos quais pudemos enxergar temáticas explicitamente relacionadas ao lugar da mulher e à identidade feminina na cultura pop.

Destes 16 vídeos, três foram excluídos da análise. O primeiro deles foi a edição intitulada “Luciana Vendramini, nudez e mulheres que mudaram o cinema”, por se tratar de um episódio em formato de entrevista, configuração que não se repete no decorrer da história do programa e, portanto, poderia não estar em sintonia com o modo de endereçamento tradicional do programa. O segundo vídeo excluído foi aquele

---

[85] Ver Apêndice A.

[86] Utilizamos a seguinte classificação para fazer referência ao modo de organização do debate entre as apresentadoras: especial; lista; opinião; perguntas e respostas; pessoal.

chamado “As gravidezes mais bizarras do Cinema”, já que o aprofundamento da discussão se limita à própria gravidez, e não às mulheres em si; o motivo para a exclusão é o mesmo no terceiro e último episódio eliminado, “As vilãs mais terríveis do cinema nesse... Bloco X”, onde novamente a discussão se concentra no vilanismo das personagens, e não na condição de mulheres delas.

Dessa forma, são analisados 13 vídeos. São eles: *Orange is the New Black* | OmeleTV #239.X[87]; *Garganta Profunda* e pornografia | Bloco X[88]; O pornô brega e burro de *50 Tons de Cinza* | Bloco X[89]; Só tem mulherão neste... Bloco X[90]; Problemas femininos no apocalipse neste... Bloco X[91]; As melhores *catfights* do cinema neste Bloco X[92]; As mulheres em *Game of Thrones*[93]; A série ousada sobre mulheres: *Orange is The New Black*[94]; Miga, as princesas mudaram![95]; As mulheres vão dominar Hollywood[96]; Os piores comentários da internet no Bloco X[97]; As maiores exploradoras do cinema[98]; e As mulheres nos bastidores do cinema e da TV[99]. Dedicamos um tópico de discussão para cada um dos vídeos selecionados. Ressaltamos que, na escolha dos episódios a serem analisados, não levamos em conta a distribuição deles ao longo do período de exibição do programa. Portanto, identificamos, na análise, a data de exibição de cada uma das edições, ao lado do título do vídeo, e discorremos sobre as mudanças que aconteceram no programa no intervalo de tempo entre cada episódio no desenvolvimento do texto.

No âmbito dessa análise, frisamos, mais uma vez, que o Bloco X é identificado como um programa de jornalismo temático, por se tratar de um produto que se aproxima do telejornalismo e se volta para um nicho: a cultura pop. Nos vídeos, as apresentadoras listam, de acordo com um tema pré-estabelecido, produtos da cultura pop que se relacionem com o tópico proposto, e a partir daí tecem críticas, fazem recomendações e comentam os itens selecionados. A diferença do Bloco X para os demais vídeos do canal Omeleteve é que nosso objeto de análise é mediado por quatro mulheres que

---

[87] Disponível em <http://migre.me/w7hZV>. Acesso: 4 mar. 2017.
[88] Disponível em <http://migre.me/w7i0u>. Acesso: 4 mar. 2017.
[89] Disponível em <http://migre.me/w7i1d>. Acesso: 4 mar. 2017.
[90] Disponível em <http://migre.me/w7i2c>. Acesso: 4 mar. 2017.
[91] Disponível em <http://migre.me/wb790>. Acesso: 4 mar. 2017.
[92] Disponível em <http://migre.me/wb7aj>. Acesso: 4 mar. 2017.
[93] Disponível em <http://migre.me/w7i2V>. Acesso: 4 mar. 2017.
[94] Disponível em <http://migre.me/wb7bd>. Acesso: 4 mar. 2017.
[95] Disponível em <http://migre.me/w7i4J>. Acesso: 4 mar. 2017.
[96] Disponível em <http://migre.me/w7i8w>. Acesso: 4 mar. 2017.
[97] Disponível em <http://migre.me/w7ibw>. Acesso: 4 mar. 2017.
[98] Disponível em <http://migre.me/w7idn>. Acesso: 4 mar. 2017.
[99] Disponível em <http://migre.me/w7iez>. Acesso: 4 mar. 2017.

trazem à tona a discussão em torno da representação da mulher na cultura pop e um olhar feminino aos produtos que o nicho geek/nerd contempla.

3.2.1. *Orange is the New Black* | OmeleTV #239.X (06/09/2013)

É importante ressaltar que este é o primeiro vídeo do Bloco X e, como já citado anteriormente, o programa começou como um apêndice do OmeleTV. O vídeo, portanto, conta com a mesma abertura do carro-chefe do Omelete, na qual um controle de vídeo game surge no centro da tela, depois é substituído por várias claquetes de cinema, enquanto um dragão surge e cospe fogo sobre elas, dando espaço ao logotipo amarelo do OmeleTV que, por último, é puxado para fora da tela pelo personagem Homem-Aranha, que lança uma teia sobre ele, dando espaço para que os apresentadores apareçam. No caso do Bloco X, a única diferença está no logotipo, que conta com um pequeno laço cor-de-rosa enfeitando-o, conforme ilustra a Figura 8.

Figura 8. Primeiro logotipo do Bloco X. (Fonte: http://migre.me/w7hZV. Acesso: 4 mar. 2017).

As primeiras edições do Bloco X foram filmadas no cenário onde os demais vídeos do site eram rodados, o qual é caracterizado pela presença de um banner de papelão que mostra uma cidade cosmopolita à noite, com muitos edifícios e luzes acesas nas janelas dos prédios, e com algumas referências à cultura pop estampadas neles, como o logotipo do Quarteto Fantástico, grupo de super-heróis do selo de histórias em quadrinhos Marvel, e o logotipo da empresa Stark, de propriedade do personagem Homem de Ferro – ou seja, a temática da cultura pop é materializada no próprio ambiente onde o programa é gravado. O cenário pode ser visualizado na Figura 9.

Figura 9. Frame da primeira edição primeiro Bloco X, intitulado *Orange is the New Black* | OmeleTV #239.X. (Fonte: http://migre.me/w7hZV. Acesso: 4 mar. 2017).

No encerramento deste vídeo, a condição de 'derivado do OmeleTV' e de programa piloto fica ainda mais explicitada na fala das apresentadoras.

> Carol Moreira: Espero que vocês tenham gostado deste bloco a mais do OmeleTV feito para você. Se vocês gostarem, curtirem, mandarem beijo, a gente faz mais na semana que vem!
>
> Aline Diniz: E a gente quer fazer mais! É 'mó' legal.

Neste episódio, a série *Orange is the New Black*, do serviço de streaming Netflix, é destrinchada pelas garotas. Enquanto elas discutem o seriado, cenas do programa são exibidas na tela, ilustrando o que é dito. A série conta a história de uma garota de classe média que, em um determinado momento de sua vida, acabou envolvida com o tráfico de drogas. Anos depois, a sua participação no crime é descoberta, e ela é enviada a uma cadeia, logicamente, feminina, onde as histórias das demais presidiárias são exploradas. A escolha deste seriado específico para inaugurar o novo quadro do OmeleTV parece providencial ao que o Bloco X se propunha: trazer um olhar feminino aos produtos da cultura pop. Na abertura do episódio, as mediadoras justificam a escolha.

> Carol Moreira: Olá, Brasil! Olá, você aí de casa! Hoje eu estou com as minhas amigas do Omelete para falar de *Orange is the New Black*!
>
> Aline Diniz: Uma série de meninas, feita para meninas, por meninas e com meninas.
>
> Natália Bridi: Mas sem ser só sobre sapatos e homens.
>
> Míriam Castro: Não é *Sex and the City*.

Carol Moreira está localizada na ponta esquerda do vídeo, seguida por Míriam Castro, Aline Diniz e Natália Bridi. As quatro apresentadoras aparecem de pernas cruzadas e com uma taça de champanhe na mão – no vídeo "O melhor programa de todos os tempos!"[100], onde elas contam a história do programa, Moreira diz que "não faz ideia" do porquê de elas aparecerem com o drink na mão, mas acha que o motivo era celebrar o novo programa, além de dar um ar descontraído para a atração. A saudação "Olá, Brasil! Olá, você aí de casa!", feita por Carol Moreira, é repetida em todos os demais vídeos do Bloco X e também nos vídeos de seu canal pessoal no Youtube, criando uma espécie de 'marca registrada' da apresentadora.

Desde o começo, a figura de Carol Moreira como mediadora central e principal elemento do programa fica visível. Ela saúda a audiência, conduz a conversa e dita o que será falado através de perguntas às demais apresentadoras, utilizando questões que as permitam revelar algum gosto ou inclinação pessoal – talvez, assim como no OmeleTV, para construir a identidade de cada uma junto à audiência. Em determinado momento, por exemplo, Carol Moreira interrompe a fala da Aline Diniz com a fala: "Para tudo: qual profissão vocês escolheriam na cadeia?". No decorrer do vídeo, este recurso de questionar as outras apresentadoras é repetido em mais quatro situações, para direcionar o assunto da conversa. Moreira pergunta: "E vocês apoiariam se seu marido resolvesse trocar de sexo?"; "O que vocês fariam na prisão para passar o tempo?"; "Qual seria o primeiro livro que você iria ler?"; "Na cadeia você ia 'lesbianar'? De quanto tempo precisaria?". Além de mediar o andamento do programa, Moreira também é responsável pela edição de todos os vídeos do Bloco X – exceto nos que foram filmados enquanto ela estava de férias –, o que demonstra um controle absoluto sobre o produto final apresentado aos espectadores.

Aline Diniz, como editora de televisão do site, ajuda a contextualizar a série ao público. Ela conta que o programa é autoria de Jenji Kohan, mesma criadora do seriado *Weeds*, e que a série é baseada na autobiografia de Piper Kerman. Natália Bridi, que na época escrevia para a seção de cinema do site Omelete, contextualiza a temática 'mulheres na prisão', contando que esta era comum em filmes *noir* dos anos 1960, mas era construída como um fetiche para o olhar masculino. "Mas essa [série] não é uma visão dos homens matando a sua curiosidade da cadeia feminina ou de um lesbianismo voltado para homens. Ali [em *Orange is the New Black*] é meio a real mesmo", justifica

[100] Disponível em <http://migre.me/wa6gu>. Acesso: 4 mar. 2017.

Bridi. Míriam Castro, talvez por uma timidez aparente, limita-se a responder somente quando é questionada ou com um pequeno comentário sobre alguma fala iniciada por Carol ou Aline.

A contradição por parte das apresentadoras sobre os valores de igualdade de direitos entre homens e mulheres e o estereótipo do gênero feminino, propagado através de gerações, como aquele que inspira cuidados (ambas características foram citadas no Capítulo 1, onde discorremos sobre algumas teorias feministas), já fica exposta desde este primeiro vídeo. Ressaltamos um momento específico da conversa, no qual Aline Diniz, mesmo inserida na proposta do programa de falar sobre mulheres fortes, através de um ponto de vista 'empoderado', deixa transparecer uma visão ainda pautada no lugar-comum sobre o assunto – da mulher em posição servil em relação ao homem. Ainda tecendo comentários sobre a série, as apresentadoras comentam a participação do ator Jason Biggs, protagonista do filme de comédia *American Pie*, que, assim como no longa-metragem, aparece se masturbando em cena. Diniz, então, declara:

> Aline Diniz: Eu achei muito legal que ele está fazendo aquilo porque mostra que ele sente falta da mulher dele como **objeto sexual** dentro de casa, né?

Um detalhe interessante sobre este primeiro vídeo é que, logo de cara, as apresentadoras não parecem se preocupar em utilizar um vocabulário formal ou mesmo socialmente aceitável para todas as faixas etárias de público, e, por repetidas vezes, utilizam de termos e expressões vulgares como 'punheta', 'boquete', 'pintos' e 'dar a bunda'. Além disso, elas passeiam com naturalidade na discussão sobre temas tradicionalmente considerados tabus, como: a personagem transexual da série, a quem Carol Moreira se refere como "incrível" e sobre quem Aline Diniz louva a atitude de "dar oportunidade para pessoas que normalmente não teriam espaço dentro da série"; a segregação nas cadeias, onde mulheres brancas, negras, latinas e idosas andam somente com outras pertencentes ao seu 'nicho'; e a orientação sexual das próprias apresentadoras, quando comentam a possibilidade de 'lesbianar' na cadeia. Sobre esta última, Carol pergunta às demais:

> Carol Moreira: Na cadeia você ia lesbianar? De quanto tempo precisaria?
>
> Aline Diniz: Olha, eu não tenho muitas necessidades não.
>
> Carol Moreira: Você ia ficar para sempre sem? Tranquilamente?
>
> Aline Diniz: De boa.

> Carol Moreira: E você, Natália?
>
> Natália Bridi: Se fosse aquela que veio de *American Pie* [Natasha Lyonne, que interpreta a personagem Nicky] tipo: não, né? (Risos) Depende da amiga, tem casos que eu prefiro pegar uma mulher do que um cara nojento.
>
> Míriam Castro: Eu posso falar de agora. Eu acho que agora eu não ia ficar com ninguém, mas sei lá se lá ia acontecer alguma coisa...
>
> Aline Diniz: E você, Carol?
>
> Carol Moreira: Eu acho que em uns três meses eu já estava pegando geral (Risos). Se eu tivesse com meu devido noivo, aí não. Mas se eu tivesse solteira? Puts, nem três meses!

Além de aparecer como a figura de principal apresentadora e mediadora do bate-papo, Carol Moreira assume também o papel de pessoa sem vergonhas, livre de preconceitos e que está ali para tentar desmistificar algumas ideais das demais garotas que participam do programa.

3.2.2. *Garganta Profunda* e pornografia! | Bloco X (14/09/2013)

O tema deste segundo episódio é o filme pornô *Garganta Profunda*, de 1972, estrelado pela atriz Linda Lovelace. A escolha foi motivada pelo lançamento do longa-metragem *Lovelace*, que conta a trajetória da atriz enquanto defensora da libertação sexual feminina e, posteriormente, como ativista contra a indústria de filmes pornô.

No início do vídeo, Carol Moreira cumprimenta a audiência, apresenta o tema do dia e conta que as mediadoras vieram caracterizadas de acordo com a moda dos anos 1970, “época do amor livre e época em que o *Garganta Profunda* foi feito”, em suas palavras – o figurino, no entanto, demonstra certo improviso, como é possível constatar na Figura 10.

Figura 10. Frame das apresentadoras Carol Moreira, Míriam Castro, Aline Diniz e Natália Bridi no episódio *Garganta Profunda* e pornografia! | Bloco X. (Fonte: http://migre.me/w7i0u. Acesso: 4 mar. 2017).

Natália Bridi conta que todas elas assistiram ao filme, mas ressalta, diversas vezes, que não o fizeram juntas. Míriam é a designada para resumir o mote do filme.

> Míriam Castro: No filme ela [Linda Lovelace] é uma menina que gosta de sexo, mas que nunca encontrou sinos tocando, barragens se rompendo e bombas explodindo...
>
> Carol Moreira: Ela nunca gozou.
>
> Natália Bridi: Ela sente tipo uns tremores, uns arrepios...
>
> Míriam Castro: Daí ela vai ao médico e descobre que o clitóris dela, na verdade, fica na garganta, no fundo da garganta...
>
> Carol Moreira: E aí ele dá uma sugestão de tratamento, que é?
>
> Míriam Castro: A garganta profunda...
>
> Carol Moreira: Que é?
>
> Míriam Castro: Você engolir, engolir, engolir até não caber mais...
>
> Carol Moreira: O quê? (Risos)
>
> Míriam Castro: Pintos!

Conforme evidenciado pelo diálogo, Carol Moreira é a responsável, no vídeo, por desmistificar o sexo e tornar natural o tema a um público nerd/geek o qual não está acostumado a assistir a meninas ou a qualquer outro apresentador do site falando sobre sexo abertamente. As apresentadoras discorrem, por quase dois minutos de vídeo – usando termos vulgares –, sobre a garganta profunda, técnica sexual a qual Moreira define como “uma capacidade incrível que nem toda mulher tem”.

A constante afirmação de que elas pesquisaram sobre o assunto oferece certa credibilidade às apresentadoras e ao programa e reforça a questão da autoridade do jornalista como aquele que garante a legitimidade ao falar sobre um assunto. Além de explicar a técnica em si, as apresentadoras contextualizam o filme historicamente como o primeiro pornô que oferecia uma narrativa além de somente um conjunto de cenas de sexo aleatórias e ressaltam que foi a primeira produção em que se tem uma mulher em busca do seu prazer.

Algumas questões são feitas por Carol Moreira, porém, desta vez elas não se alongam nas respostas. Moreira pergunta, por exemplo, se as demais apresentadoras acham que meninas assistem a filmes pornô, e Natália Bridi é sucinta ao defender que sim, já que "quando tu começas a entrar na puberdade, tu tens tanta curiosidade quanto os meninos". Em seguida, Moreira questiona se todos os homens assistem a filmes pornô, e Aline Diniz volta a apresentar uma opinião marcada por estereótipos e preconceitos: "eles têm uma necessidade maior do que a das mulheres, né? É fisiológica". Carol logo muda de assunto, para frisar que o filme veio em um contexto onde a sociedade começou a reconhecer que as mulheres poderiam sim ter prazer. "Os conservadores achavam absurdo que ela buscava o prazer pelo clitóris, já que havia a ideia de que prazer sexual só acontecia com penetração", diz Moreira em determinado momento, reforçando o seu posicionamento enquanto mulher empoderada e dona de si.

Ao fim do vídeo, Aline Diniz convoca as leitoras do Omelete a participar do debate. Olhando diretamente para a câmera, que está especialmente em primeiro plano (PP), ela questiona: "E vocês meninas, o que acham do pornô? Vocês assistem? Já assistiram? Sabem fazer alguma coisa diferente? Acha que é uma coisa só de homem? Conta pra a gente aqui nos comentários". Os vídeos do Bloco X são todos filmados em plano americano (PA), de modo que todas as apresentadoras são enquadradas ao mesmo tempo, assim como o espaço onde elas estão. O primeiro plano aparece em alguns momentos do vídeo, onde é necessário demonstrar uma maior proximidade das apresentadoras com a audiência, geralmente quando elas falam diretamente para o público, utilizando a segunda pessoa do singular ou a segunda pessoa do plural – às vezes até apontando o dedo para a câmara, a fim de ressaltar que o recado está sendo direcionado diretamente à audiência.

3.2.3. O pornô brega e burro de *50 Tons de Cinza* | Bloco X (01/10/2013)

No episódio "O pornô brega e burro de *50 Tons de Cinza*", Carol Moreira ressalta mais uma vez, para refutar qualquer eventual dúvida, o seu papel de mediadora central do Bloco X. Responsável pela primeira fala do episódio, o conteúdo programático deste é trazido ainda no início do vídeo: o livro *Cinquenta Tons de Cinza*. Escrita por Erika Leonard James e publicada em 2011, a narrativa faz parte de uma trilogia composta ainda por *Cinquenta Tons Mais Escuros* e *Cinquenta Tons de Liberdade*, ambos lançados em 2012.

Originalmente, a história era apenas uma *fanfic*[101] em homenagem à saga *Crepúsculo*, com os protagonistas Edward Cullen e Bella Swan, escritos por Stephenie Meyer, mas, após considerável sucesso entre os fãs, a narrativa de James foi disputada por editoras literárias. *Cinquenta Tons de Cinza* e os demais livros da trilogia contam a história de Anastasia Steele, uma jovem virgem de 21 anos, que, após entrevistar o empresário Christian Grey para o jornal da faculdade, passa a ter um relacionamento controverso com o magnata. A trama desenrola-se em meio a estereótipos como 'a menina inocente que busca o amor e pode regenerar o seu amado' e 'o homem rico que pode ser salvo pelo sentimento' - tudo em meio ao mundo do sadomasoquismo, sadismo e masoquismo.

Situado o conteúdo trazido no vídeo, Carol Moreira vale-se da ironia para classificar *Cinquenta Tons de Cinza* como "o livro que toda mulher deveria ler", diz ela, que continua - com a ajuda das outras - "só que não! ". As razões para que o livro seja assim recebido pelas meninas são diversas, e elas fazem questão de explorar as principais. A primeira delas, ainda segundo Moreira, é o fato de uma menina virgem aos 21 anos decidir ter a sua primeira vez com um "cara que a leva para uma sala vermelha da dor" (menção ao quarto com diversos brinquedos sexuais e masoquistas, onde, nos livros, Grey leva as suas parceiras sexuais). As integrantes do Bloco X citam ainda o fato de que Grey tenta fazer com que Anastasia assine um contrato conforme o qual, para transar com ele, ela tem que "seguir uma lista do que comer, vestir, quantas horas de sono precisa ter e que ela precisa estar sempre limpa e depilada", adianta Moreira, em tom de indignação. Moreira faz questão de ressaltar que leu os três livros da série –

[101] Narrativas ficcionais escritas e divulgadas por fãs em blogs, sites de redes sociais, repositórios online e outras páginas diversas, nas quais os consumidores-escritores apropriam-se de personagens e de enredos provenientes de produtos midiáticos como filmes, séries de televisão, histórias em quadrinhos, videogames, etc, para criar suas próprias histórias, sem que haja a intenção de infringir direitos autorais ou de obter lucros.

mesmo que as três demais apresentadoras não o tenham feito –, para reforçar seu entendimento e sua legitimidade para falar sobre o assunto, além de passar a impressão de que tem algo a ensinar à audiência.

As apresentadoras continuam usando, de maneira explicitamente natural, termos considerados vulgares, como ‘dar’, ‘foder’ e ‘boquete’, pois parecem não querer entrar numa discussão burocrática ou fundamentada em qualquer vertente feminista, mas sim debater, com termos acessíveis ao público, sobre o quão abusiva é a relação entre os dois protagonistas da série literária e cinematográfica. Em diversos momentos, elas fazem questão de frisar que não criticam o desejo da personagem feminina de manter relações sexuais com o seu parceiro de gosto duvidoso, mas sim o fato de que ela se abstém de seus próprios desejos em prol da satisfação absoluta dele. “O livro é triste, porque ela é submissa a ele pela insegurança. Ela acha que ele é foda e se sente honrada por estar dando prazer para ele. Isso me deixa triste, porque as meninas vão ler isso e achar normal”, diz Moreira em determinado momento.

Para ilustrar as situações retratadas no livro, Moreira propõe uma leitura – cheia de caras e bocas e com forte ironia – de uma passagem do livro onde Anastasia faz sexo oral pela primeira vez.

> Carol Moreira: “Eu me abaixo e o enfio na boca. Ele geme de novo. Minha deusa interior está elétrica. Posso fazer isso, posso fodê-lo com a boca”
>
> Aline Diniz: “‘Ai, que gostoso’ murmura. Chupo com mais força a cabeça do seu pau impressionante”
>
> Míriam Castro: “Minha língua gira em torno da cabeça. Ele é como um pirulito sabor Christian Grey. Só meu, e de mais ninguém”
>
> Natália Bridi: “Anastasia, vou gozar na sua boca”. “Se eu estou ofegante é um sinal de alerta”. “Se não quiser que eu goze pare agora”. “Minha deusa interior está dançando merengue com passos de salsa”.

Vale a observação de que ocorre um fenômeno interessante durante a discussão sobre a trama. Apesar do episódio ser centrado no filme e no livro, o debate sobre as obras fica em segundo plano, à medida que a ideia de ‘passar uma mensagem’ à audiência torna-se o foco. Isto é, as apresentadoras alertam diretamente o público feminino do Bloco X para que as espectadoras não aceitem relacionamentos abusivo ou se submetam à vontade de outrem acima da sua própria. Obstinadas a estabelecer um contato direto com as telespectadoras, em diversos momentos as apresentadoras mandam recados do tipo: “Amiga, faça o que você quiser, mas não faça porque algum

babaca quer"; "Amiga, você é muito mais do que isso!"; ou "Você pode gostar de sexo, ser sadomasoquista, você pode fazer o que você quiser, ninguém vai te julgar. O problema é você deixar de cumprir as suas vontades por causa de um babaca que está de obrigando".

Mesmo com tantos recados de autoafirmação, o tom da conversa muda quando o assunto é ir ou não assistir ao filme em uma sala de cinema. Natália Bridi diz que "teria muita vergonha" de assistir o longa em público", afirmação sobre a qual Carol Moreira pergunta: "será que esse filme não pode ser uma revolução que nem foi o *Garganta Profunda*?". Aline Diniz concorda, mas emenda em seguida que "ninguém tem vergonha de andar com o livro no meio da rua, tem menina lendo no metrô", dando a entender que a leitura de um livro com algum teor sexual, por uma garota, em público, ainda é condenável. Ela concorda com Bridi e diz que não vai assistir ao filme nos cinemas, "me desculpa, mas não consigo", ao que Carol Moreira responde: "Ah, eu não tenho problema nenhum em ver".

Como o Bloco X é um programa que se pauta também pela opinião das apresentadoras, é normal que elas exponham certas divergências em seus pontos de vista. Porém, alguns destes posicionamentos, tomados principalmente por Aline Diniz, destoam da tônica que o Bloco X propõe no seu primeiro episódio: ser um produto do Omelete direcionado ao público feminino do site e que fale com naturalidade de assuntos tabu e expressem um olhar feminino sobre os produtos da cultura pop, com um tom que destoe do recatado. Nesta observação de Natalia Bridi e Aline Diniz sobre "ter vergonha" de assistir a um *soft porn* no cinema contradiz o discurso trabalhado ao longo deste vídeo e daquele analisado no item anterior (3.2.2), sobre o filme *Garganta Profunda*, no qual, por diversas vezes, as apresentadoras postulam sobre liberdade sexual, a busca do prazer feminino e a desmistificação do sexo por parte das mulheres.

Essa contradição demonstra certo amadorismo e 'improviso' das apresentadoras ao falar sobre assuntos da causa feminista. Há a pesquisa sobre os produtos da cultura pop que elas citam no vídeo, porém existe um descompromisso – talvez até intencionalmente, para criar a impressão de proximidade com a audiência e um clima de bate-papo entre amigas –, na exposição das opiniões vigentes.

3.2.4. Só tem mulherão neste... BLOCO X (09/10/2013)

Neste vídeo específico, a pluralidade do nicho nerd/geek é explorada de maneira quase que completa, de acordo com a editoria de cada uma das apresentadoras no site,

com exceção de Carol Moreira, que trabalhava na edição de vídeos: Aline Diniz escreve sobre televisão; Natália Bridi, sobre cinema; e Míriam Castro, sobre games e cultura oriental em geral. Elas citam programas de TV, filmes em longa-metragem, animes, artistas da música e até a apresentadora brasileira Palmirinha. Neste episódio, as apresentadoras se propõem a discorrer sobre as "mulheres mais 'fodas' da cultura pop", segundo Moreira, para 'aliviar' já que na semana anterior (com o vídeo sobre *Cinquenta Tons de Cinza*), elas falaram de umas meninas mais "*boring*[102], bobas e mongas". Essa é a primeira vez em que elas comentam um episódio anterior como gancho para o tema do dia, o que faz com que uma temporalidade seja estabelecida para o espectador, que pode perceber a regularidade da publicação dos vídeos do Bloco X no canal do Omelete. É importante salientar que este é o quinto episódio do programa, portanto é compreensível que, por estar em uma fase de testes e de adequações, novas características que não apareceram nas análises anteriores vão surgindo e moldando o formato do Bloco X no decorrer da sua existência.

Neste vídeo, a sensação de que a audiência e as mediadoras partilham de um mesmo repertório e fazem parte de uma mesma comunidade de consumo fica ainda mais perceptível. As apresentadoras citam, de maneira superficial e em formato de lista, diversas personagens femininas da cultura pop que elas acreditam fazer parte da pauta estabelecida no início do programa. Após a apresentação de cada personagem, elas relatam uma breve justificativa sobre a escolha e tecem alguns comentários sobre a figura destacada, mas nunca de maneira aprofundada.

"Vamos começar com a mulher foda dos Games, a Lara Croft - na verdade, a gente sabe que tem outras várias e aqui nos comentários você pode colocar o que você acha, se você concorda ou discorda e, até 'xingar' a nossa mãe", diz Carol Moreira no início do vídeo, reforçando o caráter participativo da discussão e a importância da opinião do espectador para a manutenção do conteúdo dos vídeos. Este hábito de convocar a audiência a participar da conversa está presente em todos os vídeos do canal Omeleteve, desde a criação do programa OmeleTV, em 2008: ao final de todos os vídeos, o apresentador solicita que o espectador deixe a sua opinião sobre o que foi dito no programa na seção dedicada aos comentários.

As personagens mencionadas pelas apresentadoras neste episódio, no formato de lista, são: Lara Croft, a personagem de videogame a quem Castro se refere como "uma

[102] Chatas ou entediantes, em tradução livre.

indiana Jones de saias", que é herdeira, e "podia ser super esnobe, ser patricinha, fazer compras, mas preferiu ir explorar"; Daenerys Targaryen, do seriado *Game of Thrones*, porque "essa mulher sofreu, viu? Puta merda"; Madonna, artista que, mesmo não sendo propriamente uma personagem, também é lembrada – Natalia Bridi justifica a escolha por ela "ser uma persona, ela é maior do que ela mesma", que, sem ela, não existiriam artistas como Miley Cyrus, Katy Perry ou Lady Gaga. Um detalhe interessante na fala de Bridi sobre a cantora é que ela relembra o casamento de Madonna com o ator Sean Penn e o motivo de separação dos dois. Segundo a apresentadora, "parece que ela levou uns cacete do Sean Penn", ao que Aline Diniz completa: "levou umas tapinhas". Bridi continua: "ele bebia para caralho, ela também pegava umas meninas... Era um relacionamento conturbado", novamente entrando em consonância com um lugar-comum do discurso acerca das mulheres, diminuindo e justificando a suposta agressão sofrida pela cantora.

Ainda que características como independência e fuga dos padrões socialmente estabelecidos sejam louvadas, por diversas vezes durante o vídeo – além desta citada acima –, os relacionamentos amorosos das personagens que são citadas são trazidos à tona e, acima de tudo, são tratadas questões relacionadas à aparência dessas personagens, elogiando aspectos que reforçam um padrão de beleza esperado às mulheres e alimentam o estereótipo de que a aparência é sempre pauta em uma roda de conversa feminina. Sobre Lara Croft, são mencionadas a "trança que está linda o tempo todo" e "os "peitinhos sempre para cima, sustentados por um sutiã invisível"; já da personagem Mulher-Gato é comentada a roupa de couro colada ao corpo que "não faz sentido para os movimentos de luta que ela realiza", "uma fantasia mara", fato ao qual Moreira brinca: "gente, é para distrair o inimigo"; sobre Ripley, protagonista da franquia Alien, elas ressaltam que a personagem não é "toda linda e malhada como a Lara Croft" e passa boa parte do filme somente de calcinha.

O restante das menções acontece de maneira despreocupada, somente listando as personagens que as apresentadoras acham que tem relevância, mas sem entrar em detalhes sobre as histórias em que estão inseridas, o que pressupõe que apenas o nome vai remeter a audiência àquele contexto – ou seja, os espectadores possuem repertório sobre o que é apresentado, sem que as apresentadoras tenham que esmiuçar os produtos expostos. O texto é atrelado a fotos ou a vídeos que fazem uma associação imagética ao que é trazido de maneira verbal. As apresentadoras listam

> Natália Bridi: No *Lobo Solitário* tem a liga das ninjas mulheres, é muito foda, tem várias personagens femininas muito boas nos filmes do Lobo Solitário.
>
> Carol Moreira: Outra mulher ninja foda é 'A Noiva', do *Kill Bill*! A japinha que luta com ela também... outra vingativa ótima é a Lisbeth d'*O*s *Homens que não Amavam as Mulheres*. Não quero dar spoiler mas ela fode com a vida do cara.
>
> Aline Diniz: Tem a Nikita, que virou série, filme... tem a Trinity da trilogia *Matrix* que é uma grande mulher que apoiou o escolhido e também usa courinho.
>
> Natália Bridi: Tem a Princesa Leia que é foda. Ela que começa tudo, ela toma atitude, ela luta.
>
> Míriam Castro: Nos games tem a B8 do *Final Fantasy 9*, que derrota equipes inteiras sozinhas.
>
> Carol Moreira: Tem a Katniss Everdeen de *Jogos Vorazes*, que arrasa.
>
> Aline Diniz: Tem a Hit Girl, que além de mulher é uma criança! Ela é uma menininha!
>
> Carol Moreira: E tem a Sarah Connor do *Exterminador do Futuro*. Ela é a mãe do escolhido, caralho!
>
> Natália Bridi: E para terminar tem a Palmirinha. Ela é muito foda, já esteve em todas as emissoras e continua trabalhando. Ela foi largada pelo marido e teve que sustentar as filhas sozinhas, foi lá e se virou.

No fim do vídeo, Carol Moreira volta a convocar a audiência e pede para que os espectadores participem do debate: "escreva aí nos comentários quem você acha que a gente deixou de falar, quem você concorda, quem você discorda, quais são as mulheres mais fodas da cultura pop? ".

3.2.5. Problemas femininos no apocalipse neste... BLOCO X! (20/09/2013)

Neste vídeo, Carol Moreira saúda a audiência e anuncia que, durante o episódio, as apresentadoras irão responder a uma mensagem enviada por uma espectadora que assistiu ao "bloco que nós fizemos sobre *Orange is The New Black* e ficou se perguntando como seria para nós, mulheres, ficar sem algumas regalias como, por exemplo, absorvente". É importante ressaltar que neste episódio, em especial, as três apresentadoras usam dos pronomes "nós" e "a gente" se referindo não aos espectadores do Omelete em geral, mas ao público feminino do site.

Para ambientar a discussão sobre um hipotético cenário de catástrofe, elas imaginam o que fariam em um apocalipse zumbi ou em um apocalipse "vampiresco" –

tanto zumbis quanto vampiros são criaturas de presença frequente nos produtos derivados da cultura pop e, na época em que o vídeo foi filmado, a série televisiva e de histórias em quadrinhos *The Walking Dead*, sobre zumbis, e as séries de TV *The Vampire Diaries* e *True Blood*, sobre vampiros, eram pauta constante nos vídeos do canal.

As apresentadoras usam de opiniões pessoais e de histórias da vida delas – inclusive alguns detalhes bastante íntimos – para contar o que fariam caso estivessem no quadro de calamidade imaginado. Como, por exemplo, quando se questionam sobre o que fariam quando acabasse o estoque de absorventes da cidade.

> Carol Moreira: A produção vai acabar em algum momento, e a gente não vai conseguir mais ter acesso.
>
> Aline Diniz: A gente vai ter que voltar à época das nossas mães, que usavam uma toalhinha como absorvente – que a gente vai ter que lavar na mão.
>
> Míriam Castro: Nossas mães não, muito antes das nossas mães!
>
> Aline Diniz: A minha mãe ainda era assim porque ela não tinha dinheiro para comprar o descartável e aí usava a toalhinha.
>
> Natália Bridi: E onde você vai lavar a toalhinha?
>
> Míriam Castro: Sim, porque a pouca água que você encontrar, você vai beber. Não vai gastar lavando sangue.
>
> Natália Bridi: Nossa, é muito nojento ser mulher no apocalipse zumbi.
>
> Aline Diniz: E não é só isso, né? Não tem anticoncepcional, não tem camisinha, remédio de cólica, remédio para dor de cabeça...

Para contextualizar o tema apocalipse/catástrofe, elas citam alguns exemplos de filmes e de séries de televisão onde a situação acontece. Natália Bridi conta que em *Despertar dos Mortos*, filme de 1978 do diretor George A. Romero, os habitantes da cidade vão para um shopping abastecer o estoque do que precisam. Aline Diniz pergunta: “mas o estoque é limitado, né?”; e Bridi responde que “o estoque é limitado, e depois elas têm que sair de lá, porque, além dos zumbis, você precisa enfrentar as outras mulheres que querem seus cosméticos”, fugindo da ideologia proposta pelo Bloco X e reforçando o estereótipo de que as mulheres se preocupam tanto com a aparência que, até mesmo em um apocalipse zumbi, a ideia de ficarem privadas de cosméticos seria um problema. Carol Moreira reforça esta noção.

> Carol Moreira: Sabe o que eu estava pensando e fiquei mais triste? Não vai ter maquiagem. Tudo bem que é meio fútil você querer se maquiar num apocalipse zumbi mas...
>
> Aline Diniz: Não tem nem roupa! Você tem tipo cinco roupas que você pode misturar.
>
> Natália Bridi: Tem a Michonne [personagem de *The Walking Dead*]. A Michonne usa uma roupa só.
>
> Aline Diniz: Não só no apocalipse zumbi, mas se você ficar perdido numa ilha, tipo náufrago *style*, como que você faz? Tipo *Lost*.
>
> Natália Bridi: Mas em *Lost* ainda tinha a mágica da ilha que fazia a sobrancelha, deixava a perninha depilada.
>
> Aline Diniz: A diferença de *Lost* é que caiu o avião junto e junto com o avião caíram malas.
>
> Carol Moreira: Caíram pinças...
>
> Aline Diniz: Caíram tesourinhas... no *Náufrago* caiu o cara, ele está sozinho. Tanto que ele volta com uma senhora barba.
>
> Natália Bridi: Volta magro também, né? É uma dieta ótima.
>
> Míriam Castro: O Tom Hanks voltou barbudão e ninguém ligou, mas imagina agora volta uma mina bigoduda. Ninguém ia querer catar essa mina com pelo no sovaco.

Neste e nos demais vídeos do Bloco X, a conversa não é filmada de forma contínua, apesar de a edição não cortar erros de gravação nem outras situações semelhantes. Há um corte discreto, com uma vinheta cor de rosa, que separa os tópicos da conversa, ou a cena é passada rapidamente para o lado, dando lugar ao novo take – ambas as situações contam com efeito sonoro. Neste episódio, por exemplo, há cortes, após a fala de Aline Diniz sobre o absorvente feito de toalhinha; depois volta à discussão sobre onde lavar a toalha; depois um corte marca o retorno para a discussão de Natália Bridi sobre o filme *Despertar dos Mortos*, e as apresentadoras falam de *Lost* e *Náufrago*.

Ao fim do episódio, talvez por este ter sido pautado já sobre uma pergunta de espectador, não há o tradicional pedido para que a audiência comente o assunto trazido ou conte as suas experiências.

3.2.6. As melhores *Catfights* do cinema neste BLOCO X! (05/02/2014)

Este vídeo é um exemplo pertinente sobre a participação ativa que o telespectador do Bloco X exerce na formulação do programa. Logo de início, Carol

Moreira fala, com o olhar direcionado à câmera, portanto, à audiência, e diz que o conteúdo a ser tratado no episódio foi recomendado por um telespectador. Além de ilustrar o diálogo entre as esferas da produção e da recepção, este vídeo evidencia que, apesar do quadro ser apresentado por mulheres, elas não levantam bandeiras ideológicas ou tentam doutrinar sobre qualquer vertente feminista. Tanto que o tema acatado pelas integrantes são "As melhores *Cat Fights* do cinema": termo[103] é utilizado para retratar situações em que duas mulheres se envolvem numa briga com agressão física, e retrata um teor machista, já que, conforme será analisado pelas apresentadoras, a maioria das cenas é do "tipo besta, sensual", segundo Bridi.

Neste contexto, Natália Bridi fala sobre a personagem interpretada pela atriz Pam Grier no filme *Coffy: Em Busca da Vingança*, de 1973. De acordo com Bridi, "ela dá um empurrão na mulher, abre o vestido, fica lá os 'peitão'. Aí ela dá um empurrão, a blusa da outra abre", o que torna evidente a forma através da qual, pelo menos durante um longo período, os conflitos femininos foram retratados na sétima arte. Por outro lado, é válida a observação de que as próprias apresentadoras costumam rir ou falar de forma irônica quando a edição inclui as imagens das brigas. Isto é, elas não se pautam em uma discussão aprofundada sobre o "machismo no cinema", por exemplo, mas tratam o tópico de forma desinteressada. Comportamento similar é percebido quando Bridi fala do filme *Pussycat Kill Kill*, de 1965 – segundo ela, um longa que conta a história de "três *strippers* que fogem para o deserto para ter mais emoção da vida" – e, apesar de reconhecer que o corpo da mulher é explorado, afirma que a "chefona" das *strippers* é uma "mulher fodona, super forte", como se isso justificasse ou atenuasse a gravidade da objetificação do corpo feminino.

Pode-se concluir, disto, que as apresentadoras pretendem não restringir seu público apenas a mulheres, e, evitando comentários críticos sobre a discriminação nas produções audiovisuais, acabam atingindo seu objetivo. Não que as integrantes do programa compactuam com o preconceito de gênero – o trejeito irônico com que falam sobre determinado filme refuta esse possível pensamento –, mas é notório que elas se "divertem" na abordagem sobre o tema e, assim, evitam críticas masculinas.

À parte disso, assim como em outros episódios do Bloco X, as apresentadoras não se limitam a temas exclusivamente do nicho nerd/geek ou da cultura pop, e citam a briga das personagens Maria do Carmo e Nazaré na telenovela brasileira *Senhora do*

---

[103] "Luta entre gatas", em tradução livre.

Destino, da TV Globo, como exemplo do conteúdo abordado. Contudo, quando saem do nicho cultura pop internacional e falam sobre o embate, exibido em um canal de televisão aberto e nacional, as apresentadoras mostram que estão em "território desconhecido", e até mesmo Aline Diniz, que é a responsável por falar de televisão, não sabe destrinchar o que aconteceu na produção

> Carol Moreira: A Nazaré joga a Maria do Carmo da escada?
>
> Aline Diniz: Eu acho que sim.
>
> Natália Bridi: Ela não joga o marido da escada?
>
> Míriam Castro: O marido e uma mulher lá que ia denunciar ela.

A abordagem da cena ressalta novamente a conexão entre os telespectadores e o programa. Isso porque Bridi conta que elas decidiram colocar a briga das personagens interpretadas por Susana Vieira e Renata Sorrah, respectivamente, devido a pedidos da audiência. "Todo mundo falou que a gente esqueceu da Nazaré no episódio das vilãs. A gente pode falar agora, neste das brigas, por causa da briga dela com Susana Vieira", aponta Bridi. Com o fortalecimento dessa ligação, os telespectadores podem se sentir integrados ao programa e atender de forma ainda mais constante aos pedidos de participação.

As apresentadoras deixam perceptível ainda o notório entendimento quando falam sobre aquilo a que se propõe o Bloco X – produtos da cultura pop. Ao abordarem o filme *O Tigre e o Dragão*, Moreira informa que a protagonista, interpretada por Michelle Yeoh, operou o joelho no início das gravações, fato que retardou as cenas de luta, pois ela tinha que se recuperar. Bridi, acentuando o caráter informacional do Bloco X o qual nos fez aproximá-lo ao gênero jornalístico, fala sobre o aspecto técnico da cena da briga: "a cena é coreografada. Não só os movimentos, como a câmera que acompanha as duas". As interjeições passam credibilidade às apresentadoras e tornam-nas, aos olhos do telespectador, fontes credíveis.

Outro aspecto novamente evidenciado no Bloco X a partir deste vídeo é o momento 'diálogo entre amigas' que, por vezes, faz parte do ambiente. Tanto que Carol Moreira, após a apresentação das "melhores *Cat Fights*", pergunta para as outras apresentadoras: "A pergunta que não quer calar: vocês já estiveram numa *catfight*?". Aline Diniz e Natália Bridi relembram momentos de brigas na infância, enquanto Míriam diz que não lembra de ter protagonizado nenhuma. Moreira, então conta a sua experiência:

> Carol Moreira: Eu tenho uma história, mas na verdade a menina queria bater em mim quando ela roubou meu namorado. Roubou não, porque ele se deixou ser roubado, né? Eu tinha tipo 15 anos, por aí, e ela veio querer bater em mim. Só que ela tava muito nervosa, e a galera ficou tentando segurar ela, e eu estava solta. Aí eu fiquei rindo da cara dela, e tive a brilhante ideia de tacar um sapato na cara dela. E a minha mira é péssima, mas nesse dia a sorte estava ao meu lado! Eu peguei meu tamanco e acertei na cara dela, na testa. A galera que estava segurando ela começou a rir e eu virei e fui embora para casa.

O interesse em compartilhar experiências e opiniões pessoais continua - novamente para aproximar o telespectador e garantir sua audiência e sentimento de integração - quando Moreira pergunta duas coisas, quase em sequência: "Que técnicas vocês usariam? Pelo visto eu gosto de 'tacar' objetos"; "Entre nós quatro quem vocês acham que iria ganhar?". Acerca deste último questionamento, Bridi acaba por reforçar o estereótipo da mulher como "mãe por instinto". "A Aline quebraria todo mundo. Quando ela tiver filhos, e algum deles estiver em perigo, Aline vai levantar carro", fala, aos risos.

A maioria elege Aline Diniz como a vencedora em potencial nas supostas brigas, mas Carol Moreira, no papel de mediadora, solicita mais uma vez a audiência: "Comentem aí quem vocês acham que iria ganhar. Até semana que vem. Beijo".

3.2.7. As mulheres em *Game of Thrones* neste... BLOCO X! (30/04/2014)

Neste vídeo, as apresentadoras voltam a trabalhar com um determinado produto específico da cultura pop, o seriado *Game of Thrones*, do canal a cabo premium HBO. A série é baseada na saga literária chamada *As Crônicas de Gelo e Fogo*, do escritor George R. R. Martin. Para nortear a conversa, o tema escolhido foi 'As Mulheres em *Game of Thrones*', reforçando o caráter de atualidade adotado pelo canal para a seleção do assunto retratado, já que, na época em que o vídeo foi divulgado, uma polêmica acerca da representação feminina na série estava tomando conta da internet, após a exibição de uma controversa cena de estupro[104], cujo teor foi diferente daquele apresentado nos livros. No episódio, que não conta com a participação de Natália Bridi, por motivos pessoais, as apresentadoras pressupõem que a audiência também compartilha do conhecimento que é apresentado, e chegam a avisar que se o espectador não estiver atualizado com os episódios televisivos de *Game of Thrones*, que assista à série e depois retorne para assistir ao vídeo. A primeira pessoa do plural também é

[104] "Estupro em "Game of Thrones" causa polêmica; atriz diz que amou cena", do site Uol. Disponível em: <http://migre.me/waXM6>. Acesso: 4 mar. 2017.

utilizada com frequência, como por exemplo quando Carol contextualiza o debate e fala: “recentemente aconteceu o estupro da Cersei Lannister, pelo Jaime Lannister que, **como nós sabemos**, é o irmão dela”.

A partir de 2014, o Bloco X passa a ser filmado em um cenário diferente do ambiente onde é gravado o OmeleTV, principal atração do canal, comandada pelos integrantes da primeira formação do site (Marcelo Forlani, Érico Borgo e Marcelo Hessel), o que demonstra um certo reconhecimento e notoriedade do programa em relação ao canal Omeleteve e reforça uma diferenciação e independência deste em relação aos demais, já que, antes, o espaço era compartilhado pelos dois programas. A Figura 11 ilustra o cenário utilizado para as gravações do OmeleTV.

Figura 11. Cenário onde Érico Borgo, Marcelo Hessel e Marcelo Forlani apresentam o quadro OmeleTV, em 2014. (Fonte: http://migre.me/waXX2. Acesso: 4 mar. 2017).

Podem-se notar as diferenças em relação à ambientação do Bloco X: em uma sala de parede branca, com figuras da cultura pop, feitas em papelão e em tamanho real (com ilustrações dos personagens Darth Vader, Batman, Viúva Negra, Spock, Homem Aranha e Tony Stark), as apresentadoras se dividem entre um sofá marrom de três lugares e uma poltrona branca, reservada à Carol Moreira, afirmando a sua figura de mediadora do programa. Uma mesinha é colocada entre Moreira e as demais participantes, onde objetos que fazem referência ao assunto do dia são distribuídos junto a outras figuras relacionadas ao nicho da cultura pop. Neste episódio, especificamente, o livro *A Dança dos Dragões*, quinto volume da saga *As Crônicas de Gelo e Fogo*, divide o espaço com *action figures* das personagens Mulher-Gato e Mulher-Maravilha, como pode ser visualizado na Figura 12.

Figura 12. Apresentadoras Míriam Castro, Aline Diniz e Carol Moreira no cenário do Bloco X, em 2014. (Fonte: http://migre.me/waXY0. Acesso: 4 mar. 2017).

Segundo as apresentadoras, o autor George R. R. Martin tem uma maneira de retratar as mulheres que é elogiada e que a série, por muitas vezes, reproduz. Porém, são às diferenças entre as versões literária e televisiva que elas se atêm. Carol Moreira chega a dizer que alguns fãs não vêm os defeitos da série, mas que elas três, mesmo sendo fãs do seriado, "elogiam, mas também enxergam alguns problemas". Ou seja, mesmo que elas dividam com a audiência o espaço de 'fãs', há uma hierarquia estabelecida: é como se as apresentadoras afirmassem 'somos fãs, mas, diferentemente de vocês, temos a capacidade de, além de admirar o programa, enxergar os defeitos dele'. A polêmica do estupro é comentada logo de início e, assim como acontece em outras situações já citadas, há um desentendimento entre as apresentadoras quando assuntos de cunho feminista entram em pauta, fator que não parece ser ensaiado ou proposital.

> Carol Moreira: Recentemente aconteceu o estupro da Cersei Lannister, pelo Jaime Lannister que, como nós sabemos, é o irmão dela.
>
> Míriam Castro: Eu achei que foi estupro porque ela disse não o tempo todo.
>
> Aline Diniz: Mas ela não estava tentando empurrar ele em nenhum momento.
>
> Míriam Castro: Mas, gente, sério...
>
> Carol Moreira: Se você falou não, é não!
>
> Míriam Castro: Hoje em dia você vai denunciar um estupro em uma delegacia e as pessoas usam desta justificativa para dizer que você não foi estuprada, entendeu?
>
> Carol Moreira: Sim!

> Míriam Castro: É muito grave você dizer que a pessoa estava querendo, se ela falou não, e até o final da cena ela fica dizendo: não, não, não...

Diniz não é convencida, permanece com feição de deboche, e insiste:

> Aline Diniz: Ela até fica: "ai, será? ", aí ela depois fala: "não, a gente está do lado do nosso filho morto, não". Ela estava tentando se convencer que ela não queria aquilo, mas ela não tinha como sair mais daquela situação, então acabou rolando, infelizmente...
>
> Míriam Castro: Ela falou não, por isso que eu considero estupro. O problema é que os diretores não reconheceram isso, eles disseram que é só uma cena de *rough sex*[105].

Míriam permanece segura de seu posicionamento e, para tal, compara a mesma cena no livro e na série, demonstrando possuir propriedade para falar sobre o assunto. "No livro foi diferente, as circunstâncias eram diferentes. Era a primeira vez em que eles estavam se vendo há muito tempo, tem partes problemáticas também porque o livro é escrito do ponto de vista do Jaime. Ele pode ter dito que ela falou 'ai, Jaime eu quero você aqui agora', mas pode ser que ela não tenha realmente. Pelo que é apresentado no livro, foi sexo consensual. Na série não". É preciso frisar que, quando este tipo de discordância entre as apresentadoras acontece, as desavenças entre elas não são por defenderem esta ou aquela vertente feminista, mas sim por um argumento machista ser colocado na roda para tentar não 'levantar tanta bandeira' da causa ou até desmerecer alguma opinião mais radical que é apresentada.

Aline Diniz muda de assunto, mas, antes, comenta "Vale também lembrar que esse não é o primeiro estupro da série e, certamente, não vai ser o último". Alguns outros exemplos de personagens fortes e de cenas "violentamente gratuitas" são comentados, enquanto imagens e vídeos que as remetem são exibidas. O formato em lista permanece, e elas citam ainda outras personagens da série, as contextualizam e tecem breves comentários sobre cada uma delas, enquanto Carol Moreira e Míriam Castro, que demonstram possuir mais conhecimento de causa[106], moderam a discussão.

As contradições de opinião voltam a acontecer na metade do programa, quando a personagem Brienne é mencionada. Segundo Castro, "Brienne é uma mulher super forte e que não quer ser 'mulherzinha'. Ela não segue os padrões", Moreira completa: "ela quer ser uma guerreira e treina muito para isso. E ela subverte tudo que a gente espera

---

[105] Sexo selvagem, em tradução livre.

[106] Carol Moreira e Míriam Castro possuem uma série de vídeos nos seus respectivos canais no Youtube onde comentam a série *Game of Thrones*. Mesmo não trabalhando mais no Omelete, quando o seriado está em exibição na HBO, a dupla é convidada pelo site para fazer um programa ao vivo, no dia seguinte à exibição dos episódios, para que discutam o que foi apresentado e apresentem suas expectativas sobre o que está por vir.

de uma personagem feminina e isso eu acho muito legal". Mesmo com a representação positiva da personagem na maior parte das vezes, Castro ressalta que, na série e no livro, houve uma passagem que ela acha "um pouco problemática":

> Míriam Castro: (...) aquela quando o Jaime resgata ela de um covil com o urso. Eu acho que é legal porque eles tão brincando com ela, tipo 'já que você quer ser um cavaleiro, não vai ser a princesa em resgate, se vira aí'. Mas ao mesmo tempo é foda porque desempoderam ela e colocam ela no lugar de donzela.
>
> Aline Diniz: Mas eu acho interessante nesse caso porque mostra que o Jaime está se preocupando com ela, apesar dela ser o guarda dele. Ela se importa com ele e ele começa a se importar com ela.
>
> Míriam Castro: Sim, eu acho que é uma redenção do Jaime, mas, ao mesmo tempo, para você desenvolver um personagem masculino você tem que colocar ela como a donzela em perigo.
>
> Carol Moreira: E eu acho que ela teria saído sozinha, com certeza.
>
> Míriam Castro: Ela teria! Só que aí tiveram que colocar ela numa situação de donzela em perigo. Isso é foda, porque eu amo a Brienne.

Na maioria das vezes, as discordâncias sobre alguma opinião de teor feminista apresentada vem por parte de Aline Diniz, como já foi observado nesta e nas análises anteriores. De certo modo, o papel das apresentadoras parece bem delimitado: Carol Moreira e Míriam Castro defendem, de maneira mais ferrenha, a temática feminina e os direitos das mulheres – sendo que esta primeira também é responsável por mediar as discussões e dar uma leveza aos comentários, às vezes utilizando de recursos humorísticos na própria edição dos vídeos, como a inserção de cenas ou de imagens engraçadas do que está sendo discutido ou até mesmo pela maneira espontânea com que conduz os seus diálogos. Aline Diniz é a apresentadora 'do contra', que tenta apresentar outro lado sobre o que está sendo discutido, mas, por diversas vezes, acaba caindo no senso comum e reforçando clichês femininos construídos e repassados por gerações. Natália Bridi aparece como a figura neutra, que só fala quando tem verdadeiro conhecimento de causa, apresenta dados e contextualiza o que é dito a partir de referências estudadas previamente. Essa divisão clara sobre o papel de cada uma das apresentadoras no Bloco X ajuda a guiar o olhar do espectador, além de satisfazer as expectativas que este tem em relação ao posicionamento de cada uma delas.

3.2.8. A série ousada sobre mulheres: *Orange is the New Black* | BLOCO X (19/06/2014)

O vídeo, conforme antecipa o título, tem como objetivo o debate sobre a série *Orange Is The New Black*. Além do conteúdo, vale situar a escolha evidente para a gravação do material: fazer propaganda para a nova temporada da produção, do serviço de streaming Netflix. As apresentadoras dão os indicativos para essa conclusão em falas como a de Aline Diniz ao dizer: "O mais legal de tudo é que ela já tá toda disponível no Netflix". Além de *merchandising*, contudo, o tema se adequa ao critério de noticiabilidade referente à atualidade que nos faz, novamente, aproximar o Bloco X ao gênero jornalístico. Isso porque, à época da gravação, em 19 de junho de 2014, o Netflix havia disponibilizado há pouco tempo os episódios da série. Diferente do que acontece em outras edições, é Natália Bridi quem contextualiza de forma mais detalhada o produto ao qual pretendem tratar - o que reafirma o interesse em fazer propaganda da série. Normalmente, é considerado que o público possui o repertório necessário para acompanhar a discussão. Após uma espécie de introdução, Carol Moreira resume: "E agora a gente vai ter de convencer sobre o porquê que você tem que assistir *Orange Is The New Black*".

As apresentadoras relembram que esta é a segunda vez que a série é abordada no Bloco X. A primeira gravação do programa, mencionada aqui no item 3.2.1, falou sobre a produção, e as integrantes indicam que os telespectadores assistam ao vídeo. Sobre a série, Bridi inicia os comentários detalhando que o "roteiro é muito bom" e que é "legal que é uma série sobre presidiárias, mas você não julga elas". Isto é, Bridi firma-se com a figura de especialista de cinema e passa credibilidade à audiência. Enquanto isso, as interjeições descontraídas de Aline Diniz ganham vez, após Carol Moreira defender que é "legal a série dar vez a personagens que geralmente não aparecem", quando ela fala, aos risos: "Têm as craqueiras, que são incríveis". Dessa forma, ao mesmo tempo em que as apresentadoras demonstram querer transmitir mensagens e informações, elas não deixam de brincar ou se valer de termos simples, o que aproxima a audiência do produto.

Reafirma-se essa observação quando Bridi tenta mostrar que as personagens da série são fortes "mesmo com roupas beges".

> Natália Bridi: Todas têm muita personalidade, porque estão todas com a mesma roupa e, depois que elas param de usar o laranja, elas usam bege - que é a cor mais feia que a mulher pode usar na vida. Bege!

A colocação de Bridi, por outro lado, faz com que se tenha impressão de que o Bloco X é, muitas vezes, direcionado somente ao público feminino. Além disso, a fala ressalta estereótipos de que a "mulher deve se vestir desta forma e não daquela". Esta não é, contudo, a característica que marca o vídeo como um todo. Quando Carol Moreira fala sobre a série, por exemplo, ela defende como ponto positivo o fato de que ela "não tem medo de falar palavrão, de pagar peitinho, de abordar a sexualidade feminina de uma forma intensa e real", e Bridi continua: "A série lida também com o prazer feminino. Tem até competição para saber quem vai dar orgasmo".

Apesar disso, Moreira usa um termo polêmico e controverso, o 'feminazi'. Em determinado momento, ela diz que "é engraçado porque a série não é feminazi, não é feminista, ela aborda as pessoas como elas são. Bem realista". A expressão é um neologismo que reúne as palavras feminista e nazista, e é utilizado para classificar, de maneira vulgar, as ativistas pelo feminismo que podem ser consideradas extremas ou radicais. O termo é bastante contraditório, ao passo que compara duas linhas tão opostas de pensamento, o nazismo e o feminismo, que defendem, respectivamente, a exclusão e a inclusão. O fato de Carol Moreira ter feito uso da palavra só reforça a nossa sinalização ao fato de que, apesar de tentarem oferecer um tratamento menos estereotipado e tradicional sobre certos assuntos, as apresentadoras com frequência tropeçam em algum pensamento mais conservador e lugar-comum.

Carol Moreira finaliza o vídeo dizendo que a série tem o "carimbo de aprovação do Bloco X", para persuadir os telespectadores do programa a acompanhá-la. Diferente de outros vídeos, neste as apresentadoras não convocam o público a comentar ou participar de alguma forma.

3.2.9. As mulheres vão dominar Hollywood (28/08/2014)

Antes de entramos nas questões que dizem respeito ao conteúdo do episódio, ressaltamos a saída da apresentadora Míriam Castro do Bloco X. Conforme explicitado no programa "Os Piores Namorados do Cinema"[107], Castro saiu por opção própria, após receber uma proposta do jornal paulista O Estado de S. Paulo. A saída de uma das apresentadoras é um marco importante na reconfiguração de certos aspectos do modo de endereçamento do programa. Há um novo posicionamento na disposição das apresentadoras pois, agora, com um número ímpar de mediadoras, há a possibilidade de

[107] Disponível em <http://migre.me/wa81U>. Acesso: 4 mar. 2017.

uma delas ficar no centro do vídeo. Este local é ocupado por Natália Bridi, com Aline Diniz à sua direita e Carol Moreira à sua esquerda. Alguns assuntos que eram da alçada de Míriam Castro, como games e cultura oriental, não ganham mais destaque nos episódios do programa, e, quando aparecem, são apenas citados pelas três mediadoras que permaneceram no quadro.

Além das alterações no elenco do programa, o cenário deste também passou por mudanças. Neste programa, o cenário com o sofá e a poltrona permanece, mas há um câmbio de disposição. Natália Bridi passa a ocupar a poltrona, enquanto Carol Moreira divide o sofá com Aline Diniz – ainda assim quem faz a saudação e modera a conversa é Moreira. O motivo para tal talvez seja o teor da conversa, o qual Bridi possui um maior domínio. A situação se repete nos outros episódios gravados neste cenário: a pessoa que domina o tema retratado ocupa o lugar individual e modera a conversa – nos vídeos onde o assunto é televisão, é Aline Diniz quem comanda; nos de cinema, Natália Bridi e Carol Moreira revezam o comando.

Este é o único episódio, por nós analisado, onde as apresentadoras trazem um referencial semelhante a um conjunto teórico sobre o assunto que estão falando. A pauta do dia é "As mulheres vão dominar Hollywood" e, segundo Bridi, as apresentadoras falam "das mulheres que são heroínas no cinema e que não são mais aquelas princesinhas". Para contextualizar o assunto, Bridi traz à tona dois 'métodos' de análise da participação feminina no cinema: o teste de Bechdel e o teste de Mako Mori.

> Carol Moreira: Quê que é o teste?
>
> Natália Bridi: Então, esse teste apareceu pela primeira vez em 1985 numa tirinha de uma quadrinista chamada Bechdel. Nela, duas meninas falavam que só iam ao cinema se, no filme, tivesse pelo menos duas personagens femininas, se elas conversassem entre si e essa conversa não fosse sobre homem. Outras regras que foram surgindo no decorrer do tempo é que essas personagens teriam que ter nomes e a conversa durar mais de 60 segundos.
>
> Carol Moreira: Ferrou, né? Quase nenhum filme passa nisso aí.

Bridi continua a explicação de forma didática e conta que o teste foi inspirado em um ensaio de Virginia Wolf[108], no qual a escritora conclui que, na literatura, as mulheres nunca eram retratadas como amigas ou parceiras, mas como "mães, filhas ou interesses amorosos de homens". Segundo a apresentadora, mesmo que o teste seja relativo e não defina realmente se o filme é ou não feminista, ele "serve para avaliar como a indústria funciona". Como complemento ao teste de Bechdel, ela explica que

[108] *Um Teto Todo Seu*, de 1929.

surgiu o teste de Mako Mori, inspirado pela personagem homônima do filme *Círculo de Fogo* – que, a propósito, não passa nesta primeira forma de avaliação. O critério deste teste é que o filme tenha ao menos uma personagem feminina com arco narrativo próprio e que este arco não esteja relacionado a um homem. Diniz comenta

> Aline Diniz: Eu acho que esse negócio de teste, ou de você ditar se um filme é ou não feminista, é independente de ela ter ou não conversado com outra mulher ou não, ter um arco próprio ou não. Eu acho que é muito mais a atitude da personagem em relação à trama em si e em relação aos personagens masculinos, que faz com que ele seja ou não feminista
>
> Natália Bridi: Não é bem feminista, é só a ideia de você representar bem as mulheres e fugir de clichês. A mulher deixar de ser uma esposa ou uma mãe e passar a ser uma pessoa. Tem dados que mostram que as mulheres não aparecem trabalhando nos filmes. Essas coisas existem para a gente debater e mudar algumas posturas.

Natália Bridi faz questão de ressaltar diversas vezes o motivo pelo qual o tema foi escolhido ou por qual motivo elas estão debatendo aquilo. Dois exemplos de sua fala são:

> Natália Bridi: O que a gente está falando agora é justamente porque e legal ver essas transformações e penar num futuro onde as meninas possam ter outros exemplos que não sejam princesas da Disney.
>
> Natália Bridi: Basicamente o que a gente quis dizer aqui é que as coisas estão mudando, a gente tem novos modelos a serem seguidos e isso é muito legal.

O formato das listas atreladas à exibição das cenas dos produtos citados permanece, e elas citam a série de televisão *Buffy, a Caça Vampiros*, Lisbeth de *Millennium – Os Homens que não Amavam as Mulheres*, as personagens Viúva Negra e Feiticeira Escarlate, das histórias em quadrinhos da Marvel, entre outras. A intenção de se afastar de uma postura estritamente feminista também continua sendo notada. Em alguns momentos do vídeo, Aline Diniz chega a fazer aspas com as mãos quando usa o termo, e Natália Bridi e Carol Moreira se corrigem quando dizem a palavra: “não, não é bem feminista, é representar as mulheres de uma maneira diferente”. Tal fato demonstra que ainda há a discordância sobre o assunto entre as apresentadoras e uma certa desinformação sobre o termo ou um receio de parecer defender, publicamente, a causa propriamente dita. Ainda assim, esta foi a primeira vez, em um vídeo do Bloco X, onde conceitos mais teóricos foram trazidos para falar do tema com mais propriedade.

3.2.10. Os piores comentários da internet no Bloco X (22/01/2015)

Este é um episódio atípico do Bloco X. No dia em que foi gravado, a casa onde é instalada a sede do Omelete estava sem energia elétrica e, por isso, as apresentadoras se reuniram na redação do site, onde há uma fonte de luz natural, e filmaram o programa ali mesmo. Dispostas em mesas da redação, Carol Moreira, Aline Diniz e Natália Bridi escolheram debater os comentários ofensivos que recebem nos vídeos do canal, geralmente de teor machista. Novamente, a primeira pessoa do plural é utilizada com frequência, só que, desta vez, ao contrário dos exemplos anteriores, onde era utilizado para reforçar um conhecimento comum entre emissores e receptores, aqui o pronome vem para reforçar a ideia de que a opinião exposta naquele vídeo específico é compartilhada **pelas apresentadoras**. Cria-se, neste vídeo específico, um distanciamento entre produtoras e espectadores: é como se aqui ficasse mais clara a posição de 'mestre' que elas tentam construir de maneira disfarçada, onde é como se mesmo partilhando de um certo de conhecimento com o espectador, elas soubessem um pouco mais e estivessem tentando repassar esta 'sabedoria'.

> Carol Moreira: Hoje **a gente** vai falar sobre o *bullying* que vocês fazem com **a gente** nos comentários que **a gente** tem que ler, porque a gente lê!
>
> Aline Diniz: **A gente** lê todos os comentários e **a gente** sabe que a maioria de vocês gosta da **gente**. **A gente** aprecia esses comentários, mas **a gente** sabe que parte de vocês também são *trolls*, vocês fazem muito *bullying* com **a gente** e dói.
>
> Natália Bridi: **A gente** gosta de crítica construtiva. Às vezes **a gente** erra, mas **a gente** tá aqui para aprender, evoluir. Mas tem gente que ofende **a gente**, **nossa** mãe, **nosso** pai, **nosso** primo...

Durante todo o vídeo, Carol Moreira lê, em um tablet, comentários dos espectadores do Bloco X que, de certa forma, ofendem as apresentadoras, falam da aparência destas ou apresentam teor machista, acentuando a predominância de um público masculino e ainda preconceituoso, no Omeleteve, em relação à presença das apresentadoras no comando de um programa no canal. Um deles, por exemplo, diz "vocês do Bloco X são muito inteligentes, a opinião de vocês é muito bem embasada sempre. Vocês estão de parabéns! Às vezes parece até que são homens falando". Após a leitura dos comentários, as apresentadoras reagem, de maneira exaltada, sempre olhando diretamente para câmara e, às vezes, até apontando o dedo diretamente para ela, como se estivesse dando um recado ao espectador.

> Carol Moreira: A gente entendeu que você achou que isso era um elogio, mas isso não é um elogio. Mulheres falando não podem ser inteligentes?
>
> Natália Bridi: Eu entendo assim: ele talvez conviva com meninas que não gostam do que ele gosta e ele se identifica com a gente, porque a gente gosta das mesmas coisas. Ele tem que entender que, assim como a gente, existem milhares de meninas que também fogem do clichê.

Alguns comentários menos ofensivos são trazidos à tona como "Omeletv, quando termina o contrato da Natália Bridi? Espero que logo e "Como mulher, sinto vergonha alheia, mas não me sinto solidária com tanta burrice"; mas, os que ganham espaço no episódio, são aqueles que fazem referência à aparência das apresentadoras ou ao fato de o programa ser apresentado por mulheres: "Essas minas ficam pagando de feministas, mas só apresentam o programa de mini saia, com o pernão de fora, para chamar a ala masculina"; "Mulheres feias e que não entendem de nada"; "Aline saco de batata"; Natália vagabunda comunista"; "Natália, essas panturrilhas dariam uma boa vitela" ou o mais agressivo entre os selecionados:

> Minas chatas do caralho vão lavar uma louça que é só disso que vocês entendem. Sou inscrito no canal para acompanhar os titulares do canal, não umas bestas sem cérebro fazerem piadinhas toscas e comentários sem sentido. Lugar de criança é no berço, porra, já disse e repito: vão faxinar uma casa.

Após as ofensas, a resposta a elas, por parte das apresentadoras, assume um tom exaltado e, por muitas vezes, a discussão é tamanha que as falas delas se sobrepõem. Devido ao teor de alguns dos comentários, em um momento a edição opta por censurar um dos termos lidos por Carol Moreira. Trata-se de um momento único no Bloco X, visto que as apresentadoras costumam xingar ou adotar termos vulgares em debates ou apresentações de temas nos vídeos sem restrições. Recursos utilizados em outras gravações, todavia, são trazidos novamente neste vídeo. Natália Bridi, por exemplo, conta uma experiência pessoal para mostrar que teve dificuldades em gravar os vídeos do canal, pois já havia sofrido *bullying* antes, o que aproxima o telespectador da realidade da apresentadora. "Eu não sei se as pessoas estão se vingando do *bullying* que elas recebem na vida real ou se elas fazem isso na vida real também". "Eu sempre tive *bullying* na escola, primeiro porque eu era gorda, depois porque eu fiquei magra, depois no segundo ano do ensino médio, enquanto todo mundo estava se pegando, eu estava usando colete para coluna e sentando em uma cadeira especial", afirma a apresentadora, dando a entender que, apesar de estar no comando do programa agora, também já esteve

do outro lado. “A gente não está aqui para ser bonita ou para ser gostosa, a gente está fazendo o que a gente está fazendo, sabe?”, finaliza.

Aline Diniz verbaliza, em determinado momento, o fator que abordamos com mais veemência nas análises, de que o que as apresentadoras dividem o mesmo repertório que a audiência e que por isso não é preciso que elas se aprofundem no conteúdo que apresentam. Porém, Diniz reclama que, quando elas fogem um pouco do que é esperado que elas falem, os espectadores reclamam ou dizem que elas não entendem do assunto.

> Aline Diniz: Tem muitos de vocês que só gostam de ouvir o que vocês já sabem, ouvir sobre os filmes que já assistiram. Vocês querem que a gente corresponda às suas expectativas. Mas vocês têm que aprender a ouvir novas opiniões, a conhecer novas coisas. Uma coisa liga na outra e eu posso te dar uma dica que você vai achar incrível.

Ao final, elas mandam recados para que os espectadores entendam que comentários negativos não “acrescentam em nada” e frisam que leem tudo que a audiência escreve nos comentários do vídeo.

3.2.11. Miga, as princesas mudaram! | BLOCO X (13/05/2015)

Neste episódio, há algumas mudanças consideráveis que indicam um aumento da relevância do Bloco X dentro do canal Omeleteve. O crédito utilizado na abertura desde a primeira edição do programa – uma variação do logotipo do OmeleTV, com apenas um laço rosa diferenciando um do outro – dá lugar a uma abertura criada especialmente para o Bloco X. Nela, os apresentadores Marcelo Forlani, Marcelo Hessel e Érico Borgo aparecem, em desenho animado, sentados em um sofá, até que um muro cor de rosa cai por cima de onde eles estão, há uma explosão e, de lá, surgem Aline Diniz, Carol Moreira, ao centro, e Natália Bridi e, em seguida, um logotipo, todo em cor-de-rosa, exclusivo ao programa. Ilustrações da nova vinheta de abertura do programa podem ser visualizadas nas Figuras 13 e 14.

Figura 13. Frame da vinheta de abertura do Bloco X, em 2015. (Fonte: http://migre.me/w7i4J. Acesso: 4 mar. 2017).

Figura 14. Logotipo do Bloco X, em 2015. (Fonte: http://migre.me/w7i4J. Acesso: 4 mar. 2017).

Conforme introduz a mediadora Carol Moreira, o episódio em questão trata sobre a figura das princesas e a evolução destas ao longo do tempo. O conteúdo, de acordo com Aline Diniz, é devido aos novos brinquedos do McLanche Feliz[109]: os personagens da *Hora de Aventura* (tradução brasileira para o título *Adventure Time*). A presença do *merchandising* pautando o assunto que vai ser abordado no programa acontece com certa frequência no Bloco X – em 40 dos 132 vídeos, como destrinchamos na tabela do Apêndice A. A série de animação é uma produção do canal a cabo televisivo Cartoon Network e segue as aventuras de Finn, uma criança

[109] O McLanche Feliz é uma refeição infantil especialmente vendida a crianças, na rede de *fast-food* McDonald's.

aventureira, e seu melhor amigo e irmão adotivo Jake, um cão com poderes que lhe permitem alterar sua forma e seu tamanho consoante a sua vontade. Finn e Jake vivem na pós-apocalíptica Terra de Ooo, onde interagem com fortes personagens femininas, como as princesas Jujuba e Caroço, além da rainha dos vampiros Marceline. Antes da introdução do tema, contudo, as meninas fazem propaganda explícita desta edição do McLanche Feliz trazida pela franquia. Tanto assim que Bridi fala: "Você que tem filho em casa tem que comprar esses brinquedos para seu filho, ou seu irmão, porque eles são muito legais"; sobre a colega ter deixado o público feminino de lado, Carol Moreira logo corrige: "E para você também, né? Todo mundo gosta de *Adventure Time*!".

Além do novo logotipo e da nova abertura, agora há também um novo cenário – o terceiro em um intervalo de dois anos, o que demonstra claramente o crescimento no programa dentro do canal Omeleteve e sua diferenciação dos demais produtos audiovisuais do Omelete. As três apresentadoras são dispostas em cadeiras brancas, posicionadas da esquerda para a direita na seguinte ordem: Aline Diniz, Natália Bridi e Carol Moreira. A mesinha com objetos relacionados à cultura pop permanece, embora na esquerda do vídeo, e são acrescentados uma pilha de livros no canto direito, um tapete felpudo vermelho no centro e pisca-piscas dispostos na parede branca que fica atrás das apresentadoras. No vídeo "O Melhor Programa de Todos os Tempos"[110], Carol Moreira ressalta que toda a "decoração" do novo espaço foi feita por elas, com um orçamento apertado", e que elas foram até a avenida 25 de Março, em São Paulo, juntas, para fazer as compras dos objetos para o novo espaço. A nova disposição é ilustrada na Figura 15.

Figura 15. Cenário do Bloco X, em 2015. (Fonte: http://migre.me/w7i4J. Acesso: 4 mar. 2017).

[110] Disponível em <http://migre.me/wa6gu>. Acesso: 4 mar. 2017.

Bridi justifica, novamente, à parte da motivação publicitária já citada, a escolha do tema: “É legal porque *Hora da Aventura* tem aquela coisa bem clássica: o cavaleiro, a princesa, o vilão. Mas é tudo retratado de uma forma distorcida”. Bridi e Moreira listam as princesas pertencentes ao desenho animado, apenas citando-as e fazendo alguns comentários que só são entendidos pelos espectadores que também assistem à animação. Elas o fazem de uma maneira que pressupõe o domínio da audiência, pois continuam sem demonstrar a preocupação de situar personagens ou introduzir contextos. Sendo assim, quem não faz parte do nicho geek/nerd certamente teria que se valer da pesquisa para se sentir incluído na discussão. O conteúdo do vídeo é endereçado àqueles que já dominam previamente o que é apresentado.

Sobre a evolução das princesas nas produções audiovisuais que pretendem discutir, Bridi conta uma experiência pessoal:

> Natália Bridi: Eu cresci vendo animação da Disney, quase sempre falando de princesa. A gente via a Branca de Neve e não sabia que ela tinha sido feita em 1937. Eu achava que era de hoje. Mas aí tudo começou a mudar, foi passando para Cinderela, Bela Adormecida e aí eu cheguei na Jasmine, do *Aladdin*, que é muito mais legal. Quando eu cheguei na Jasmine, foi tudo mais legal.

Os relatos pessoais das apresentadoras continuam dando o tom da conversa, em momentos como “Fez parte da nossa infância”, “Eu assisti esses dias um episódio no qual (...)”, “Eu gostava da Jasmine (...)”, “Aquelas coisas que a gente aprende para poder crescer”; o que permite uma aproximação da audiência com os seus gostos e preferências.

Para ilustrar as mudanças entre a representação feminina das princesas da Disney no decorrer dos anos, as apresentadoras citam os aspectos que consideram absurdos nas princesas clássicas, com o mesmo formato de lista já visto anteriormente, mas, desta vez, de maneira cronológica, começando com *Branca de Neve e os Sete Anões*, de 1937, até as princesas de *Frozen*, lançado em 2013. Para Diniz, as mudanças nas telas foram reflexo “das mudanças culturais e comportamentais ao longo do tempo” e as coisas que se via em Branca Neve, por exemplo, “são absurdas, onde ela é a empregada da galera que ela mora na casa, sabe?”. Moreira rememora a situação da personagem Cinderela: “O pai dela morreu, e ela se fode”, o que reforça novamente o fato de as meninas não utilizarem vocabulários refinados, tampouco politicamente corretos, característica que está de acordo com o estilo proposto pelas apresentadoras desde o primeiro vídeo do Bloco X, sobre a série *Orange is The New Black*. A proposta é conduzir o programa de maneira despojada, sem censuras, dando a impressão de se

tratar de uma conversa entre amigos e tratando o espectador como parte deste grupo de amigos também, ao passo que o pedido para que este participe da conversa é frequente.

Aqui, pode-se observar que, assim como no vídeo “As mulheres vão dominar Hollywood”, analisado no item 3.2.9, Natália Bridi coloca-se como mediadora do programa, lugar comumente atribuído a Carol Moreira. Isso porque é ela quem pontua a maior parte dos exemplos e se coloca com maior precisão em relação a cada um deles. Tanto que, ao decorrer da gravação, é comum encontrá-la sendo responsável pela maioria das falas e intervenções nos apontamentos das outras duas. Protagonista, portanto, Bridi segue com o exemplo da personagem Pocahontas. Neste momento, parece haver um embate em relação à ideologia feminista de cada uma das apresentadoras, mas sem discordâncias profundas.

> Natália Bridi: Pocahontas também tem esse negócio de amor verdadeiro, mas aí no segundo filme ela vai lá e troca de homem.
>
> Carol Moreira: Mas isso é bom, independência, você pode pegar quem você quiser, amiga.
>
> Natália Bridi: Mas ela trai todo mundo para ficar com um homem. O homem é traidor.
>
> Carol Moreira: Ah, ela trai todo mundo.
>
> Natália Bridi: Se bem que olha a importância dessas coisas mudarem, para você aprender a lidar melhor com seus relacionamentos.
>
> Carol Moreira: Sim, a pessoa não é obrigada a ficar para sempre com outra.

Diferente dos outros vídeos, quem encerra este bloco é Aline Diniz, que solicita que os espectadores comentem caso lembrem de “alguma princesa fodona”. Podemos perceber, que no decorrer dos vídeos do Bloco X, Carol Moreira, mesmo permanecendo na figura de mediadora, ao passo que saúda, obrigatoriamente, a audiência, apresenta o tema do dia e faz questionamentos, perdeu o lugar de fala principal de alguns vídeos para Natália Bridi e Aline Diniz, dependendo da temática que os vídeos abordam. Parece ser um acordo interno bem estabelecido, tanto entre as apresentadoras quanto com a audiência: no episódio cuja temática se aproxima da área de domínio de uma das apresentadoras, esta terá mais espaço para abordar o assunto, listar os produtos da cultura pop relacionados a ele e conduzir a conversa.

3.2.12. As maiores exploradoras do cinema (28/08/2015)

Neste vídeo, as apresentadoras debatem sobre quais são as maiores personagens "exploradoras" da sétima arte. Assim como em outros episódios do Bloco X, não há preocupação em se aprofundar em apenas um tópico, ou explicá-lo à audiência, posto que há a noção de que esta já está familiarizada com os produtos abordados. Dessa forma, o que ocorre são menções rápidas a quais personagens foram escolhidas para ilustrar o tema. Não há nenhum critério baseado no caráter de atualidade para a seleção do assunto tratado, diferente de outros casos, e as personagens fazem parte de filmes cujas datas de estreias variam bastante. Conforme já observado em outras gravações, e devido ao papel de mediadora ao qual atribuímos a Carol Moreira, é ela quem inicia o episódio.

Inicialmente, Aline Diniz traz como "mulher aventureira" Lara Croft, do game *Rise of The Tomb Raider*. Antes de falar sobre a personagem, contudo, Diniz salienta que se trata de um jogo recém lançado para o console Xbox One, videogame desenvolvido e produzido pela Microsoft. Aqui, nota-se uma característica que, por vezes ocorre no Bloco X: o intercâmbio temático. Isto é, além do debate sobre o tema escolhido, as apresentadoras falam também informam os telespectadores a respeito de novidades relacionadas a ele. A observação feita por Diniz adequa-se ainda ao caráter de atualidade presente no programa, já que o jogo era uma novidade à época. Não obstante, em conversa sobre o que é o game - segundo Moreira uma forma de "ver a evolução da Lara Croft" -, Diniz fala:

> Aline Diniz: Os meninos até fizeram uma maratona desses jogos dias atrás, e o cabelo da Lara Croft, meu, você vê cada fio se mexendo. Inclusive o Érico já escreveu a crítica, é só você acessar lá o omelete.com.br. Ele diz que é um dos melhores jogos da franquia.

Repara-se que, antes de Diniz falar o nome de Érico (Borgo, um dos criadores do Omelete), ela apenas cita "os meninos", provavelmente em menção ou aos "meninos" do site, ou a Borgo, Marcelo Forlani e Marcelo Hessel, do OmeleTV. Ela o faz, contudo, sem ter essa preocupação, pois supõe que a audiência esteja à par de quem são essas pessoas a quem ela se refere.

Marion Ravenwood, do longa-metragem *Indiana Jones e os Caçadores da Arca Perdida*, é uma das personagens trazidas pelas apresentadores e vale observar que, segundo Natalia Bridi, Marion foi injustiçada pela franquia pelo fato de que "era muito boa". Ainda conforme Bridi, a ideia de George Lucas e Steven Spielberg, criadores do personagem Indiana Jones, era fazer "uma espécie de James Bond", em que a

personagem feminina não poderia ofuscar a imagem do protagonista, um homem, o que acabaria ocorrendo.

> Natália Bridi: Eles botaram outras mulheres nos outros filmes.
>
> Aline Diniz: Ah, ter tipo uma menina indefesa.
>
> Natália Bridi: Não tem uma *Bond Girl*? A ideia era criar uma *Indiana Girl*.
>
> Aline Diniz: Ai, que triste.
>
> Natália Bridi: Ela é uma arqueóloga, uma pesquisadora, igual ao Indiana Jones. Então ela pode fazer tudo que ele faz basicamente.
>
> Carol Moreira: Então, eles tiraram ela porque ela era competição para ele.
>
> Natália Bridi: Exatamente.

Bridi mostra, ao trazer a intencionalidade sobre a decisão de Lucas e Spielberg por detrás da exclusão de Marion da franquia, um notório entendimento sobre cinema. Tanto que Aline Diniz e Carol Moreira demonstram não saber da curiosidade e se mostram bastante surpresas. Ao mesmo tempo, por sua vez, Bridi tem a preocupação de não distanciar o público da produção e manter o clima de 'diálogo entre amigos', que é padrão em todos os episódios do programa. Isso ocorre quando ela tacha o romance entre Marion e Indiana Jones como "esquisito, porque ele é bem mais velho que ela", em uma dinâmica semelhante a um bate-papo entre amigas, no qual a objetividade não é privilegiada e prevalece a informalidade.

No decorrer da edição, pode-se observar que não há preocupação editorial em cortar os erros das apresentadoras ou situações que normalmente seriam excluídas de um programa de televisão dos grandes veículos, o que aproxima, de certa forma, o telespectador da gravação. Há um momento em que o nariz de Carol Moreira escorre, a cena fica em preto e branco para demonstrar a intencionalidade de não cortar a parte do vídeo, e depois ela segue sua fala normalmente. Ainda observando essa tendência, há outro trecho em que Bridi atinge Diniz, sem intenção, no nariz, e esta brinca: "ai, você deu um peteleco no meu nariz".

Outra característica que aparece de forma mais concisa neste vídeo são as experiências pessoais de cada apresentadora. Enquanto falavam sobre personagens femininas que consideram grandes exploradoras no cinema, Carol Moreira conta uma história sua de quando foi a pé para Machu Picchu, no Peru, e, na tela, são mostradas fotos e gravações de sua passagem pela "cidade perdida dos Incas". Neste momento,

parece que ocorre uma conversa informal entre amigas, e as três apresentadoras falam sobre a experiência de Moreira. Tanto que Diniz pergunta se ela ficou sem maquiagem durante a viagem e, ao receber uma resposta positiva, ela responde: “deu aquela limpada na pele, né?”. Em outro momento, quando elas debatiam sobre o filme *Gravidade*, Diniz conta que não viajaria ao espaço em razão da labirintite, e Bridi afirma ter medo de morrer no vácuo.

Além disso, reafirmando o fato de que este vídeo mais parece uma conversa entre amigas, Aline Diniz, ao comentar o filme *Alien – o Oitavo Passageiro*, diz que o que a incomoda no filme é a personagem de Sigourney Weaver, a tenente Ellen Ripley, aparecer com a “calcinha no meio da bunda”. Carol Moreira responde:

> Carol Moreira: Amiga, você está fugindo de um alien do mal, não dá tempo.
>
> Natália Bridi: Você tem uma tensão em dobro, né? Porque já tem toda a tensão do filme e você ainda tem a tensão da calcinha.

É Diniz, inclusive, quem finaliza a gravação, solicitando diretamente a audiência a comentar sobre outras mulheres exploradoras, o que reafirma a intenção de aproximar o público do programa.

3.2.13. As mulheres nos bastidores do cinema e da TV! | BLOCO X (11/03/2016)

Este vídeo do Bloco X, em especial, talvez seja o melhor exemplo no canal Omeleteve sobre os problemas enfrentados pelas mulheres no audiovisual, porque não trata somente das personagens ou das atrizes, mas sim das mulheres nos bastidores destas produções. Além disso, por se pautar no âmbito da produção da cultura pop, um conhecimento mais aprofundado das apresentadoras, sobretudo no que envolve esta vertente, fica mais nítido. A divisão do conteúdo abordado fica mais equilibrada neste episódio. Apesar de Carol Moreira abrir e encerrar o vídeo, Natália Bridi e Aline Diniz participam da discussão de maneira equivalente, apresentando seus respectivos dados e argumentos acerca dos assuntos que dominam com mais propriedade.

A escolha do tema do vídeo se deu por duas razões: a ocasião do dia 8 de Março, Dia Internacional da Mulher – o vídeo foi lançado na quarta-feira, 11 de março de 2016 – e o *merchandising* da *Social Comics*, serviço de streaming de quadrinhos do Omelete Group que, para celebrar o mês da mulher, criou um selo de histórias em quadrinhos nacionais desenvolvidas apenas por mulheres. A propaganda e a atualidade são os dois

critérios adotados com mais frequência para ditar o que entra em pauta no programa[111]. Entre os vídeos que analisamos, o contexto da atualidade de quando o vídeo foi filmado ou de *merchandising* aparece como fator recorrente de influência para definir o tema do episódio. Isso acontece em "Miga, as princesas mudaram!", por causa da propaganda da rede de *fast-food* McDonald's; em "As maiores exploradoras do cinema", onde o lançamento do jogo de videogame da personagem Tomb Raider foi a motivação para o tema; em "A série ousada sobre mulheres: *Orange is The New Black*", onde o lançamento da segunda temporada do seriado foi o motivo da escolha, para citar apenas alguns exemplos.

As apresentadoras citam o contexto que lhes serviu de referência e o usam como gancho para chamar o tema do episódio: "aproveitando que a gente já está no assunto, vamos falar das mulheres quadrinistas que estão fazendo história atualmente", conduz Carol Moreira. Neste programa, há a tradicional lista dos produtos da cultura pop que elas acreditam que fazem parte do tema abordado, só que, desta vez, o fazem com mais afinco. Elas destrincham o quadrinho *Miss Marvel*, contextualizam a personagem, o arco narrativo do quadrinho em questão, falam sobre a autora da personagem, a roteirista da história, a desenhista responsável e sobre as discussões que vêm surgindo a respeito do quadrinho, além de listar outras HQs que possuem um assunto parecido. Enquanto Natália Bridi discorre sobre as particularidades do quadrinho, Aline Diniz e Carol Moreira voltam o seu olhar para a apresentadora, e fazem questionamentos ou comentários acerca do que está sendo abordado: "mas esses são os poderes da Miss Marvel?", "Quem nunca, né?" ou "Que incrível!".

A situação se repete quando a "produtora feminista" de filmes das atrizes Queen Latifah, Jessica Chastain, Juliette Binoche e Katia Lund, é trazida ao debate. "Elas criaram este grupo não só para fazer filmes feministas, mas também para ajudar e participar de outras ações que empoderem as mulheres", explica Carol Moreira, que logo é complementada por Aline Diniz: "E precisa, né? Eu li um artigo outro dia sobre o Oscar e só 22% das pessoas indicadas aos prêmios de bastidores são mulheres". Neste vídeo específico, as apresentadoras demonstram clara empolgação e pesquisa sobre o conteúdo abordado. Por diversas vezes são trazidos dados históricos e estatísticas que ajudam a legitimar a opinião que as apresentadoras tentam defender. Nesta ocasião, além de partilharem com a audiência um conteúdo da cultura pop que eles tenham em

[111] Ver tabela no Apêndice B.

comum, há uma preocupação em trazer curiosidades e informações que não estão disponíveis tão facilmente, mas que possam ser somadas ao repertório já estabelecido da audiência.

Para além dos nomes citados por Aline Diniz, Carol Moreira e Natália Bridi, é interessante visualizar que as apresentadoras parecem mandar recado para os telespectadores masculinos do vídeo. Tanto que Bridi, em determinado momento, alerta que ninguém use a frase "por trás de um grande homem, há sempre uma grande mulher". Além disso, a fala se adequa ainda à importância da atualidade nos vídeos do Bloco X. Como dito anteriormente, este episódio foi veiculado três dias após o Dia Internacional da Mulher, o que é citado por Bridi como motivo para um conselho: "pelo amor de Deus, não escreve isso no cartão do dia da mulher". Após a dica de Natália Bridi, Carol Moreira aproveita a situação para contar um caso que "viu na internet um dia desses". Ela conta uma história que leu online de que "um garçom que namorava a Michelle Obama disse para ela: 'ah, imagina se você tivesse ficado comigo, você não seria mulher do presidente e sim de um garçom'; e aí ela respondeu: 'não, querido, se eu tivesse ficado com você, você seria o presidente". Ao trazer um fato que leu, mas não sabe a procedência, Moreira faz questão de ressaltar que "não sei se é verdade, tá?", fato que evidencia a pesquisa e a autoridade sobre o que é dito no programa, que este não é feito de 'achismos'.

Além do contexto do Dia Internacional da Mulher, já citado, a lista de mulheres premiadas nas categorias técnicas do Oscar de 2016 também motivou a escolha do tema, especialmente a figurinista Janny Beaven e a editora Margaret Sixel, esposa do diretor George Miller de *Mad Max: Estrada da Fúria*. Ao citar as duas vencedoras, há um trabalho de contextualização, por parte de Natália Bridi, que não foi visto nos vídeos anteriores do programa. Quando comenta o trabalho de Margaret Sixel, ela diz:

> Natália Bridi: Ele [George Miller] falou que quis que ela [Margaret Sixel] editasse porque não queria um filme de ação como qualquer outro. E é legal porque ela ia na sala de montagem, estava trabalhando com outros homens, e eles diziam 'que legal que você está aqui porque a gente já teria encerrado essa cena nas explosões', e ela disse que ficava procurando onde estavam os personagens na cena, porque não tinha um roteiro, então ela teve que criar a história no *feeling*.

Outro aspecto importante que se reafirma aqui é que, se Carol Moreira consolidou-se como a figura da mediadora principal, Natália Bridi certamente aproxima-se da imagem do especialista em cinema e Aline Diniz em televisão. É recorrente, nesta gravação, passagens em que elas dizem "estive lendo" e "nas pesquisas

que fiz”, o que passa credibilidade a quem assiste sobre o conhecimento a respeito do tema retratado.

O vídeo é finalizado numa espécie de fala conjunta das três, que pedem, como na maioria das gravações, que a audiência participe com comentários e curtidas.

3.3. Síntese das análises

Dentre os vídeos analisados neste capítulo, pudemos notar certas constâncias no modo de endereçamento do Bloco X. A posição de Carol Moreira como mediadora do programa é uma delas: desde a contextualização sobre a criação e o início do Bloco X, no Capítulo 2, fica explícito que Moreira é a grande responsável pela própria concepção do programa, tendo sido ela quem teve a ideia, quem convocou as demais mulheres do Omelete a participar e quem levou o projeto à direção da casa. A partir da observação dos episódios do programa, torna-se claro quem tem o controle da situação: ela saúda a audiência, com a mesma frase de efeito em todos os vídeos, e cria uma identificação própria à audiência; ela dita qual o tema do episódio em questão e, a partir daí, convoca as demais apresentadoras à discussão; ela conduz a conversa através de questionamentos às demais participantes sobre o tema do episódio; e, por fim, na grande maioria das vezes, é ela quem encerra o vídeo e pede para que a audiência participe deixando a sua opinião nos comentários.

O papel das outras apresentadoras, Natália Bridi, Míriam Castro e Aline Diniz, condiz com a editoria de cada uma no site Omelete. Natália fala de cinema, Aline Diniz aborda o assunto televisão, e Míriam Castro discorre sobre games e cultura oriental. Por exemplo: as curiosidades sobre um produto da cultura pop do nicho do cinema são trazidas por Natália Bridi; quando há alguma dúvida sobre algum aspecto referente ao cinema, as demais apresentadoras se dirigem a Natália Bridi. Essa divisão é bem equilibrada e parece ter partido de um acordo interno entre as próprias apresentadoras: cada uma fala sobre o tópico que domina.

Além de aparecer como a figura de principal apresentadora e mediadora da conversa, Carol Moreira assume também – como explicitamos logo na primeira das análises – o papel de pessoa sem vergonhas, livre de preconceitos e que está ali para tentar desmitificar alguns ideais das garotas do programa. Esta impressão é ainda mais reforçada quando percebemos, em quase todos os vídeos analisados, uma certa divergência entre discursos quando a pauta feminina entra na roda. Enquanto Moreira tenta tratar com naturalidade assuntos como liberdade sexual e empoderamento

feminino, não é raro observar um discurso mais conservador vindo das outras apresentadoras, em especial da parte de Aline Diniz.

Há, porém, no discurso das apresentadoras, uma unanimidade que diverge dos ideais propagados pelas teorias feministas contemporâneas. Ainda que características como independência e fuga dos padrões estabelecidos socialmente sejam louvados por elas, por diversas vezes, durante os comentários sobre personagens femininas da cultura pop, os relacionamentos amorosos das personagens ou questões relacionadas à aparência destas, que acabam reforçando o estereótipo de um padrão de beleza a ser seguido, são levantados – o que também reforça a ideia de que homens e aparência sempre são pauta em uma roda de conversa feminina. As apresentadoras discorrem sobre assuntos que envolvem o feminino mas, em nenhum momento, tentam levantar algum posicionamento feminista, doutrinar a ideologia ou discutir as vertentes do movimento. Trata-se de mulheres profissionalmente ligadas ao Omelete falando sobre produtos da cultura pop que, vez ou outra, acabam se dedicando a uma pauta que diz respeito a questões feministas, mas sem assumir nenhum posicionamento declarado sobre o assunto.

O clima descontraído da conversa foi observado como estratégia para cativar a audiência. Sentadas de maneira confortável, as apresentadoras conversam livremente, sem censura quando falam palavrões ou palavras de baixo calão. A conversa entre elas soa como um bate-papo entre amigas que, por acaso, está sendo filmado: relatos pessoais e íntimos sobre cada uma delas são trazidos à tona sem que haja constrangimento sobre, elas citam situações que aconteceram nos bastidores do site Omelete e fazem piadas umas com as outras em frente às câmeras. A ambientação construída busca demonstrar que elas estão à vontade fazendo aquilo e, consequentemente, desperta o sentimento de proximidade do público com as apresentadoras. E essa proximidade é incentivada de maneira escancarada, ao passo que, ao final de todos os vídeos, há o pedido para que a audiência deixe sua opinião sobre o que foi dito, teça críticas e até para que este dê sugestões sobre temas a serem abordados por elas na atração.

A relação entre emissores e receptores como parte de um mesmo nicho cultural é explanada em diversos momentos do Bloco X. As apresentadoras não pretendem se distanciar do telespectador e criar um ambiente didático – característica comum a alguns programas de jornalismo temático –, mas sim transparecer um clima de aproximação entre os dois lados envolvidos. Os pronomes “nós” e a expressão “a gente” são

utilizados com frequência para destacar a parceria do duo apresentadoras/audiência. O único momento que identificamos como destoante dessa tendência é no episódio "As mulheres em *Game of Thrones*", quando elas falam que "alguns fãs não vêm os defeitos da série", mas que elas três, mesmo sendo fãs do seriado, "elogiam, mas também enxergam alguns problemas". Ainda assim, as apresentadoras fazem referência a um tipo específico de fãs – aqueles sem senso crítico – e não à totalidade do nicho.

Apesar de não pretender 'ensinar' a audiência a respeito de um determinado produto trabalhado, outra característica recorrente no Bloco X são as informações fundamentadas que as apresentadoras trazem à tona. Isso porque é comum observar momentos em que as integrantes do programa falam "pesquisei sobre" e apontam aspectos peculiares, que raramente são conhecidos - ou pelo menos são poucos exibidos. Nota-se isto, por exemplo, quando Natália Bridi comenta que George Lucas e Steven Spielberg decidiram eliminar a personagem Marion Ravenwood da franquia *Indiana Jones* pois ela estava ocupando um papel de destaque, o que, segundo a apresentadora, poderia "ocultar a figura masculina". Bridi, inclusive, por esta e outras observações que listamos no decorrer da análise dos vídeos do Bloco X, firma-se como a figura de especialista de cinema do programa. Responsável por tratar do assunto em questão no site Omelete, a jornalista mostra um repertório bastante vasto ao explorar temas de sétima arte. Isso não significa, contudo, que ela seja esquiva ou hesitante ao tratar de outros temas, mostrando conhecido tão rico quanto ao debater conteúdos televisivos, por exemplo. Evidente que não somente Bridi realiza pesquisas para passar credibilidade ao telespectador, já todas as apresentadoras fazem interjeições pertinentes sobre os temas. O que salientamos aqui é o fato de que Bridi o faz de forma mais constante ao longo do programa.

As pesquisas e o desejo de passar credibilidade ao telespectador são dois dos traços que nos fazem aproximar o programa do jornalismo, posto que é sabido que o dever e o papel da atividade jornalística é tratar de forma credível os aspectos abordados. Além disso, o critério de noticiabilidade da atualidade é outro fator que nos incorre à aproximação do Bloco X ao campo jornalístico. Nota-se isto quando as apresentadoras decidem trabalhar determinados conteúdos devido às novidades da cultura pop. Observamos esse traço ao vermos as apresentadoras falarem sobre *Orange Is The New Black* pelo lançamento da segunda temporada da série ou quando elas discorrem sobre o tema "*Garganta Profunda* e pornografia" inspiradas no lançamento,

em 2013, do filme *Lovelace*, cinebiografia baseada na história da atriz Linda Lovelace que estrelou o pornô *Garganta Profunda*.

Outro aspecto interessante que pudemos perceber foi o crescimento do Bloco X como um programa independente do OmeleTV, dentro do canal Omeleteve. Nos seus quase três anos de existência, o cenário do programa mudou três vezes, sendo que desde a segunda mudança o Bloco X ganhou um cenário exclusivo. Houveram alterações também no logotipo do programa que, inicialmente, era um derivado daquele utilizado pelo OmeleTV, e, no seu centésimo episódio, acabou ganhando uma marca própria e exclusiva. Além disso, dos 132 vídeos hospedados do programa, 40 exibiram *merchandising*[112], o que demonstra que ele gerava um forte interesse comercial entre os anunciantes do site Omelete.

[112] Ver tabela no Apêndice B.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após analisarmos o gênero e os modos de endereçamento do Bloco X, especialmente as características referentes à trajetória das apresentadoras e ao contexto comunicativo do programa, admitimos a necessidade de sintetizar os apontamentos realizados neste trabalho que nos conduziram ao estudo final. Este projeto teve como objetivo refletir, a partir do caso Bloco X, sobre a evolução da participação feminina no site Omelete e na cultura pop e nerd – espaços ainda dominados majoritariamente pela figura masculina. Para tal, nos propusemos, no Capítulo 1, a refletir sobre as discussões teóricas acerca das culturas pop e nerd/geek e da expressão das mulheres neste cenário, para, em seguida, a analisar o contexto histórico que possibilitou os avanços identificados no site Omelete e a própria trajetória da inserção das mulheres no portal, o que nos permitiu compreender quais os principais agentes envolvidos nesta inclusão e, nestas circunstâncias, de qual maneira os temas relacionados ao universo feminino foram tratados nos vídeos do programa que elegemos para exploração.

Como ficou explicitado no nosso Capítulo 2, onde discorremos sobre a evolução de conteúdo do site e do audiovisual do Omeleteve, acreditamos que desde a criação do site houve uma preocupação dos gestores em adaptar-se às tendências vigentes em um determinado período histórico e contexto comunicacional – o que é compreensível, afinal, o portal começou como um pequeno projeto entre amigos e segue em experimentação de formato e de conteúdo até o presente. A própria concepção do Omelete, no ano 2000, surgiu de uma vontade dos criadores de fazer um "site para vender e ficar rico", movimento descrito por Érico Borgo[113] como comum nas agências de publicidade da época. Outros exemplos deste cuidado foram observados também quando trouxemos situações como os vídeos incorporados à plataforma a partir de uma melhora na qualidade da internet no brasil; os quadrinhos que antes eram carro-chefe do portal e perdem espaço para os filmes e séries de TV do nicho em meados dos anos 2000, com o retorno dos super-heróis ao cinema em produções de bilheteria expressiva e a crescente popularidade de produções seriadas televisivas em todo o mundo; e a popularização dos *videocasts* no Youtube, coincidindo com a criação do canal Omeleteve e de produtos audiovisuais próprios do portal.

[113] Disponível em: <http://migre.me/wd6Z>. Acesso em 9 mar. 2017.

É nesse contexto de harmonização com as circunstâncias que acreditamos que houve a preocupação em ampliar a equipe dos vídeos do Omelete – antes composto apenas por três homens, Marcelo Forlani, Marcelo Hessel e Érico Borgo – para incluir a participação das mulheres, que antes se limitavam a um papel de bastidores no site e nos vídeos, graças, ao menos em parte, às mudanças editoriais trazidas à tona por uma forte exposição das questões feministas na internet[114]. Essa tendência de adaptação é intrínseca à própria cultura pop e ao nicho geek/nerd e é guiada, principalmente, pelos interesses comerciais que ditam 'o que vende' no período histórico vigente, mas também está em sintonia com os desenvolvimentos culturais da sociedade. No cenário da cultura pop, as mulheres são uma parte expressiva da massa consumidora e, ainda assim, o público predominante deste tipo de conteúdo traz consigo uma história marcada pela ausência de um protagonismo feminino na indústria cultural, em geral, e um estranhamento quando a mulher passa a ocupar um lugar de fala dentro deste nicho.

Os programas do Omeleteve fazem o papel de contextualizar e dar visibilidade aos produtos oriundos do cinema, da televisão e da cultura pop e nerd em geral. As configurações discursivas através das quais se operacionaliza a interação do programa com o público se valem da construção de lugares de fala específicos para o sujeito enunciador (o Omelete e os respectivos apresentadores de cada programa) e o enunciatário (o público-alvo que partilha dos mesmos tópicos de conhecimento que os mediadores dos *videocasts*). Desta forma, observar a história da inserção da mulher no Omelete, desde o primeiro vídeo do OmeleTV até o caso do Bloco X, nos permitiu compreender quais os fatores que motivaram e possibilitaram a criação deste programa, quais os principais agentes envolvidos e, nesse contexto, como os temas relacionados ao universo feminino foram tratados nos vídeos do Bloco X que elegemos para exploração.

Antes da análise propriamente dita, notamos ainda uma aproximação entre os programas hospedados no canal do Youtube do Omelete e as atrações veiculadas pela televisão. Conforme pontuamos aqui, não é difícil aproximar os papéis exercidos pelas apresentadoras, Carol Moreira, Natália Bridi, Míriam Castro e Aline Diniz, a um contexto de telejornalismo. Moreira, por exemplo, com sua saudação ao público e suas falas de efeito e de intermediação, assemelha-se à figura de mediadora. As demais integrantes assumem a função de especialistas em assuntos pré-determinados: Bridi é

[114] Segundo dados da Ong 'Think Olga', de janeiro de 2013 a outubro de 2015, o número de buscas pelo termo "feminismo" no Google aumentou 86,7% no Brasil – passando de 8.100 para 90.500 buscas. Disponível em: <http://migre.me/wcPyp>. Acesso em: 9 mar. 2017.

direcionada para cinema, Diniz, à televisão, e Castro, aos games. O pacto sobre o papel do jornalismo fica exposto em diversos aspectos dos vídeos: critérios de noticiabilidade como ‘atualidade’ são adotados para definir as pautas do programa; há um reforço constante por parte das apresentadoras em ressaltar o papel de fontes credíveis que elas exercem – não é raro ouvi-las dizer que leram e pesquisaram sobre este ou aquele assunto; a notabilidade também é pauta, por exemplo, quando a primeira ou a última vez em que algo acontece é critério para a definição do tema do dia.

Há ainda entre elas uma dinâmica de debate: o tema do episódio é apresentado por Moreira que, em seguida, faz uma colocação sobre este que permita que as argumentações entre as apresentadoras – cada qual especialista em seu próprio nicho – comecem. Esta divisão clara de papéis foi explorada de maneira mais explícita em nossa análise de gênero e modo de endereçamento. Adotamos a metodologia desenvolvida pelo Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea, que determina um estudo sobre a estrutura de sentimento, o gênero e o modo de endereçamento do programa (Gomes, 2011). O método em questão permite ao estudioso entender como todas estas nuances constroem, identificam e se atualizam um produto específico.

Nos atentamos, principalmente, aos operadores de análise do modo de endereçamento - de maneira resumida: a) mediadores, que observa quem são os personagens que constroem o produto, a maneira a qual eles se posicionam em frente à câmera, como essas personagens se direcionam ao espectador; b) contexto comunicativo, que abarca tanto o emissor quanto o receptor e as circunstâncias espaciais e temporais onde o programa se estabelece; c) pacto sobre o papel do jornalismo, que regula a relação entre programa e espectador, ditando o que este último deve esperar do programa e a maneira pela qual os valores que formam o jornalismo são atualizados; e d) organização temática, que ajuda a compreender os critérios adotados para o que entra ou não em pauta no programa e o modo específico como estas editorias são organizadas.

Na análise dos vídeos do Bloco X, percebemos algumas tendências recorrentes, tais como o uso da primeira pessoa do plural e a solicitação de comentários da parte do espectador a fim de criar um sentimento de integração junto ao público. Além disso, notou-se que, na tentativa de aproximar a audiência, a edição não cortava erros de gravação, o que, novamente, reforça a ideia de que o programa pretende se consolidar como uma espécie de diálogo informal entre amigos. Tanto que, diversas vezes, as apresentadoras erravam em momentos da fala enquanto as outras brincavam a respeito

da situação. A clara noção de que a audiência partilhava em totalidade do assunto tratado também foi sinalizada, ao passo que em, na maioria das vezes, não havia uma contextualização ou um aprofundamento sobre os produtos da cultura pop que as apresentadoras traziam à tona.

Apesar do clima amistoso que muitas vezes faz parte da ambientação do programa, há um tensionamento de posições a partir de pontos de vista divergentes entre as apresentadoras quando questões de cunho feminista aparecem na roda de conversa. Do ponto de vista feminista, por exemplo, Aline Diniz, conforme identificamos na análise dos vídeos da produção, recorrentemente se vale de falas com teor machista ou apoiadas em estereótipos da figura feminina, o que é raro de se notar em Carol Moreira, que assume, escancaradamente, o papel de pessoa mais liberal. À parte da dinâmica da apresentação, as integrantes exploram conteúdos, como afirmado à exaustão neste trabalho, sobre a cultura pop, oferecendo um 'olhar feminino' a eles. Este olhar, contudo, não é sinônimo de uma produção feminista ou que adota veementemente uma vertente, como pudemos observar no decorrer da análise de conteúdo. Há uma tentativa de desmitificar o caráter majoritariamente masculino da cultura pop e de tratar com naturalidade assuntos como liberdade sexual e empoderamento das mulheres; porém, quando estes assuntos são levantados, ainda há, por parte delas, um discurso mais conservador e pautado em um lugar-comum do papo entre mulheres, nominalmente centrado em relacionamentos amorosos e na aparência.

Este aspecto contraditório em relação ao que se propõe o Bloco X não se limita às apresentadoras, mas se estende à própria direção do site Omelete. Em seu perfil no Twitter, em 5 de maio de 2016, um dia após o último episódio do programa ir ao ar, o criador do site e diretor de conteúdo Érico Borgo escreveu: "Adeus Bloco X! Cumpriu seu papel com louvor e mostrou pra muita gente pq a @nataliabridi @carolmoreira3 e @a_alinediniz estão no @omelete[115]". Já em 21 de novembro deste mesmo ano, o seguinte diálogo foi travado na mesma rede social

> @ekkerph @erico_borgo é uma pena terem acabado com o Bloco X
> @erico_borgo @ekkerph não faz sentido o bloco x.[116]

Evidente que, apesar das conclusões expressas no trabalho, encontramos dificuldades durante o desenrolar do estudo. Isso porque, devido à proximidade histórica do produto com a nossa realidade, não pudemos observar, de maneira satisfatória, as implicações que o programa Bloco X ocasionou nos demais *videocasts*

[115] Disponível em: <http://migre.me/wcSLz>. Acesso em 9 mar. 2017.
[116] Disponível em: <http://migre.me/wd6YU>. Acesso em 9 mar. 2017.

do Omeleteve. As problemáticas encontradas, contudo, não diminuem a importância em analisar como as questões sobre a representatividade das mulheres estão sendo colocadas e discutidas no âmbito da cultura pop, em especial no nicho geek/nerd, ou nos impedem de reconhecer que, apesar das limitações, o Bloco X foi uma tentativa importante e bem-sucedida de legitimar a mulher como protagonista na cultura pop e no site Omelete.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana. **Carrie Fisher e a força das mulheres na cultura pop**. Site Zero Hora Cinema, 2016. Disponível em: <http://migre.me/wcAMx>. Acesso em: 9 mar. 2017.

ANDRADE, Ana Flávia. **GRANDE HERA! A representação do feminino na Mulher-Maravilha**. 2012. 82 f. Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social – Audiovisual, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, Brasília.

BARCINSKI, André. **Pavões Misteriosos 1974-1983: a explosão da música pop no Brasil**. São Paulo: Três Estrelas, 2014.

BEAUVOIR, Simone de. **O Segundo Sexo.** 4ª edição. Tradução de Sérgio Millet. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

BENNET, Andy. **Popular Music and Youth Cultura: Music, Identity and Place**. Londres: Macmillan, 2000.

BORGO, Érico. **A história do site Omelete – Por Érico Borgo.** 2013. Entrevista com Érico Borgo. Disponível em: <http://migre.me/wcLMa>. Acesso em: 9 de março de 2017.

_____. **Foras de Série – Érico Borgo**.2015**.** Entrevista com Érico Borgo para o programa "Fora de Série". 15'00". Disponível em: <http://migre.me/wcLTT>. Acesso em: 9 de março de 2017.

_____. FORLANI, Marcelo**. REVISTA EXAME, A OMELETE CRESCE COM SUA MISTURA POP DE SUPER-HERÓIS**. Entrevista com Érico Borgo e Marcelo Forlani para a Revista Exame, em 2009, sobre o processo de criação de conteúdo do site. Disponível em: <http://migre.me/wcLU3>. Acesso em: 9 de março de 2017.

_____. FORLANI, Marcelo; HESSEL, Marcelo. **Criadores do Omelete explicam origem do nome do site.** 2013. Entrevista com Érico Borgo, Marcelo Forlani e Marcelo Hessel para o site do CQC, da Band. Disponível em: <http://migre.me/wcLVc>. Acesso em: 9 de março de 2017.

_____. FORLANI, Marcelo; HESSEL, Marcelo. **Criadores do Site Omelete.** 2014. Entrevista com Érico Borgo, Marcelo Hessel e MareloFornali no programa Agora é Tarde, apresentado por Danilo Gentili, em 2013. Disponível em: <http://migre.me/wcLVA>. Acesso em: 9 de março de 2017.

BRIDI, Natalia; DINIZ, Aline; MOREIRA, Carol. **O melhor programa de todos os tempos! Bloco X.** 2014. No centésimo programa, Carol Moreira, Natalia Bridi e Aline Diniz revisitam a criação do programa. Disponível em: < http://migre.me/wcLXv>. Acesso em: 9 de março de 2017.

CASTRO, Fábio Fonseca. **Temporalidade e quotidianidade do pop**. In: SÁ, Simone; CARREIRO, Rodrigo e FERRARAZ Rogério (Org). Cultura Pop: Livro Compós. Salvador: Edufba, 2015.

CHANDLER, Daniel. **Semiotics for begginers**, 2004. Disponível em: <http://migre.me/wcLXZ>. Acesso em: 9 de março de 2017.

DESCARRIES, Francine. In: **Feminismos: Teorias e Perspectivas**. NAVARRO-SWAIN, Tânia (org). Revista da Pós-Graduação em História da UnB. Brasília, EditoraUnB, 2000, Vol. 8, números ½.

DOUGLAS, Susan. **Enlightened Sexism: the seductive message that feminism's work is done**. New York: Times Books, 2010.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1964.

FARO, José Salvador. **Nem tudo que reluz é ouro: contribuição para uma reflexão teórica sobre o jornalismo cultural**. Revista Metodista 2006, p.146. Disponível em: <http://migre.me/wcMdJ>. Acesso em: 9 de março de 2017.

FEIJÓ, Martin-César**. Cultura e Contracultura: Relação entre conformismo e utopia**. Revista Facom, nº 21, p. 1-10, 1º semestre de 2009. Disponível em <http://migre.me/wcMej>. Acesso em: 9 de março de 2017.

FORLANI, Marcelo. **EDIÇÃO EXTRA – PERFIL: MARCELO FORLANI – DEZEMBRO/2012.** Entrevista com Marcelo Forlani para o programa-laboratório "Extra" do curso de comunicação da Faculdade Cásper Líbero de São Paulo. Disponível em: <http://migre.me/wcMpk>. Acesso em: 9 de março de 2017.

_____. **Na onda da cultura geek: Como o Omelete cresceu.** 2015.Entrevista com Marcelo Forlani sobre a expansão do site Omelete para o Omelete Group para o site Diário do Comércio. Disponível em: <http://migre.me/wcMtu>. Acesso em: 9 de março de 2017.

GOMES, Itania Maria Mota. O Embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento e a consideração do jornalismo como processo cultural e histórico. In: CASTRO, Maria Lília Dias; DUARTE, Elizabeth Bastos. **Em torno das mídias: práticas e ambiências**. Porto Alegre: Sulina, 2008, v.1, p. 95-112.

_____. **Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo** (org.). Salvador: Edufba, 2011.

_____. GUTTMAN, Juliana. SANTOS, Thiago. Eles estão à solta, mas nós estamos correndo atrás: jornalismo e entretenimento no custe o que custar. **E-Compós**, v.11, n.2, 2008.

GOODWIN, Andrew. **Dancing in The Distraction Factory: Music Televison and Popular Culture**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992.

GUERRA, Josenildo Luiz. **O percurso interpretativo na produção da notícia**. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador.

GUTMANN, Juliana. **Sobre performance e historicidade: uma proposta de abordagem estética e cultural da MTV Brasil**. Compós 2015. Disponível em: <http://migre.me/vTYof>. Acesso em 9 mar. 2017.

_____. **Gênero como categoria analítica da TV: rastreando olhares dos estudos culturais**. In: SEIXAS, Lia; PINHEIRO, Najara Ferrari (Org). Gênero: Um diálogo entre Comunicação e Linguística. Editora Insular: Florianópolis, 2013.

_____. **Estratégias de Endereçamento da primeira versão do Jornal da MTV**. In: GOMES, Itania (Org). Gêneros Televisivos e Modos de Endereçamento no Telejornalismo. Salvador: Edufba, 2011.

HILGERT, Ananda. **Feminismo Pop**. 2015. Disponível em: <http://migre.me/wcMEf>. Acesso em: Acesso em 9 mar. 2017.

JENKINS, Henry. **Textual Poachers - Television Fans and Participatory Culture.** Londres: Routledge, 1992.

_____. **Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture**. Nova York: NYU Press, 2006.

_____, Henry. **Cultura de convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JHALLY, Sut. **The codes of advertising: fetishism and the political economy of meaning in the consumer society**. Routledge: Chapman & Hall, Inc., 1990.

JOVEM NERD. **Site Jovem Nerd**. Disponível em: <https://jovemnerd.com.br/>. Acesso em: 9 de março de 2017.

KING, Ynestra. **Curando as feridas: feminismo, ecologia e dualismo natureza/cultura**. In: BORDO, Susan R.; JAGGAR, Alison M. (org). Gênero, Corpo, Conhecimento. Tradução de Britta Lemos de Freitas. Rio de Janeiro: Record Rosa dos Tempos, 1997, original de 1988.

LAUZEN, Martha. **The Celluloid Ceiling: Behind-the-Scenes Employment of Women on the Top 250 Films of 2009**. Center for the Study of Women in Television & Film. San Diego State University, 2017a. Disponível em: <http://migre.me/wc7pCf>. Acesso em: 9 de março de 2017.

_____. **It's a Man's (Celluloid) World: Portrayals of Female Characters in the Top 100 Films of 2016**. Center for the Study of Women in Television & Film. San Diego State University, 2017b. Disponível em <http://migre.me/wc7p2>. Acesso em: 9 de março de 2017.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e sociedade**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1987.

MATOS, Patrícia. **De vergonha a orgulho: Consumo, capital simbólico e a ressignificação midiática da cultura nerd**. Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2012. Disponível em: <http://migre.me/vTYac>. Acesso em: 7 de março de 2017.

_____. **O nerd virou cool: identidade, consumo midiático e capital simbólico em uma cultura juvenil em ascensão**. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XVI. 2011, São Paulo. Disponível em: <http://migre.me/vTYbv>. Acesso em: 7 de março de 2017.

McROBBIE, Angela. **Postfeminism and popular culture**. Ensaio: Feminist Media Studies, Durham, v.4, n.3, p.255-264, 2004.

Mídia Kit Jovem Nerd, 2016. Disponível em: <http://migre.me/wd0Eq>. Acesso em: 7 de março de 2017.

Mídia Kit Omelete, 2016. Disponível em: < http://migre.me/wd0EF>. Acesso em: 7 de março de 2017.

MOREIRA, Carol. **Como foi trabalhar no Omelete? | #carolresponde #1**. 2014. Carol Moreira conta sua trajetória no site Omelete. Disponível em: < http://migre.me/wd0EY >. Acesso em: 7 de março de 2017.

MORLEY, David; BRUNSDON, Charlotte. **Everyday television: "Nationwide"**. London: British Film Institute, 1978.

MOZDNENSKI, Leonardo. **Feministas X Stupid Girls: a construção midiática da identidade feminina na cultura pop** In PEREIRA DE SÁ, Simone, CARREIRO, Rodrigo, FERRARAZ, Rogério (Org). Cultura Pop: Livro Compós. Salvador: Edufba, 2015.

OMELETE. **Site Omelete - Entretenimento levado à sério**. Disponível em: <https://omelete.uol.com.br/>. Acesso em: 7 de março de 2017.

PEREIRA, Camila. **A Redenção dos Nerds**. In: Revista Veja, ed. 2050, ano 41, n° 9, p. 102-105. Disponível em: <http://migre.me/wcN5r>. Acesso em: 9 de março de 2017.

SÁ, Simone; CARREIRO, Rodrigo e FERRARAZ Rogério (org.) **Cultura Pop: Livro Compós 2015.** Salvador: Edufba, 2015.

SANTANA-PENHA, Gelson. **O que é cultura pop?**. Acervo Nova Escola. 2009. Disponível em: <http://migre.me/wcN6V>. Acesso em: 9 de março de 2017.

SARLO, Beatriz. **Raymond Williams, uma releitura**. In: Paisagens Imaginárias. São Paulo: Edusp, 1997. p. 85-95.

SOARES, Thiago. **Abordagens Teóricas para Estudos Sobre Cultura Pop**. In: SÁ, Simone; CARREIRO, Rodrigo e FERRARAZ Rogério (Org).Cultura Pop: Livro Compós. Salvador: Edufba, 2015.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo. Volume1**. Florianópolis: Insular, 2004.

TYLER, Imogen. **Who put the "Me" in feminism? The sexual politic of narcissism**. A Feminst Theory, Lancaster, v.6, n.1, p. 25-44, Apr. 2005.

VANDJIK, Teun. **Discurso e Contexto: uma abordagem sociocognitiva**. São Paulo, Contexto, 2012.

WILLIAMS, Raymond. **The long revolution**. Harmondsworth: Penguin, 1971.

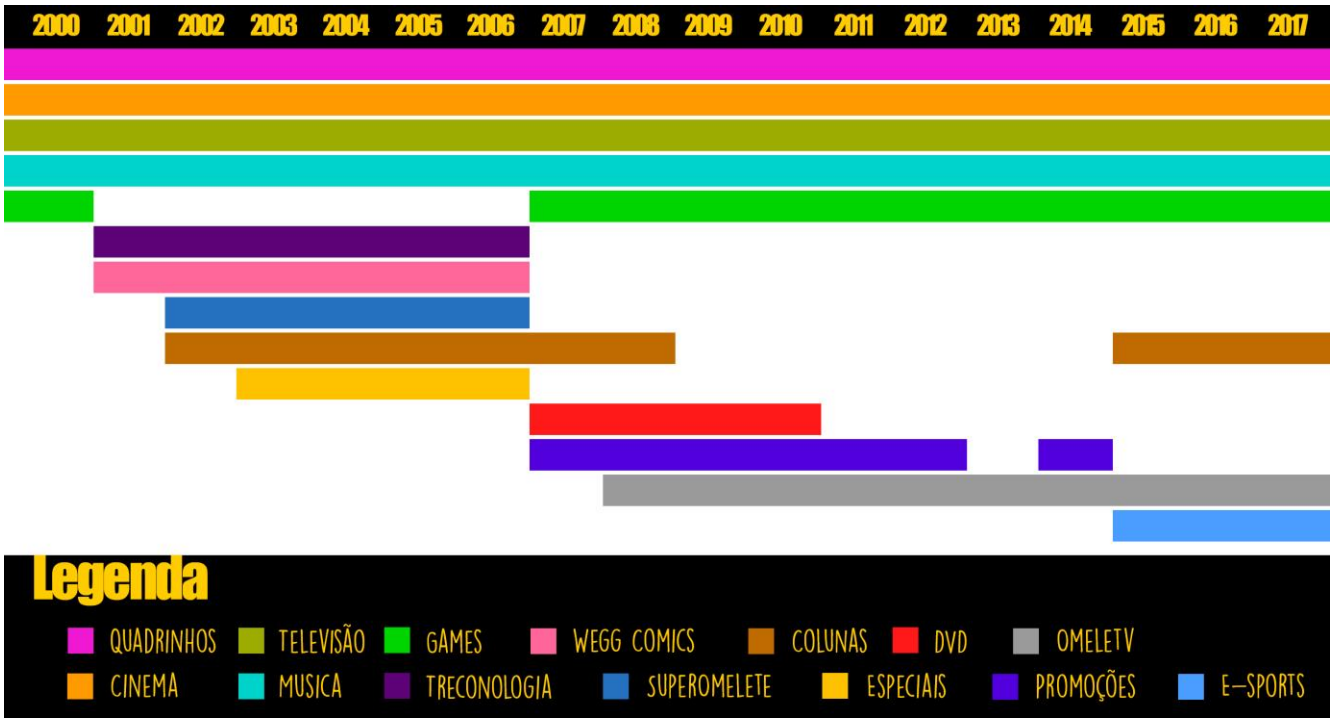
_____. **Marxismo e literatura**. Tradução de Waltensir Dutra. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1979.

_____. **Television: technology and cultural form**. 2ª. London: Routledge, 1997.

APÊNDICE

APÊNDICE

APÊNDICE A – ILUSTRAÇÃO DA EVOLUÇÃO DO CONTEÚDO DO SITE OMELETE ENTRE 2000 E 2017.



APÊNDICE B – TABELA DOS VÍDEOS DO BLOCO X

Nome	Data	Dia da Semana	Views	Apresentadoras	Merchandising	Palavras-chave	Duração	Convidados	Teor
Orange is the New Black | OmeleTV #239.X	06/09/2013	Sexta-feira	92k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	feminino, cultura pop	8'41"	não há	especial
Garganta profunda e pornografia | Bloco X	14/09/2013	Sábado	365k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	feminino, tabu, cultura pop, contexto histórico	8'20"	não há	especial
Friends, HIMYM e Seinfield | Bloco X	20/09/2013	Sexta-feira	116K	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	cultura pop	8'34"	não há	especial
O pornô brega e burro de 50 tons de cinza | Bloco X	01/10/2013	Terça-feira	326k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	feminino, tabu,cultura pop, contexto histórico	8'22"	não há	especial
Só tem mulherão neste... Bloco X	09/10/2013	Quarta-feira	194k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	feminino, cultura pop	8'40	não há	especial
Celebridades bagaceiras neste... Bloco X	16/10/2013	Quarta-feira	164k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	fofoca, cultura pop	8'04"	não há	lista
Xuxa polêmica e outros ícones de uma infância feliz | Bloco X	23/10/2013	Quarta-feira	145k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	cultura pop	8'24"	não há	lista
Lendas urbanas horripilantes neste... Bloco X	30/10/2013	Quarta-feira	225k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	cultura pop	9'50"	Marcelo Forlani	lista
Luciana Vendramini, nudez e mulheres que mudaram o cinema	06/11/2013	Quarta-feira	81k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	feminino, cultura pop	7'15"	Luciana Vendramini	opinião
Ménage à trois e triângulos amorosos nesse... Bloco X	13/11/2013	Quarta-feira	148k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	tabu, cultura pop	11'20"	não há	lista
Problemas femininos no apocalipse neste... Bloco X	20/09/2013	Quarta-feira	125k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	feminino, tabu, cultura pop	9'41"	Sugestão espectador	pessoal
Vampiros que não brilham no sol neste... Bloco X	27/09/2013	Quarta-feira	132k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	cultura pop	11'35"	não há	lista
As melhores cenas de dança do cinema nesse... Bloco X	04/12/2013	Quarta-feira	111k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	Just Dance	cultura pop, contexto histórico	12'37"	não há	lista
As vilãs mais terríveis do cinema nesse... Bloco X	11/12/2013	Quarta-feira	157k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	feminino, cultura pop	11'04"	não há	lista

Filmes para salvar o natal neste... Bloco X	18/12/2013	Quarta-feira	73k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	cultura pop, contexto histórico	11'13"	não há	lista
Expectativas 2014 do Bloco X	15/01/2014	Quarta-feira	82k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	Mundo Geek	cultura pop, contexto histórico	14'12"	não há	lista
Cansei dos cosplays do meu namorado	22/01/2014	Quarta-feira	101k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	cultura pop	11'37"	Sugestão espectador	perguntas e respostas
Os mistérios da friendzone neste Bloco X	29/01/2014	Quarta-feira	169k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	tabu, cultura pop	12'09"	não há	opinião
As melhores catfights do cinema neste Bloco X	05/02/2014	Quarta-feira	101k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	feminino, cultura pop	11'46"	Sugestão espectador	opinião
"Fui trocado por uma maratona de Senhor dos Anéis"	12/02/2014	Quarta-feira	133k	Aline, Mírian, Natalia	não há	cultura pop	12'09"	Thiago Romariz	perguntas e respostas
As melhores animações do cinema neste Bloco X	19/02/2014	Quarta-feira	123k	Aline, Mírian, Natalia	não há	cultura pop	11'38"	não há	lista
Muito além do beijo gay de azul é a cor mais quente	26/02/2014	Quarta-feira	288k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	tabu, cultura pop	12'32"	Sugestão espectador	lista
Tudo que rolou no Oscar neste... Bloco X	05/03/2014	Quarta-feira	178k	Carol, Mirian, Natalia	Heineken	cultura pop, contexto histórico	11'32"	Sugestão espectador	lista
Os melhores bromances do cinema e da tv	12/03/2014	Quarta-feira	143k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	14'03"	não há	lista
Os melhores programas ruins da TV	19/03/2014	Quarta-feira	219k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	cultura pop	14'30	não há	lista
Os filmes que marcaram nossas vidas	26/03/2014	Quarta-feira	228k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	cultura pop	11'40	não há	pessoal
As tecnologias que marcaram nossas vidas	02/04/2014	Quarta-feira	95k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	cultura pop	11'31"	não há	lista
Os melhores filmes e séries gays	09/04/2014	Quarta-feira	138k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	tabu, cultura pop	15'30"	não há	lista
Os filmes mais loucos de gente louca	16/04/2014	Quarta-feira	208k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	cultura pop	16'12	não há	lista
Atores que sumiram e voltaram às telas	23/04/2014	Quarta-feira	224k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	cultura pop, fofocas	15'21"	não há	lista
As mulheres em Game of Thrones	30/04/2014	Quarta-feira	190k	Aline, Carol, Mirian	não há	cultura pop	11'48	não há	lista
Os melhores filmes sobre filmes	07/05/2014	Quarta-feira	167k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	cultura pop	14'49	não há	lista
Só tem filmes de desgraça neste...Bloco X	14/05/2014	Quarta-feira	167k	Aline, Carol, Mírian, Natalia	não há	cultura pop	12'36"	não há	lista

Séries canceladas que voltaram	22/05/2014	Quinta-feira	154k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	10'19	não há	lista
Acabando com os clássicos de fantasia	29/05/2014	Quinta-feira	244k	Aline, Carol, Natalia	não há	tabu, cultura pop	10'01"	não há	lista
O ator morreu, e agora?	05/06/2014	Quinta-feira	313k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop, contexto histórico	11'41	não há	especial
Os piores namorados do cinema	12/06/2014	Quinta-feira	192k	Aline, Carol, Mirian, Natalia	não há	cultura pop	11'00"	não há	lista
A série ousada sobre mulheres: Orange is The New Black	19/06/2014	Quinta-feira	186k	Aline, Carol, Natalia	Netflix	feminino, cultura pop	8'19"	não há	especial
Os melhores filmes de estrada	26/06/2014	Quinta-feira	117k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	13'14"	não há	lista
Saiba tudo sobre Seinfield!	03/07/2014	Quinta-feira	72k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	13'49'	não há	especial
As melhores bandas da ficção	10/07/2014	Quinta-feira	127k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	13'27"	não há	lista
Filmes de um homem só	17/07/2014	Quinta-feira	176k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	13'52"	não há	lista
Os melhores animais do cinema	24/07/2014	Quinta-feira	177k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	16'35"	não há	lista
Os melhores bigodes do cinema e da TV	31/07/2014	Quinta-feira	94k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	13'24"	não há	lista
As maiores brigas de Hollywood	07/08/2014	Quinta-feira	349k	Aline,Natalia	não há	fofoca, cultura pop	13'30"	Thiago Romariz	lista
Um tributo a Robin Williams	13/08/2014	Quarta-feira	111k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop, contexto histórico	14'45"	não há	especial
Nostalgia: Os melhores programas de TV	21/08/2014	Quinta-feira	137k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	12'48"	não há	lista
As mulheres vão dominar Hollywood	28/08/2014	Quinta-feira	128k	Aline, Carol, Natalia	não há	feminino, cultura pop	12'28"	Sugestão espectador	lista
Tudo que você queria saber sobre sexo no cinema	04/09/2014	Quinta-feira	234k	Aline, Carol, Natalia	não há	tabu, cultura pop	13'21"	não há	lista
Dose dupla: irmãos gêmeos no cinema e na tv	11/09/2014	Quinta-feira	158k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	14'06"	não há	lista
Os cinquentões mais queridos de Hollywood	18/09/2014	Quinta-feira	98k	Aline, Carol, Natalia	não há	fofoca, cultura pop	13'45"	Sugestão Marcelo Hessel	lista
As piores traições de Hollywood	25/09/2014	Quinta-feira	211k	Aline, Carol, Natalia	não há	fofoca, cultura pop	10'20"	não há	lista
A maconha no cinema e na TV	02/10/2014	Quinta-feira	162k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	10'01"	não há	lista
As gravidezes mais bizarras	09/10/2014	Quinta-feira	387k	Aline, Carol, Natalia	não há	feminino, cultura pop	8'45"	não há	lista

do Cinema									
Os velhinhos no cinema	16/10/2014	Quinta-feira	126k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	10'44"	não há	lista
Os filmes que nós odiamos	23/10/2014	Quinta-feira	351k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	11'40"	não há	opnião, pessoal
História Macabras (e reais) que viraram filmes	30/10/2014	Quinta-feira	347k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	12'18"	não há	lista
As maquiagens mais transformadoras do cinema	06/11/2014	Quinta-feira	226k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	13'36"	não há	lista
As doenças mais bizarras do cinema	13/11/2014	Quinta-feira	225k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	12'21	não há	lista
Os cenários mais legais do cinema	20/11/2014	Quinta-feira	173k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	13'06"	não há	lista
A magia da dublagem	27/11/2014	Quinta-feira	180k	Aline, Carol, Natalia	Cartoon Network	cultura pop	11'13"	não há	lista
Os filmes que mais deram problemas durante a produção	04/12/2014	Quinta-feira	210k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	18'59"	não há	lista
A Comic Com do amor neste Bloco X	11/12/2014	Quinta-feira	162k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop, contexto histórico	18'59"	não há	pessoal
Scarlett Johansson, Robert Downey Jr e a escolha da galera nos melhores de 2014	18/12/2014	Quinta-feira	159k	Aline, Carol, Natalia	Warner Channel	cultura pop, contexto histórico	9'17"	não há	lista
Os melhores filmes e séries de 2014	25/12/2014	Quinta-feira	252k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop, contexto histórico	13'10"	não há	lista
Os melhores filmes e séries de 2015	08/01/2015	Quinta-feira	206k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop, contexto histórico	17'19	não há	lista
As melhores comidas do cinema	15/01/2015	Quinta-feira	161k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	12'27"	não há	lista
Os piores comentários da internet no Bloco X	22/01/2015	Quinta-feira	247k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop, feminino	11'16"	não há	opinião, pessoal
Além das espinhas: A adolescência no Cinema e na TV	29/01/2015	Quinta-feira	191k	Carol, Natalia	não há	cultura pop	14'41"	não há	lista
Os atores mais preguiçosos de Hollywood	05/02/2015	Quinta-feira	298k	Carol, Natalia	não há	cultura pop, fofocas	13'02"	Gabriela Feola	lista
As festas mais loucas do cinema e da TV	12/02/2015	Quinta-feira	155k	Carol, Natalia	não há	cultura pop	12'09"	Gabriela Feola	lista
Os BAPHOS do Oscar	19/02/2015	Quinta-feira	220k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop, fofocas	13'54	não há	opinião

Séries ruins que a gente ama	26/02/2015	Quinta-feira	442k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	12'13"	não há	lista, pessoal
A aguá acabou, e agora?	05/03/2015	Quinta-feira	148k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop, contexto histórico	14'03"	não há	lista
As melhores vinganças do cinema e da TV	12/03/2015	Quinta-feira	174k	Aline, Carol, Nataliia	não há	cultura pop	14'16	não há	lista
CILADA! Os piores amigos do cinema e da TV	18/03/2015	Quarta-feira	263k	Aline, Natalia	não há	cultura pop	14'53"	Gabriela Feola	lista
As teorias mais loucas da internet	25/03/2015	Quarta-feira	395k	Aline, Natalia	não há	cultura pop	13'19"	Gabriela Feola	lista
Os easter eggs mais legais do cinema e da TV	01/04/2015	Quarta-feira	275k	Aline, Natalia	não há	cultura pop	9'29"	Gabriela Feola	lista
Um ator, um filme, vários personagens	08/04/2015	Quarta-feira	169k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	10'10"	não há	lista
Os robôs também amam	15/04/2015	Quarta-feira	134k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	14'17"	não há	lista
As séries que mudaram nossas vidas	22/04/2015	Quarta-feira	196k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop, contexto histórico	10'36"	não há	pessoal
Os trailers que eram melhores que o filme	29/04/2015	Quarta-feira	382k	Aline, Carol, Natalia	O Hobbit	cultura pop	17'33	não há	lista
Os finais mais chocantes do cinema	06/05/2015	Quarta-feira	292k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	15'37"	não há	lista
Miga, as princesas mudaram!	13/05/2015	Quarta-feira	290k	Aline, Carol, Natalia	McDonald's	cultura pop, feminino	13'37"	não há	opinião
Atores que não envelhecem	20/05/2015	Quarta-feira	307k	Aline, Carol, Natalia	A incrível História de Adeline	cultura pop, celebridades	11'41"	não há	lista
MORRI! Um milhão de maneiras de morrer no cinema	27/05/2015	Quarta-feira	198k	Aline, Carol, Natalia	Syfi	cultura pop	12'43"	não há	lista
Como faço para trabalhar no Omelete?	03/06/2015	Quarta-feira	235k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	20'51"	não há	pessoal
CORRÃO! Os melhores memes da Internet	10/06/2015	Quarta-feira	275k	Aline, Carol, Natalia	DELL	cultura pop	14'09"	não há	lista
As celebridades mais mimadas!	17/06/2015	Quarta-feira	280k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop, fofocas	12'03"	não há	lista
Os coadjuvantes que roubam a cena	24/06/2015	Quarta-feira	280k	Aline, Carol, Natalia	McDonald's	cultura pop	12'35"	não há	lista
OWN! Filmes cheios de esperança	01/07/2015	Quarta-feira	163k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop, contexto histórico	13'06"	não há	lista
A vida secreta dos astros de Hollywood	08/07/2015	Quarta-feira	207k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop, fofoca	12'56	não há	lista

Os planos mais mirabolantes do cinema	22/07/2015	Quarta-feira	205k	Aline, Carol, Natalia	Homem Formiga	cultura pop	13'37"	não há	lista
E quando o filme fala com você?	29/07/2015	Quarta-feira	276k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	18'14"	não há	lista
Filmes para assistir com o pai	05/08/2015	Quarta-feira	126k	Aline, Carol, Natalia	DELL	cultura pop, contexto histórico	19'55"	não há	lista
Atores que não usam dublês	12/08/2015	Quarta-feira	198k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	13'57"	não há	lista
Séries e filmes bons pra fazer maratona!	19/08/2015	Quarta-feira	198k	Aline, Carol, Natalia	Sony	cultura pop	15'58"	não há	lista
Os casais mais bizarros	26/08/2015	Quarta-feira	298k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop, fofoca	12'01"	não há	lista
Filmes que aconteceram de verdade	02/09/2015	Quarta-feira	202k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	13'38"	não há	lista
O melhor programa de todos os tempos!	09/09/2015	Quarta-feira	196k	Aline, Carol, Natalia	Piticas	cultura pop, contexto histórico	10'31"	não há	pessoal
Filmes para adolescentes que mudaram o cinema	16/09/2015	Quarta-feira	216k	Aline, Carol, Natalia	Piticas/Maze Runner	cultura pop	9'51"	não há	lista
Comediantes em papeis dramáticos	23/09/2015	Quarta-feira	191k	Aline, Carol, Natalia	Piticas	cultura pop	10'25"	não há	lista
Vivendo o SONHO! Como é conhecer os bastidores de Hollywood	30/09/2015	Quarta-feira	146k	Aline, Carol, Natalia	Piticas	cultura pop	10'25"	não há	pessoal
As melhores (e as piores) identidades secretas	07/10/2015	Quarta-feira	210k	Aline, Carol, Natalia	Piticas	cultura pop	11'53"	não há	lista
Filmes para te deixar feliz	14/10/2015	Quarta-feira	156k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop, contexto histórico	10'31"	não há	lista
O futuro chegou! As melhores viagens no tempo do cinema	21/10/2015	Quarta-feira	145k	Aline, Carol	Piticas	cultura pop, contexto histórico	10'32"	não há	lista
O filme é bom, mas o final é uma bosta!	28/10/2015	Quarta-feira	227k	Aline, Carol, Natalia	Piticas	cultura pop	9'42"	não há	lista
Filmes que não queríamos ver, mas amamos	04/11/2015	Quarta-feira	201k	Aline, Carol, Natalia	Telecine	cultura pop	10'49"	não há	lista, pessoal
Crianças que parecem adultos	11/11/2015	Quarta-feira	149k	Aline, Carol, Natalia	Bozanno	cultura pop	12'10"	não há	lista
As maiores exploradoras do cinema	18/11/2015	Quarta-feira	123k	Aline, Carol, Natalia	Rise of The Tomb Rider	feminino, cultura pop	10'40"	não há	lista
Os melhores presentes do cinema e da TV	25/11/2015	Quarta-feira	123k	Aline, Carol, Natalia	Dell	cultura pop	11'14"	não há	lista
A internet no cinema e na TV	02/11/2015	Quarta-feira	123k	Aline, Carol, Natalia	Piticas	cultura pop	11'15"	não há	lista

As maiores loucuras dos fãs na CCXP	09/12/2015	Quarta-feira	134k	Aline, Natalia	não há	contexto histórico, cultura pop	10'57"	não há	pessoal
As falsianes do cinema e da TV	23/12/2015	Quarta-feira	170k	Aline, Carol, Natalia	Jandaia	cultura pop	9'59"	não há	lista
Retrospectiva 2015 do Bloco X!	30/12/2015	Quarta-feira	146k	Aline, Carol, Natalia	Piticas	cultura pop	26'02"	não há	lista
Expectativas 2016 do Bloco X	06/01/2016	Quarta-feira	186k	Aline, Carol, Natalia	Piticas	cultura pop	20'32"	não há	lista
Filmes feitos com pouca grana, mas que bombaram!	13/01/2016	Quarta-feira	159k	Aline, Carol, Natalia	Piticas	cultura pop, contexto histórico	10'26"	não há	lista
Os piores filmes de 2015 e o Framboesa de Ouro	20/01/2016	Quarta-feira	299k	Aline, Carol, Natalia	Piticas	cultura pop, contexto histórico	11'56"	não há	lista
Filmes mais polêmicos que mamilos!	27/01/2016	Quarta-feira	303k	Aline, Carol, Natalia	Piticas	cultura pop, tabus	15'03"	não há	lista
Peraí... Nossos pais também são nerds?	03/02/2016	Quarta-feira	136k	Aline, Carol, Natalia	Piticas	cultura pop	10'43"	não há	pessoal
O Oscar 2016 já está causando	12/02/2016	Sexta-feira	222k	Aline, Carol, Natalia	CNA	cultura pop, contexto histórico	12'51"	não há	opinião
Atores mais velhos que interpretam novinhos	17/02/2016	Quarta-feira	197k	Aline, Carol, Natalia	Dell	cultura pop	11'13"	não há	lista
Quando o personagem sabe que está no filme	24/02/2016	Quarta-feira	192k	Aline, Carol, Natalia	Piticas	cultura pop	9'36"	não há	lista
O melhor e o pior do Oscar 2016 (ao vivo)	29/02/2016	Segunda-feira	231k	Aline, Carol, Natalia	CNA	cultura pop, contexto histórico	29'16	não há	lista
As mulheres nos bastidores do cinema e da TV	11/03/2016	Quinta-feira	109k	Aline, Carol, Natalia	Social Comics	feminino, cultura pop	11'25"	não há	lista
Será que estamos na Era dos Spoilers?	23/03/2016	Quarta-feira	208k	Aline, Carol, Natalia	Piticas	cultura pop	13'27"	não há	opinião
Filmes tão bons que Hollywood copiou	30/03/2016	Quarta-feira	156k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	9'45"	não há	lista
Segredos do cinema: que p**** faz um diretor?	06/04/2016	Quarta-feira	125k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	13'09"	não há	opinião
Atores bons de língua	13/04/2016	Quarta-feira	130k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	11'23"	não há	lista
Onde foi parar a criatividade de Hollywood	20/04/2016	Quarta-feira	148k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	10'07	não há	opinião
Filmes que viraram séries	27/04/2016	Quarta-feira	130K	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop	10'06"	não há	lista
As melhores despedidas do cinema	04/05/2016	Quarta-feira	184k	Aline, Carol, Natalia	não há	cultura pop, contexto histórico	11'58"	não há	lista