

A Teoria Ator-Rede aplicada à Escala de Ódio:

Desestabilização e espalhamento de obras

mediáticas pelo blog Morri de Sunga Branca

Pedro Carlos

Mestrando - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia (UFBA). Membro do ANALÍTICA: Crítica de Mídia, Estética e Produtos Midiáticos.

E-mail: pedro.carlos@outlook.com

Resumo: A partir de uma análise do atual panorama comunicacional com ênfase na lógica de Cultura Participativa, problematiza-se, por meio da aplicação de conceitos-chave da Teoria Ator-Rede, questões comumente associadas à participação criativa. Considera-se que as alterações de códigos informativos e reordenamentos de sentidos atuam como modelo de desestabilização dos híbridos que compõem um conteúdo midiático, na medida em que escapam ao controle da esfera oficial de produção. Especificamente propõe-se investigar a abertura das caixas-pretas que são as obras audiovisuais massivas, como novelas e reality shows, através da sessão Escala de Ódio, do blog Morri de Sunga Branca.

Palavras-chaves: Espalhamento. Ator-Rede. Participação. Mediadores.

Abstract

From an analysis of current communicational landscape with emphasis in the Participatory Culture logics, we discuss issues commonly associated to creative participation through applications of Actor Network Theory's key concepts. We consider changes in the informative code and rearranging of meaning are acting like desestabilization model of hybrids that constitute a media content because they escape of the oficial sphere of production control. Specifically we propose to investigate the opening of the black-boxes that are the mass audiovisual product, like the soap operas and reality shows, using the session Escala de Ódio of the blog Morri de Sunga Branca.

Keywords: Spreading. Actor-Network. Participation. Mediators.

1. Introdução

A realidade se organiza, se transforma e nos é apresentada cotidianamente por meio de suas diversas associações. Quanto ao panorama comunicacional, se observadas suas possibilidades de interação, notamos novas instâncias discursivas se dispendo e se associando através de múltiplas plataformas que possibilitam a participação de actantes até então pouco claros. Nesta perspectiva, Jenkins (2009) defende a cultura da convergência como o *ethos* de uma sociedade que se comunica e se relaciona na cultura contemporânea.

Segundo Jenkins, Ford e Green (2013), um conteúdo massivo se espalha a novos nichos consumidores a medida em que um determinado público se vê impelido a reajustar as mensagens que obedecem a lógica “um para todos” às suas próprias necessidades informativas. Este reajuste é consequência de um contínuo processo de reposicionamento e recirculação do público através das plataformas interativas.

Em detrimento de outros termos¹, o conceito de “spreadability” (capacidade de espalhamento, tradução nossa) é priorizado em Jenkins et al (2013) por reforçar a ideia de que é o próprio público que assume o papel agenciador criativo e orgânico, dispensando “infecções” decorrentes de ações virais. Apesar de aparentemente menosprezar o papel dos não-humanos, os autores (2013: 4) reforçam que o termo faz referência aos recursos técnicos que facilitam a circulação de determinados conteúdos em detrimento de outros, às estruturas econômicas que

¹ Segundo os autores, “such terms [viral e meme] promise a pseudoscientific model of audience behavior. The way these terms are now used mystify the way material spreads [...]” (JENKINS, FORD & GREEN, 2013, p. 19).

sustentam ou restringem tal circulação, aos atributos de um conteúdo midiático que motivam o compartilhamento, e às redes sociais que conectam as pessoas por meio do intercâmbio de bytes repletos de significados. Ou seja, se a noção de espalhamento trata, em um primeiro momento, das capacidades de ressignificação humana para com obras midiáticas é porque tais capacidades se baseiam a uma vasta gama de mediações complexas.

Para Latour (2012), o primeiro passo para uma explicação dar conta de embasar suficientemente o social é considerar o hibridismo associativo entre agentes humanos/ não-humanos. Apesar de Jenkins et al (2013) se precaver quanto a este aspecto híbrido-associativo, ele não se ocupa quanto ao mapeamento dos rastros. Já Latour (2012) considera importante se desfazer de essencialismos e de outras questões macro-estruturantes na busca dos rastros das associações.

Neste artigo, buscaremos aplicar a Teoria Ator-Rede (TAR) sobre a questão do espalhamento no ciberespaço, partindo especificamente da adoção da cartografia de controvérsias a conteúdos do blog de humor “Morri de Sunga Branca”². Buscaremos avaliar de que maneira o caráter híbrido das mediações entre atores – humanos e não-humanos – se apresenta na capacidade de espalhamento de uma dada obra midiática. Para tanto, analisaremos o reposicionamento e a recirculação que caracterizam a fluidez dos conteúdos adaptativos a partir da seção “Escala de Ódio” do blog “Morri de Sunga Branca”.

O blog em questão está presente nas redes sociais Facebook, Twitter e Instagram, mas a maior parte do seu conteúdo é gerado em um site próprio, com textos expostos sequencialmente em uma página inicial (em formato blog) e divididos em quatro categorias principais: “o que teve?”, “encontre o erro”, “subcelebridades”, e “escala de ódio”. O conteúdo gerado do blog se destaca por propor adaptações criativas que possibilitam novos usos das obras audiovisuais da mídia massiva. Na categoria que pretendemos analisar, por exemplo, os autores do blog utilizam o humor para criticar as personagens de novelas e reality shows que estão prestes a estrear ou que estrearam há poucos dias na TV aberta.

2. Teoria Ator-Rede

Não pretendemos nos aprofundar em uma apresentação sobre a TAR e em seu desenvolvimento his-

² <http://www.aimorridesungabranca.com/>

tórico, no entanto, nos parece fundamental uma breve exposição sobre alguns de seus conceitos centrais para a discussão que propomos. Conforme lembra Lemos (2013), a TAR é uma sociologia da mobilidade em que as coisas se estabelecem obedecendo sempre a três condições móveis de instauração espaço-temporais: não sabemos exatamente a fonte original da ação; tampouco a direção do vetor da ação; e o valor e a qualidade da associação estão sempre se constituindo (Lemos, 2013: 32). A rede é, portanto, elemento chave para compreender movimento; trata do movimento de associação, do social em formação. “O ator é rede, a associação é rede e a inscrição atravessa as categorias posicionadas no micro ou no macro. A rede não é conexão, mas composição” (Lemos, 2013: 35).

Latour (2012) alerta que o ator não é a fonte de um ato, mas sim o alvo móvel de um conjunto amplo de entidades que convergem em sua direção. Os atores estão sempre se fazendo e desfazendo como redes (p. 75). A tarefa de um pesquisador da TAR é tratar essas entidades nomeadamente, no mesmo relevo das coisas físicas e concretas, não enquanto infraestruturas por onde as coisas passam. Desta forma todas as funções que assumem a ação não são fundidas em uma função única de caráter social, mas mantidas como acontecimento/mediação. Latour sugere priorizar as pequenas narrativas feitas a partir do rastreo das associações, ao invés de uma grande narrativa em que o Social explicasse tudo (quando nem mesmo a própria ideia de Social é explicável):

Os sociólogos do social parecem pairar como anjos, transportando poder e conexões quase imaterialmente, enquanto o estudioso da ANT tem de arrastar-se como uma formiga, carregando seu pesado equipamento para estabelecer até o mais insignificante dos vínculos (Latour, 2012:47).

Ao questionar a forma como o social é tratado na área acadêmica, a TAR busca abolir distinções entre macro-estruturas e micro-interações. Com o objetivo de estimular a aplicação de tais discussões às questões técnico-sociais, Venturini (2010, 2012) desenvolveu a Cartografia de Controvérsias como uma metodologia de pesquisa. Trata-se de uma série de técnicas (baseadas nesta “sociologia das associações”) para auxiliar o pesquisador a explorar e visualizar questões da contemporaneidade. Cartografar controvérsias é construir a rede que conecta os atores, seguir os rastros deixados por eles em suas associações, não interessado em identificar as questões que despertam acordo, mas a gama completa de opo-

sições em torno das questões de interesse (Venturini, 2012: 4).

Segundo Venturini (2010), controvérsias são conflitos, portanto decidem e são decididas por distribuição de poder; ou seja, atores não nascem iguais nas controvérsias. Neste ponto, Latour (2012) atenta para o risco de um determinismo teórico de se considerar o social enquanto fator duradouro e hegemônico o suficiente para manter, por conta própria, as relações de poder estáticas ou pouco móveis. Segundo ele, “quando o poder é exercido duradouramente, isso ocorre porque não é feito de laços sociais; quando precisa confiar unicamente em laços sociais, não dura muito” (Latour, 2012: 101). A solução para explicar uma durabilidade de poder é considerar que os objetos também participam na construção de um todo durável, ampliando a lista de actantes envolvidos no curso da ação. Para a TAR, objetos são atores completos, podem se envolver em associações e, portanto, devem ser levados em conta na cartografia.

Desta ontologia de conexões que considera todos participantes da ação, decorre a noção de um hibridismo na construção do real. Além de questionar a imposição de uma distinção prévia entre sujeitos autônomos e objetos meramente passivos, propõe-se que actantes humanos e não-humanos sejam simetricamente analisados (Latour, 1994). Este princípio da simetria se refere ao exercício metodológico de análise, em que o sujeito e objeto são vistos numa mesma topologia plana, ou seja, rompendo com as distinções entre o que antes parecia estar separado ou distante. Em última instância, trata-se simetricamente todo efeito das negociações em rede, inclusive a natureza e a sociedade. A partir desta simetria generalizada, a TAR propõe se dedicar à dinâmica das associações, “aos movimentos dos agenciamentos, à distribuição da ação entre atores diversos, humanos e não-humanos” (Lemos, 2013: 37).

3. A obra midiática

A rede que possibilita a formação de uma peça televisiva já é complexa desde que é proposta pela etapa de produção (ainda na mídia massiva). Mesmo antes de ser ressignificada e espalhada por agentes externos à instância original de produção, a obra (novela, série, reality show, programa de tv, etc) já é formada por associações híbridas. Além disso, vale destacar que uma novela recém lançada não é um produto fechado ou finalizado. O mesmo vale para outras peças de dramaturgia midiática e/ou entretenimento: ain-

da que haja uma sinopse que aponte um caminho a ser seguido no desenrolar da trama, o roteiro pode (e com frequência, é) adaptado à medida que o consumidor reage ao que lhe é oferecido³.

Mesmo que a audiência não participe do espalhamento do conteúdo, não o adaptando criativamente como propõe Jenkins et. al (2013), ela é consultada com frequência pelo canal produtor da obra. Como tem-se predominado no Brasil um modelo de exploração da TV esmagadoramente comercial, a esfera da produção procura dar ao público o que ele quer consumir, segundo se conclua por meio de pesquisas de preferências, mercado e audiência (Jambeiro, 2008). Na medida em que o público se associa com actantes outros, como o próprio sistema de exploração de TV no país e as pesquisas aplicadas pela esfera de produção, ele se configura como mediador importante na rede na qual está agindo.

A esta altura, é imperativo ressaltar que a TAR categoriza atores em dois tipos: mediadores e intermediários. Respectivamente, mediadores têm força própria para transformar, distorcer e modificar o significado ou os elementos que supostamente veiculam; já os intermediários não têm tal força de transformação, atuando de forma mais transmissiva. Um ator é uma concatenação de outros atores, e não uma causa seguida por uma série de intermediários (Latour, 2012: 158). Desta forma, poderíamos continuar seguindo os rastros de cada um destes atores que compõem a rede de um conteúdo audiovisual: por que predominou o modelo comercial de exploração de TV no país? Quais fatores influenciam nas pesquisas de mercado? O que motiva os interesses do público de televisão aberta no país? E, à medida que tais associações fossem (continuamente sendo) observadas e descritas, teríamos acesso a uma rede cada vez mais completa e híbrida na conformação de uma obra. De todo modo, apesar deste não ser o objetivo de nossa investigação atual, fica proposto um caminho para trabalhos futuros.

Além da audiência, outros diversos mediadores se articulam em rede caracterizando tais peças midiáticas. Ligando-se e religando-se sucessivamente, eles procuram estabilizar essas redes em “caixas-pretas”,

³ Um exemplo recente ocorreu na novela *Babilônia* (Rede Globo), que passou por uma série de mudanças na trama proposta inicialmente. As mudanças se confirmaram após a obra marcar baixos índices de audiência nas primeiras semanas de transmissão e sofrer um boicote proposto por parte do público. Como forma de negociação com uma audiência mais conservadora, foram cortadas cenas de beijos e foi cancelada a trama que estava planejada de um casal gay.

propiciando uma relativa formalização dos conteúdos. É por conta dessa rede de distribuição e estabilização de agências que a obra é apresentada aos consumidores da forma mais coerente possível. Prova disso é que, ainda que esteja aberta a modificações, uma novela está em grande parte definida e estruturada logo que estreia. Corrobora para essa estabilização que mediadores como canal, horário, classificação indicativa, duração, locação da trama, núcleos, direção, roteiristas, orçamento para produção, atores e tramas principais, dificilmente mudem no decorrer de uma novela (ou de uma outra peça de dramaturgia audiovisual). Mesmo reality shows precisam ser fiéis às regras do jogo e espera-se sempre um grau de coerência dos participantes/jurados. Do contrário corre-se o risco de desestabilizar o ator (no caso, a obra), criando uma controvérsia.

Quando a estabilidade dos híbridos é duradoura, as caixas-pretas podem desenvolver generalizações, preconceitos e estereótipos de todo tipo no imaginário comum. Simplificações como “novela mexicana é caricata”, “Big Brother é apelativo”, “mocinhos de novela são entediados”, “novelas da Globo têm mais qualidade”, seriam possibilitadas por encaixapretamentos mais resistentes a controvérsias, por exemplo. Nesse caso, o Morri de Sunga Branca (mais especificamente a Escala de Ódio) se destaca por expor e questionar tais previsibilidades e arquétipos de personagens decorrentes destas estabilizações.

É possível abrir caixas-pretas quando um projeto estanque é colocado em crise por um fator externo, um programa adversário, uma teoria crítica e em qualquer outra situação em que se questione o que parecia natural ou se recupere o que havia de problemático em uma rede estabilizada (Lemos; Holanda, 2013). Portanto, ao fazer uso do deboche como recurso humorístico, o blog atua como uma espécie de programa de desestabilização criativa frente a um conteúdo encaixapretado da mídia massiva.

Dentro do que Braga (2006) considera como um sistema de interação social sobre a mídia, um processo crítico é entendido como algo mais amplo do que o trabalho analítico desenvolvido por intelectuais e teóricos. Tais ‘críticas’ se voltam para os processos de produção midiática e seus produtos, em termos de um enfrentamento tensional que resulte em análise interpretativa, controle de desvios e equívocos midiáticos ou em aprendizagem e socialização competentes (Braga, 2006: 46). No objeto analisado, várias questões problemáticas que pareciam conformadas ou pouco aparentes, como lugar de fala (Orlandi, 2002), extensão da obra (Dalmonte, 2009; Zago, 2013) e no-

vas formas de consumo (Thornton, 1996; Dalmonte, 2014), ganham fôlego por meio deste tensionamento crítico impulsionado pela Escala de Ódio.

4. A Escala de Ódio e os outros mediadores

Segundo Lemos e Holanda (2013), a cartografia de controvérsias pode reconstituir a disputa entre os dois programas de ação, “já que a defesa do objeto disputado implica a mobilização da sua rede para fazer face à crítica. As estabilidades serão postas em crise. As caixas-pretas serão abertas, por um lado ou pelo outro. A controvérsia é já em si a abertura da caixa-preta” (Lemos; Holanda, 2013: 15). Em Latour (2012), somos apresentados ao termo tradução, que trata de uma relação que não conduz causalidade, mas induz dois mediadores à coexistência. Se alguma causalidade parece ser transportada de modo rotineiro entre um conteúdo para TV e um texto humorístico de um blog, então “é a prova de que outros mediadores foram mobilizados para tornar este deslocamento fácil e previsível” (Latour, 2012: 160).

Os primeiros destes “outros mediadores” que nos vêm à mente são justamente os recursos tecnológicos, jurídicos e econômicos necessários para o desenvolvimento de um ambiente favorável à mídia espalhável. Juntos, tais recursos se aperfeiçoam e se associam, possibilitando algumas das condições para a estabilização das redes sociais como ambiente de interação. A redução dos custos de produção e distribuição, por exemplo, expande o raio de ação dos canais alternativos, permitindo aos consumidores apropriarem-se dos conteúdos e colocá-los de volta em circulação de novas formas (Jenkins, 2009: 46). Deuze (2013) defende que o homem vive imerso na mídia graças, dentre outros fatores, a artefatos tecnológicos sempre ligados e conectados que estendem nossa capacidade comunicativa: “parece que nossas vidas na mídia servem para minar hierarquias institucionais e introduzir mobilidade nas relações sociais” (Deuze, 2013: 115).

À medida que o conceito de circulação se associa às profundas inovações tecnológicas (na forma de meios e discursos), fica mais evidente que o consumidor age sobre o conteúdo. Concomitantemente, Jenkins (2009) considera o aprimoramento de uma inteligência coletiva e de uma cultura participativa na explicação deste fluxo de conteúdo que perpassa várias plataformas, agregando valores. Portanto, o usuário (e potencial leitor do blog em questão) desempenha função de mediador ao se associar à rede,

transformando-a à medida em que interage e a adequa a seus interesses.

Anderson (2006) evidencia a possibilidade de uma conservação prolongada do produto na cena midiática, em detrimento de uma passagem mais popular e barulhenta, mas menos perene em termos de audiência. Os produtos midiáticos seriam então estendidos a mercados de nicho impulsionados por esta nova arquitetura da participação: “a linha tradicional entre produtores e consumidores tornou-se menos nítida. Os consumidores também são produtores. Alguns criam a partir do nada; outros modificam os trabalhos alheios, remixando-os de maneira literal ou figurativa” (Anderson, 2006: 81).

Não seria de todo incoerente, portanto, considerar que os autores da “Escala de Ódio” são como muitos outros consumidores que modificam conteúdos massivos visando melhor adequá-los à demanda de um nicho. No entanto, os blogueiros Bic Müller e Thiago Pasquoloto alcançam uma posição de maior influência em relação aos demais actantes-usuários tanto pelas alterações de sentido e uso propostas em seus posts no blog, quanto pela repercussão que eles mobilizam na rede, motivando e pautando os demais usuários à permanecerem cocriando e consumindo de acordo com lógica do espalhamento midiático.

Um dos processos que dispositivos sociais realizam ao desenvolverem um trabalho crítico é lançar vetores interpretativos e/ou de ação em direção aos subsistemas de produção e de recepção: por um lado estimulam as competências dos usuários para selecionar, interpretar e desenvolver sua própria competência crítica; por outro, com os produtores e sistemas de produção, teria o sentido de remodelar, qualificar seus produtos e processos (BRAGA, 2006: 47). Como mediadores, os autores do blog têm esta função transformadora na rede, se associando tanto com a obra matriz a qual se referenciam (e com toda a rede que a estabiliza enquanto ator), quanto com os usuários que possuem demandas específicas.

O “Morri de Sunga Branca” foi criado em 2009 e ganhou destaque na Revista Veja São Paulo (Hiraoka, 2013) em março de 2013 ao alcançar a marca de dois milhões de acessos por mês pela primeira vez. Na época, o blog entrou em evidência por apontar erros de lógica e continuidade na novela Salve Jorge (2012 – 2013), da rede Globo. O teor satírico das postagens se espalhou em compartilhamentos no Facebook e menções no Twitter, onde os usuários incorporavam expressões e apelidos criados pelo blog em tweets feitos simultaneamente à exibição da trama. Na semana final de exibição do folhetim, tuiteiros mobilizados

pela Bic Müller colocaram a hashtag #AprendicomSalveJorge em primeiro lugar entre os assuntos mais comentados na rede social no país. A ideia da brincadeira consistia em dizer, ironicamente, quais os ensinamentos deixados pela trama de Glória Perez (fig. 1).

A relação dos autores com a Globo rendeu frutos profissionais que complexificam ainda mais a rede em questão. No início de 2013 ambos foram contratados pelo grupo de comunicação, inicialmente como comentaristas do Big Brother Brasil na página do reality show e depois como roteiristas e apresentadores de um canal de vídeo, o “Morri na TV”⁴, hospedado na plataforma digital GShow. Não há como mensurar precisamente o quanto esta aproximação contratual influencia nossa controvérsia, já que os blogueiros continuaram criticando e remixando criativamente os conteúdos audiovisuais massivos de todos os canais em seu site próprio, externo ao controle da Globo.



Figura 1: Bic Müller mobiliza o uso da hashtag no Twitter.
Fonte: disponível em <https://twitter.com/bicmuller/status/335073856500924416>

⁴ Segundo o site Gshow, no Morri na Tv os “blogueiros Bic Müller e Thiago Pasquolotto dão opiniões ácidas sobre a programação”. Especificamente neste ambiente, o universo de análise dos blogueiros é restrito aos conteúdos de produções da Globo.

Também não cabe a nós, enquanto investigadores, julgar o mérito deste tipo de composição. Cartografar controvérsias não implica finalizá-las, mas ao contrário, necessita o rastreamento das conexões entre elas, deixando a resolução aos próprios atores engajados (Latour, 2012). Ou, como recupera Venturini (2010), cabe ao cartógrafo “apenas” observar e descrever a controvérsia.

Os dois blogueiros se revezam na produção dos posts da categoria “Escala de Ódio”, mas o formato dos textos é semelhante: começam introduzindo brevemente qual obra irá ser criticada, para depois passar a tratar separadamente sobre alguns personagens (ou participantes, no caso de reality shows). Não fica claro no conteúdo do texto qual o critério usado para a seleção destes personagens descritos. De maio de 2012 a maio de 2015, foram 21 postagens na sessão analisada, sendo doze críticas a novelas e nove a reality shows (quanto aos canais, quinze eram produções da Globo, quatro da Record e duas do SBT). De maneira geral, os textos se caracterizam por descrições breves dos personagens/participantes, normalmente divididas em três partes: “o que vai fazer”, onde o perfil da personagem é resumido; “por que

vamos odiar”, em que o blogueiro dá suas impressões sobre os motivos para odiá-lo durante a trama; e a escala de ódio propriamente dita (fig. 2), que quantifica (teoricamente numa escala de um a cinco, mas cinco não é o limite máximo) em ícones que remetam ao personagem, o “quanto vamos odiar” [fig.2].

Assim, observados os rastros que marcam os textos armazenados no blog em questão, é possível identificar e categorizar duas manobras distintas de destabilização das obras criticadas. A primeira delas é a apropriação de autoria, que se caracteriza pela introdução de novos sentidos, ficcionais ou não, à trama inicialmente proposta. São adicionados elementos textuais, seja pelo reposicionamento quanto às possíveis inadequações na proposta (roteiro, elenco, etc) da obra, seja pelo levantamento dos arquétipos e lugares comuns das personagens, baseados nas produções anteriores semelhantes. Por exemplo, no tópico “por que vamos odiar” da descrição, os blogueiros normalmente inserem dados sobre os personagens, informações e opiniões que não seriam encontradas na versão original da obra. Tais elementos atuam como novos mediadores que, se articulando com os antigos, passam a compor a rede que formaliza um novo produto midiático [fig. 3].

Numa escala de 1 a 5 vilãs decepcionantes, quanto vamos odiar:

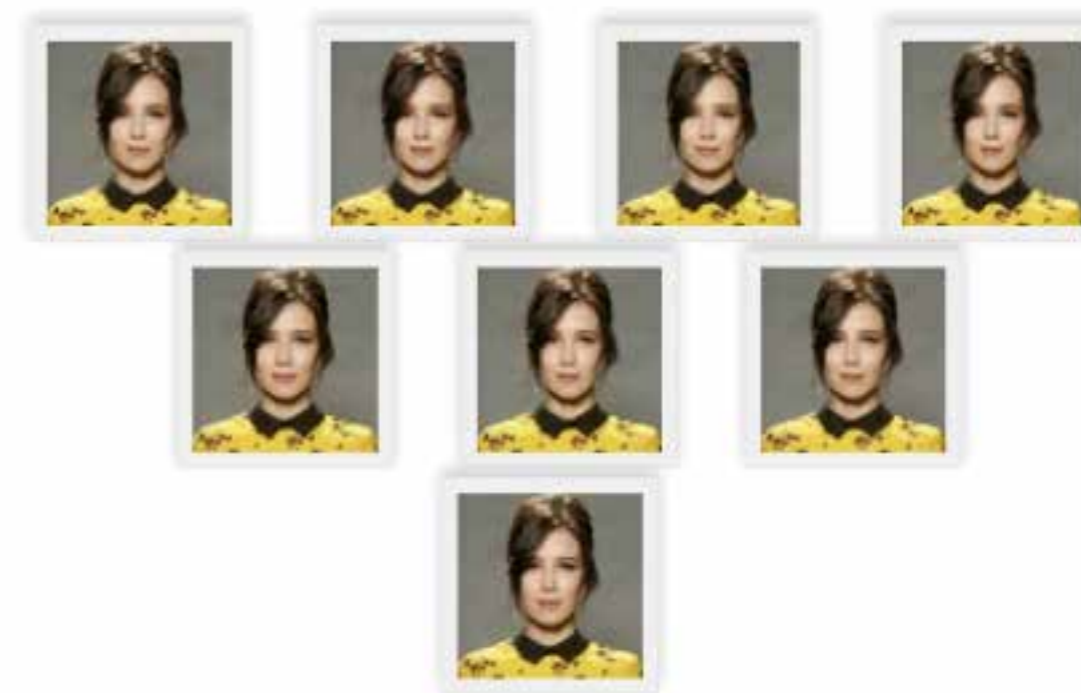


Figura 2: Exemplo de escala de ódio.

Fonte: Disponível em <http://www.aimorridesungabranca.com/2015/05/parem-as-maquinas-escala-de-odio-da.html>

Por que vamos odiar: Adoro odiar esse tipo de personagem que a gente fica gritando com a tv "TOMA UMA ATITUDE, MEU SENHOR!"

Figura 3: "Por que vamos odiar" sobre um personagem submisso.

Fonte: disponível em <http://www.aimorridesungabranca.com/2015/03/parem-as-maquinas-escala-de-odio-de.html>

A segunda manobra identificada acontece através do referenciamento à obra oficial, ou seja, por apontamento dos conflitos internos e esperados da trama, tomados por base a partir das primeiras exibições da obra ou da sinopse fornecida pela própria instância de produção original. Em um primeiro momento, esta manobra pode parecer não se tratar de um reposicionamento criativo do produto midiático, já que aparentemente o texto do blog apenas reproduziria o que já foi sugerido pela produção, sem a introdução de novos sentidos. No entanto, transcrever um signo de uma natureza audiovisual para um texto de blog de humor exige um esforço que vai além de uma reprodução literal.

Ainda que busque se relacionar com a obra de referência, o aproveitamento temático sofre intervenções das convenções estabelecidas e da linguagem do meio e do gênero; o mesmo ocorre com a estrutura

narrativa e a maneira de propor a história (Nagami, 2004). É possível reproduzir, em maior ou menor grau de fidelidade, roteiros e tramas em um sistema semiótico diferente do proposto originalmente, mas a mesma reprodutibilidade já não é possível com os meios expressivos específicos de cada sistema. Procurar reproduzir com exatidão todos os recursos visuais de uma obra visual em um sistema literário geraria, no máximo, uma descrição longamente desgastante e repetitiva, sem nunca alcançar de fato todo seu objetivo. Ao invés disso, o que ocorre é um desapego com vínculos formais, prezando-se apenas por uma vaga relação intertextual com a obra original (fig. 4). Nesse sentido, Plaza (2003) considera que uma tradução intersemiótica, muito mais que uma mera transposição ou aproximação de signos verbais, é uma operação similar à própria criação.

Para Latour e Lowe (2010) o que fortalece uma obra de arte é a sua capacidade gerar uma linhagem que propicie as mais diversas edições possíveis. Apesar de os autores abordarem o tema sob uma perspectiva mais clássica e elitista, tratando especificamente de reproduções técnicas das obras de arte em grandes museus do mundo, este argumento converge à perspectiva que estamos abordando. É tentador, portanto, buscar por um paralelismo à nossa abordagem mais popular sobre a reprodução criativa das obras televisivas.

E a novela já nos primeiros segundos de exibição, começa com Tatá em NY embasbacada com o merchandising descarado da Coca-Cola na Times Square



Figura 4: Referenciamento da novela "I love Paraisópolis" para a Escala de Ódio

Fonte: disponível em <http://www.aimorridesungabranca.com/2015/05/parem-as-maquinas-escala-de-odio-da.html>

Em ambos os sentidos, caso uma obra não seja espalhada, ela seria esquecida e tão logo desapareceria, como uma música que não toca mais nas rádios, por exemplo. Para os autores, isto faria a obra perder sua aura. Ainda que não haja nenhuma pretensão de fidelidade, ao contrário das fac-símile analisadas por Latour e Lowe (2010), as duas formas de reproduções são o que dão sentido ao original enquanto tal. Desta forma, a própria noção de autoria de uma obra artística se torna tão indefinida (e difusa) quanto a de aura.

A obra se expande discursivamente, tanto em razão deste desapego característico em fazer uma versão verossímil ao conteúdo de referência, quanto pela despreocupação finalística com a alteração de seus códigos informativos. A medida que a Escala de Ódio adapta criativamente os conteúdos por meio de diferentes transações online, ocorrem transbordamentos no universo narrativo da obra original. Em nosso caso de análise em particular, o uso do recurso humorístico é central por parte dos blogueiros na construção de um discurso lúdico que caracteriza todo este transbordamento narrativo.

O humor representa, portanto, mais um actante transformador na construção destes ambientes textuais complementares, visto que ele é, em grande medida, o fator de justificativa a esta aparente negligência a motivações outras que não a simples manifestação criativa e a diversão. O humor atua como espécie de camuflagem à interesses particulares e outros.

Quando a chamada Cultura Participativa se desenvolve a partir de elementos lúdicos descompromissados com qualquer regime de estabilidade de um dado programa de ação, as situações ou personagens são expostos a novos regimes de significação, mas que não necessariamente se desvinculam da obra matriz. Atuam como pontes, ligando as duas versões da obra (a oficial e a remixada) e, com isso, evidenciam seu prolongamento. O limite estrito entre o produto midiático e o que é construído sobre ele é muitas vezes embaçado em função da fluidez textual e, em alguns casos, a definição deste limite deixa de ser relevante. Para além do próprio texto que compõe a obra audiovisual inicialmente, ela passa a ser composta também por elementos pré-textuais (que o anunciam) e pós-textuais, bem como por uma ampla rede de comentários (Dalmonete, 2009).

5. Considerações finais

Em suas análises sobre as interações mediadas por computador, Zago (2011) questiona se a participação dos interagentes faz parte da dimensão da obra, na medida em que eles podem construir novos sentidos através da recirculação. O prolongamento narrativo a formatos menos massivos, pode ainda propiciar novas e inusitadas formas de consumo. Com isto, as ações propostas pelo blog se configuram também como atualizações dos textos a que fazem referência. Asseguram seu consumo (ainda que de forma não convencional e não almejada pela esfera de produção oficial), ao atualizarem os textos a públicos com demandas específicas e nem sempre atendidas pela mídia de massa. Não sem razão, Jenkins et al (2013) sintetizam seus pressupostos em uma mensagem simples e direta: "if it doesn't spread, it's dead" (p. 1). Consequência disto é que, de seu cerne em diante (a cada nova recirculação), a obra tem sua apresentação e divulgação renovada, assegurando disponibilidade a novos consumidores, que podem ou não ter conhecimento do conteúdo original que suscitou o desdobramento.

Notadamente, encerramos nossa cartografia com vários pontos em aberto: sinal de que a controvérsia permanece não apenas atual e relevante, mas principalmente quente e movediça como o próprio magma que Venturini (2010) propõe que nos aventuremos em pesquisar. Tal qual a confecção de mapas de topografias físicas complexas, em que é impossível e nada útil representar graficamente a realidade usando uma escala 1:1, a cartografia de controvérsias também está, em maior ou menor grau, sujeita a distorções e simplificações em suas representações. De toda sorte, buscamos construir a rede de maneira a visualizar, em um primeiro momento, as associações híbridas que compõem os dois programas de ação envolvidos em nossa controvérsia (obra televisiva e Escala de Ódio) para, em seguida, mostrar a maneira que ambos os programas se associam.

De posse desta rede, foi possível concluir como a participação criativa do Morri de Sunga Branca tem uma dupla ação para com o produto televisivo: 1) expande o conteúdo a narrativas e públicos não imaginados originalmente; e, 2) abre a caixa-preta ao propor uma construção de autoria coletiva por meio de uma rede sócio-técnica que escapa ao controle da esfera de produção. O ímpeto seguinte é questionar se o espalhamento midiático é a causa ou a consequência da desestabilização dos híbridos que compõem a obra. No entanto, propor qualquer relação causal

simples entre uma ação e outra não nos parece suficiente para abordar toda a complexidade deste caso. Ambas se associam e acontecem simultaneamente, se difundem e escapam de um controle hierárquico formal à medida em que os conteúdos agregam novos usos e valores.

6. Referências

- ANDERSON, Chris. *A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Tradução, Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- BRAGA, José L. *A Sociedade enfrenta sua mídia: Dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus, 2006.
- DALMONTE, Edson. Comunicação, tecnologia e práticas interativas: diálogos e Circularidades. *Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM)*. Foz do Iguaçu (PR), 2014.
- _____. “A esfera paratextual: o lugar do leitor-participante no webjornalismo”. *Revista Galáxia*, São Paulo, dez. 2009, pp. 113-124.
- DEUZE, Mark. “Viver como um zumbi na mídia (é o único jeito de sobreviver)”. *Revista Matrizes*, São Paulo, jul. 2013, pp. 113-129.
- HIRAOKA, Ricky. *Blog de humor alcança 2 milhões de visualizações por mês*. Disponível em <http://vejasp.abril.com.br/materia/blog-morri-de-sunga-branca/>. Acesso em 20/05/2015.
- JAMBEIRO, Othon. “A regulação da TV no Brasil: 75 anos depois, o que temos?”. *Revista Estudos de Sociologia*, São Paulo, 2008, pp. 85-104.
- JENKINS, Henry; FORD, Sam & GREEN, Joshua. *Spreadable Media: creating value and meaning in a networked culture*. Nova York: New York University Press, 2013.
- JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. Tradução, Susana Alexandria. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- LATOUR, Bruno. *Reagregando o social: uma introdução à teoria Ator-Rede*. Tradução, Gilson César Cardoso de Sousa. Salvador - Bauru: EDUFBA – EDUSC, 2012.
- LATOUR, Bruno; LOWE, Adam. *The migration of the aura or how to explore the original through its fac similes*. Disponível em: <http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/108-ADAM-FACSIMILES-GB.pdf>. Acesso em: 22/05/2015
- LATOUR, Bruno. *Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica*. Tradução, Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: 34, 1994.
- LEMOS, André; HOLANDA, André. Do Paradigma ao Cosmograma: sete contribuições da Teoria ator-rede para a Pesquisa em Comunicação. *Anais do XXII Encontro Nacional da Compós*. Salvador (BA), 2013.
- LEMOS, André. *A Comunicação das Coisas: teoria ator-rede e cibercultura*. São Paulo: Annablume, 2013.
- NAGAMINI, Eliana. *Literatura, Televisão, Escola: estratégias para leitura de adaptações*. São Paulo: Cortez, 2004.
- ORLANDI, Eni. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. 4 ed. Campinas: Pontes, 2002.
- PLAZA, Julio. *Tradução Intersemiótica*. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- THORNTON, Sarah. *Club Cultures: music, media and*

- subcultural capital*. Middletown: Wesleyan University Press, 1996.
- VENTURINI, Tommaso. Building on faults: *How to represent controversies with digital methods*. *Public Understanding of Science*, Londres, out. 2012, pp. 796-812.
- VENTURINI, Tommaso. *Diving in magma: how to explore controversies with actor-network theory*. *Public Understanding of Science*, Londres, mai. 2010, pp. 258-273.
- ZAGO, Gabriela. A participação dos integrantes nos sites de redes sociais como uma dimensão do acontecimento jornalístico. *Revista Intexto*, Porto Alegre, jul. 2013, pp. 156-170.

*Recebido em 20 de julho de 2015.

*Aprovado em 15 de setembro de 2015.