

# Não é só por 20 centavos: marcas de afeto como experiência e potência comunicativa nos audiovisuais produzidos por “Rafucko”\*

Marina Caminha\*\*

---

## Resumo

Esse artigo é parte constituinte de uma pesquisa sobre as marcas de narrativas cômicas, inscritas nas formas de significação juvenis e vinculadas ao consumo e produção de audiovisuais compartilhados na internet. Nesse trabalho, especificamente, proponho mostrar as relações entre as marcas de um riso televisivo e os audiovisuais produzidos pelo midiativista Rafucko durante as manifestações juvenis, ocorridas no Brasil entre Junho e julho de 2013.

**Palavras-chave:** Televisão, Comicidade, Redes Sociais; Engajamento Afetivo.

## Resumen

Este artículo es parte de un estudio sobre las marcas de las narrativas cómicas, inscritas en las formas de significación juveniles, vinculados con el consumo y la producción de audiovisuales compartidos en Internet. En este trabajo, en concreto, me propongo investigar las relaciones entre las marcas de la risa televisiva y los audiovisuales producidos por *mediativista* Rafucko durante las manifestaciones juveniles en Brasil ocurridas en 2013.

**Palabras Claves:** Televisión, Comicidad, Redes Sociales; Implicación Afectiva.

## Abstract

This article is a constituent part of a research on the brands of comic narratives, entered in the forms of youth significance, linked to the consumption and production of audiovisual products, shared through Internet. In this work, specifically, I propose to show the relationships between the marks of a television laughing and the audiovisual products made by the media-activist Rafucko, during the youth manifestations that took place in Brazil between June and July 2013.

**Key words:** Television, Comicality, Social Networks, Affective Engagement.

---

---

\* Parte desse artigo foi apresentado na I Bienal Latinoamericana de Infancias y Juventudes: Democracias, Derechos Humanos y Ciudadanía, ocorrida em Manizales/Colômbia, 2014.

\*\*Pós-doutoranda em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM/SP; Doutora e Mestre em Comunicação pela UFF/Rio de Janeiro. Participa do GP Comunicação e Culturas Urbanas da Intercom. /RJ. Tem trabalhos publicados com interesses voltados para Televisão, Juventudes, Narrativas Sensacionais, Comicidade e Humor, Melodrama e Telenovela. Email: [ninacaminha@gmail.com](mailto:ninacaminha@gmail.com)

## **Introdução**

Esse artigo é parte de uma pesquisa mais ampla em andamento cujo interesse concentra-se na busca por um referencial teórico-metodológico que dê conta de analisar as novas formas de significação juvenis vinculadas ao consumo e produção de audiovisuais na internet. Proponho trabalhar as marcas das narrativas televisivas inscritas na produção audiovisual do ativista Rafucko. Parto do pressuposto que o midiativista se apropria, atuando com as mesmas “tramas afetivas” inscritas na televisão nacional, para projetar significados, denunciar e produzir engajamentos como parte constituinte dos protestos juvenis expostos nacionalmente desde junho e julho de 2013.

O que chamo de marcas afetivas, configura-se pela utilização de partículas sensórias vinculadas aos gêneros narrativos populares, tais como o melodrama, o riso, o suspense, entre outros, que atuam na esfera do corpo, produzindo respostas também sentimentais como o riso, o choro, o medo, muitas vezes ao mesmo tempo, com as quais interpretações de mundo aparecem como termômetros de uma paisagem cultural excitada (Turcke. 2010). Proponho, portanto, tentar apreender novas indagações tendo por base as ações audiovisuais, com foco central no humor, tema que persigo desde os meus questionamentos iniciais na vida acadêmica.

### **Mobilizações de junho: as vistas das redes sociais**

Uma série de mobilizações sociais e juvenis, estampadas em cenários virtuais e vivenciadas nas ruas de várias cidades brasileiras, ganhou visibilidade e vem produzindo um contingente de questionamentos na busca de um entendimento maior sobre a maneira como essas juventudes atuam politicamente e sobre o sentido de suas reivindicações. Dentre algumas das questões acionadas pelos manifestantes, encontram-se: 1) a democratização das mídias em contraponto ao curso de informações ordenadas nas mídias tradicionais; 2) a legitimidade pelo direito de dizer e ser ouvido; 3) o uso da força e as diversas formas de violência gestadas no embate entre os manifestantes e a polícia civil e militar.

Esse cenário que, inicialmente, definiu-se a partir de uma ação contra o aumento de passagens dos transportes públicos das principais capitais do país e de forma mais enfática em São Paulo e Rio de Janeiro, caracterizou-se por atuações descentralizadas, fragmentadas e multifocais, o que não significa dizer que fossem esvaziadas de sentidos políticos.

Cartazes com frases como “Desculpe o transtorno, estamos mudando o país”; “Queremos escolas e hospitais no padrão Fifa”<sup>1</sup>; “Vândalo é o capital”; “Vândalo é o estado”<sup>2</sup>; “Todos unidos por um Brasil melhor”; “Prefeito, Governador: vem andar de ônibus”; “Era um país muito engraçado, não tinha escola, só tinha estádios, ninguém podia protestar não por que a polícia metia a mão”, “Não é só por 20 centavos”<sup>3</sup> e “não vai ter copa”, visualizados nesses atos (tanto nas ruas quanto nas redes sociais) são exemplos do que aponte, por não estarem concentradas em uma única temática, uma origem, um centro. São demandas diversas que, analisadas em conjunto, refletem um circuito mais complexo de uma crise de representação, envolvendo o modelo operacional do Estado, do Mercado e da Comunicação como lócus ordenadores da vida social.

Nas maneiras de atuação dessas juventudes há que se pensa como os dispositivos de comunicação, mesclados numa interconexão entre vida cotidiana e tecnologia, permanecem modificando as tensões existentes entre representações e práticas, linguagem e experiência, público e privado, por meio das quais classificações, ordenações e novos vínculos se configuram como experiências diárias.

Não há como não perceber a importância das redes sociais como vistas potencializadoras da transmissão de um sentimento sobre o mundo; são esferas de atuação que remarcam outras experiências sensoriais sobre e no corpo da vida social, porque redefinem as temporalidades do dizer, atravessam e arrebatam ininterruptamente, rebatizando também o que era conhecido como janelas audiovisuais, pois o aumento indiscriminado de tecnologias e modos de consumo midiático, vinculados à produção e disponibilização de audiovisuais em redes sociais, resvalam em outros fluxos de atenção e de dispersão.

A quantidade de suportes e plataformas tecnológicas em articulação com um sujeito histórico reconhecedor dos códigos audiovisuais, modos de produção, gêneros e formatos narrativos, deixam marcas para identificarmos caminhos diferentes nas disputas por significação. Esses consumidores juvenis são visualizados também pela sua capacidade de

---

<sup>1</sup> As primeiras manifestações eclodiram no início da “Copa das Confederações”, parte das reivindicações juvenis atrelava-se à escolha do Governo em gastos públicos na preparação do evento “Copa do Mundo”, incluindo as denúncias de gastos e corrupção na preparação dos estádios e o aumento do custo de vida nas principais cidades brasileiras.

<sup>2</sup> A utilização da palavra “Vândalo” nos cartazes aparece como resposta ao modo como a imprensa hegemônica denominou os protestos.

<sup>3</sup> A expressão “Não é só por 20 centavos” ganhou visibilidade em várias manifestações com o intuito de esclarecer que os protestos tinham um significado maior do que a luta pelo aumento de 20 centavos do transporte público. A expressão ganhou força em resposta ao comentário do midiático Arnaldo Jabor - Jornal Nacional (Rede Globo) que, no dia 12/06/2013, que generalizou os protestos como atos de “revoltosos de classe média” que não possuíam motivos por que não precisavam dos 20 centavos. Cf. <http://globov.globo.com/rede-globo/jornal-da-globo/v/arnaldo-jabor-fala-sobre-onda-de-protestos-contr-aumento-nas-tarifas-de-onibus/2631566/>, consultado em 27/07/2014.

produção, facilidade de disponibilização de conteúdos audiovisuais em redes sociais, tais como *Youtube, Facebook, Tumblr*, blogs, sites entre outras plataformas narrativas.

Parto do pressuposto que o consumo midiático nunca foi passivo, tendo em vista que há diferentes formas de apropriação e reapropriação (Certeau, 2005) de conteúdos disponibilizados por mídias dominantes. O que instiga o diálogo entre televisão e internet, em uma primeira instância, é a necessidade de percebermos os novos contornos culturais que se estabelecem quando a produção de audiovisuais ganha formas, tanto do ponto de vista narrativo, quando do ponto de vista dos modos de recepção, que se vinculam ao adensamento da velocidade de produção e compartilhamento de textos que não são tecidos segundo as lógicas de uma duração linearizada; podendo ser assistidos em diferentes telas, formatos e horários.

Não conseguimos precisar nem o tempo em que esses audiovisuais nos arrebatam, pois se mantivermos ligados nossos celulares, por exemplo, somos conclamados a ver e ouvir fragmentos narrativos e não lineares a todo o momento; se não quisermos, não precisamos nem direcionar o nosso olhar para o objeto à procura dessas informações, os novos aplicativos de imagens já são constituídos por sistemas sonoros que nos avisam de cada mensagem que nos chegam.

Assim, nesses cenários de consumos midiáticos mais complexos, em que sujeitos produzem audiovisuais, com a intenção de atravessar o outro e serem atravessados pelas experiências dos outros que compartilham os audiovisuais, percebo a intensificação de temporalidades fragmentárias, deslizantes e móveis na maneira como essas informações são compartilhadas em rede, tendo em vista que, ao publicarmos uma notícia, diminui-se o controle do que tornamos público em função do compartilhamento, inicialmente executado por nossos supostos amigos de uma determinada rede social, que por sua vez possuem outros amigos que também se interessam em compartilhar.

Os leitores de tais mensagens podem ou não complementar seus compartilhamentos com outras informações textuais e também audiovisuais, não necessariamente concordantes, acirrando os exercícios de apropriação e reapropriação no espectador. É através de um fluxo visual mais complexo de produção e propagação de conteúdos que percebo o adensamento de uma mediação da vida social por imagens, como lugares de projeção de sujeitos históricos, ou, no dizer de Rose de Melo Rocha (2010), a ascensão de uma política de visualidades como modos de ação.

Desse modo, nossos corpos apresentam-se como repositórios de audiovisuais em constância, remodelando nossos focos de participação porque emergem em um cenário mais

complexo de demanda do próprio espectador-consumidor que agora parece carregar um peso maior de decisão sobre o que e como assistir.

No centro dessa política, ancoram-se novas e velhas mídias como espaços projetores em movimentação, uma não se constitui excluindo a outra, pelo contrário, são diálogos que instauram reconfigurações de uma história do audiovisual na Brasil e, por esse motivo, são dotadas de forças semânticas e sensoriais. No caso específico das manifestações juvenis de junho e julho, as redes sociais tornaram-se palcos e alvos das disputas pelo dizer, que simultaneamente legitimaram e foram validadas pelos acontecimentos evidenciados nas ruas das grandes cidades. Nesse processo, as falas juvenis projetadas em rede apareceram, em primeiro lugar, como uma esfera de ação periférica em relação às transmissões veiculadas pela imprensa hegemônica.

Essa perspectiva de ação simbolizada como um lugar fora do contexto oficial ganhou maior visibilidade porque, de um modo majoritário, as ações midiáticas da “grande” imprensa brasileira, desde o início das manifestações, foram ancoradas em projeções simbólicas opostas a algumas demandas juvenis expressas. Além disso, houve um trabalho narrativo, da parte da mídia hegemônica, com a intenção de agregar sentidos criminais a essas práticas juvenis.

No jogo entre nomeações e marcações visuais, a imprensa dominante reatualizou “interpretações particulares anteriores que” foram “tomadas não como direcionamento de sentidos que são, mas como a constatação de realidade”. O uso das palavras vandalismo e vândalos como designação dos atores e atos das manifestações, conseqüentemente, é um exemplo desse tipo de projeção (Mendonça e Daemon, 2014: 41-42).

Em contrapartida, intensificaram-se os ataques das juventudes com o intuito de denunciar e pressionar, descortinando os estratagemas simbólicos utilizados pela imprensa hegemônica. É preciso esclarecer que as redes sociais não podem ser vistas como um campo setorizado, pois é uma arena de disputa mais emaranhada, já que no mesmo momento em que possibilita uma brecha para opiniões discordantes das visualizadas nas mídias dominantes, abre espaços também para os mais diversos contradiscursos, por que, em princípio, é um espaço aberto a todos.

Essas disputas deixam vestígios para o entendimento de um circuito de forças mais complexo, tendo em vista que, ao mesmo tempo em que a constante produção de audiovisuais em rede projeta uma maior visibilidade de ações contra-hegemônicas - no dizer de Antonio Gramsci (1831-1937), inclusive no que se refere ao aparecimento de narrativas compostas por diferentes classes sociais - também reforça os processos de centralização das relações de

“poder e saber” vinculadas às instâncias midiáticas (Foucault, 1993) – agora não mais apenas restritas aos meios de comunicação de massa tradicionais.

Não é interesse meu permanecer apenas nessa esfera de discussão, o que proponho é pensar novas possibilidades de atuações juvenis sem “esquecer” que essas trajetórias são fabuladas nesse artigo como potências contidas na própria cultura de massa contemporânea e, nesse sentido, carregam o peso de uma história que não pode ser silenciada se quisermos entendê-las para além de um viés dicotômico, buscando lugares de tensões e negociações que podem ser visualizados nas tramas dos consumos midiáticos atuais.

Não pretendo, também, buscar definições, seria uma atitude por demais presunçosa tentar cercar de repostas únicas tais práticas juvenis. Na contracorrente das mídias hegemônicas, proponho alçar questionamentos sobre os exercícios narrativos inscritos nas vozes juvenis que ganharam visibilidade em junho de 2013, no que se refere ao uso de marcas afetivas e televisivas nas produções e compartilhamentos do manifestante Rafucko. Mais especificamente, complexificar meus próprios questionamentos sobre a tríade televisão/Consumo/Juventudes. Cabe, portanto, trazer a personagem para o centro desse debate.

### **Das experiências do dizer pelo sentir: adentrando na paisagem cômica**

Rafucko, que segundo o mesmo é “Artivista<sup>4</sup> multimídia. Freelancer como VJ, editor de vídeo, modelo e presença VIP em protestos”<sup>5</sup>, tornou-se conhecido nacionalmente através do uso de narrativas cômicas como ferramentas de disseminação e engajamento em algumas causas defendidas nos protestos citados. O uso da paródia de programas televisivos historicamente reconhecidos e validados pela audiência, tais como ginástica, telenovelas, jornais, programas de culinária e de entrevistas, por exemplo, é a principal referência narrativa visualizada em seus vídeos, imagens e textos postados.

Apesar de Rafucko tornar-se conhecido nacionalmente a partir das manifestações de junho/julho de 2013, ele já utilizava as redes sociais como mecanismo de visibilidade,

---

<sup>4</sup> A Palavra Artivista - artista + ativista - é um reapropriação do autor de uma denominação dada a ele por outras pessoas. A partir de 2014 o termo passa a ser parte constituinte de sua descrição biográfica em seu blog. A explicação para o uso dessa palavra pode ser visualizada na Página do **Imagina Coletivo**, em entrevista concedida para o programa “História #70”, in: <https://www.youtube.com/watch?v=L268HgP6qss>, consultado em 10/06/2014.

<sup>5</sup> Essa frase foi extraída do texto de identificação do personagem Rafucko descrito em seu blog - na seção Biografia. O texto Completo: “Bobo contemporâneo. Artivista multimídia. Freelancer como VJ, editor de vídeo, modelo e presença VIP em protestos. Não canto. Qualquer semelhança com a realidade é mera inspiração na realidade”. In: <http://rafucko.com/bio/>, consultado em 10/06/2014.

postando vídeos com discussões sobre mídia, preconceito, homofobia e política. Mas é a partir das manifestações que a personagem assenta no imaginário nacional e aparece com uma produção audiovisual mais consistente em termos de publicação. Rafucko possui um blog - <http://rafucko.wordpress.com/>, 67.909 curtidas em sua Página no *Facebook*, 20,12 mil seguidores no *Twitter* e um canal no *Youtube* com 3.654.263 visualizações e 25.114 inscritos até o momento<sup>6</sup>.

O midiativista é parte constituinte de uma geração que reconhece os códigos simbólicos televisivos, tendo em vista que desde 1950 somos atravessados pelos modos de dizer televisivos, não só no que se refere aos formatos dos programas, como também no modo como as marcas afetivas populares mesclam-se as nossas experiências cotidianas, tornando-se referências de reconhecimentos, tensões e negociações. São falas que circulam, produzem discursos, enquadramentos e lugares de representação que se constituem como um “campo cultural”, impregnados de relações de forças, portanto como arenas de disputas entre os meios e as audiências (Bourdieu, 1996).

Acredito que as “mediações culturais”, visualizadas entre produção televisiva e recepção são reflexos importantes para que possamos entendê-las como características culturalmente legitimadas no senso comum e que se apresentam como “táticas” narrativas nas falas de Rafucko, justamente pela força com que tais “expressões” projetam vínculos afetivos. É no campo do sentir que a disputa, nesse caso, se processa (Martín-Barbero, 2003 e Certeau, 2005).

Segundo Jesús Martín-Barbero (2003) os traços do excesso, inscritos em matrizes populares, aparecem como estratégias pedagógicas que, firmadas pelo pacto do sentir, forjaram uma maneira consensual de transmissão dos ideais liberais burgueses. No caso brasileiro, em virtude do processo de modernização autoritária, em 1960, cujo foco centrou-se na implantação de um parque industrial, nucleado pelos meios de comunicação de massa com foco central para a televisão, o meio revelou-se como uma janela importante de configuração de nossos vínculos nacionais, reatualizando formas e normas a partir do uso de expressões massivas e populares (Ortiz, 2011).

Na década de 1980, uma nova geração de profissionais, nascidos com a televisão implantada adentrou no campo e reformulou um conjunto de estéticas inscritas nos cenários circenses, teatrais, cinematográficos, radiofônicos e televisivos gestando em suas próprias histórias um pensamento sobre a TV. O objeto aparecia como personagem principal de

---

<sup>6</sup> Todos os dados numéricos foram medidos no dia 18/05/2015, para maiores informações conferir as referências bibliográficas.

narrativas projetadas para as juventudes e, a partir desse modo de contar, uma pedagogia de um consumo televisivo emergiu como estratégia de fidelização e corporificação de uma cultura televisiva e juvenil no país (Caminha, 2012).

A principal característica das narrativas televisivas elaboradas para e pelas juventudes, nessa década, constituiu-se no diálogo entre as marcas da paródia popular e a autorreflexividade. Esteticamente a autorreflexividade é a construção de uma narrativa que remete aos meios de produção da mesma com a finalidade de revelar o seu processo de significação. Ou seja, é uma prática que se constitui como um “metacomentário sobre os mecanismos que dão forma” à argumentação (Dá-Rin, 1997: 71).

Já a paródia é um discurso duplo em que o autor utiliza a palavra do outro para compor o seu próprio discurso, ocorrendo duas orientações plenas de significados voltadas para o mesmo objeto. Porém, a segunda voz instaura um discurso oposto à primeira, gerando um diálogo conflituoso dentro do enunciado. O discurso parodiado sofre modificação no seu acento, levando a uma espécie de negação da primeira réplica (Bakhtin, 2005).

Esse processo forjou a formação de uma nova arquitetura comportamental juvenil, pois ajudou a projetar um sujeito comum amplamente reconhecedor dos códigos televisivos, antecipando o que atualmente assistimos nas reapropriações que Rafucko, por exemplo, faz das marcas afetivas inscritas na televisão. É esse saber, conscientemente utilizado pelas juventudes, que nomeio como engajamento afetivo popular, tendo em vista que o uso de audiovisuais tem como proposta remarcar o corpo a partir das partículas sensórias, originadas nas matrizes populares, como estratégias de articulação/participação política.

Nesse sentido, a televisão brasileira torna-se uma instância central na construção de uma política imagética da afetividade, em que as matrizes populares contidas nos programas transmitidos por ela apresentam-se como instâncias importantes na reflexão de um modo de se perceber no mundo. Não é o único, mas não podemos negar a sua potência na projeção de um modo de viver.

### **Rafucko: “este vídeo não saiu na mídia”**

Em um vídeo postado 18/06/2013 e intitulado: “Este vídeo não saiu na mídia”, Rafucko elabora uma paródia de vários programas jornalísticos da televisão nacional com a função de debochar da maneira como a mídia hegemônica noticiou as passeatas de junho. Logo no início, assistimos a uma animação, montada em fundo preto, enquanto letras,

espelhadas nas formas visualizadas em máquina de escrever, montam a seguinte frase: “este vídeo é uma homenagem a todos os veículos de comunicação que trabalham contra o povo brasileiro”.

Posteriormente assistimos a uma colagem paródica de várias imagens de jornalistas e cenários conhecidos e legitimados pelo público informando sobre as manifestações. Personagens como William Bonner, Sandra Annenberg, Arnaldo Jabor – todos TV Globo e José Luiz Datena (TV Record) são alvos das performances de Rafucko montadas a partir de uma referência estética marcada pelo excesso de características físicas, gestos utilizados e tons de fala.

Em William Bonner, reconhecido editor e âncora do Jornal Nacional (TV Globo), Rafucko recupera uma mecha de cabelo branca, a postura corporal e tons de voz mais contidos como tratamentos inscritos nesse jornal da emissora para que a notícia seja entendida como séria. Em Arnaldo Jabor, comentarista do referido jornal, o ativista se apropria do cabelo branco na altura do queixo, modos corporais com mais movimento e tom de voz menos austero, com partículas de ironia. Em Sandra Anenberg, âncora do *Jornal Hoje*, da mesma emissora, é dramatizada pelo corte de cabelo curto (recorrentemente utilizado pela jornalista), batons e expressões mais femininas. Enquanto assistimos as marcações visuais dos personagens descritos, ouvimos o texto a seguir, com uma música em tom de suspense, como pano de fundo:

**Rafucko-Bonner:** Manifestantes se reuniram em praça pública nas capitais de todo o país pedindo o fim das passagens, mas eles queriam mais, muito mais...

**Rafucko-Jabor:** que bonitinhos, acham que vão mudar alguma coisa.

**Rafucko-Sandra Anenberg:** manifestantes causam pancadaria nas principais cidades do país.



Fig. 1: Comparativo entre a versão de Rafucko de William Bonner e o próprio no JN



Fig. 2: Comparativo entre a versão de Rafucko Arnaldo Jabor e o próprio no JN



Fig.3: Comparativo entre a versão de Rafucko de Sandra Anemberg e a própria no JH

Em seguida assistimos a matérias que corroboram para comprovar os enunciados pronunciados pelos jornalistas. O formato narrativo é análogo ao que Jean-Claude Bernadet (1985) nomeou como modelo sociológico de documentário, tipo de narrativa em que um argumento é montado através dos comentários em *off* e legendas, enquanto as imagens ilustram.

Desse modo as cenas escolhidas refletem uma estrutura particular/geral, permitindo “que o geral expresse o particular, que o particular sustente o geral, que o geral saía de sua abstração e se encarne, ou melhor, seja ilustrado por uma vivência” (Bernadet, 1985: 15). Diz o texto em *off*: “Um deles portava o que parecia ser uma flor e atirou em direção aos policiais”. A narrativa prossegue através do diálogo entre imagens dramatizando comentários dos âncoras e encenações de matérias comprobatórias – que estão “visivelmente” ao alcance de todos. Rafucko chega ainda a narrar o uso de cascas de bananas pelos manifestantes como uso da violência:



**Sequência 1: visualização do manifestante atirando flor na polícia**



**Sequência 2: visualização do manifestante colocando casca de banana contra a polícia.**

Nas duas sequências mostradas, Rafucko utiliza artifícios de edição - o jogo de luz e sombras, clareando pontos específicos da imagem para torná-los mais aparentes; e o uso do enquadramento em close para que o objeto se aproxime do espectador – que em conjunto com imagens anteriores e posteriores criam uma produção de sentido, baseado na construção de fatos “visíveis”, estratégias que, seguindo o esquema particular-geral, discutido por Bernadet, corroboram para cercar o acontecimento, a partir de um significado que é tomado como verdade absoluta.

Simultaneamente, as matérias encenadas por Rafucko ao apresentar as flores e a casca de banana como armas de violência, desloca o sentido do termo, porque apresenta elementos considerados historicamente como inofensivos. Essa correlação entre duas imagens, mescladas por sentidos opostos é o que causa o riso. As cenas dramatizadas constituem-se como um discurso duplo de significação oposta, modificando assim a imagem prévia que temos das versões originais, tendo em vista que o ativista deslocou o sentido da palavra violência.

A intenção do autor, ao fazer uso de imagens análogas é ridicularizar a maneira como as juventudes foram nomeadas pelas emissoras dominantes. Ao descortinar o fazer jornalístico através do excesso cômico, traçado pelo diálogo entre características

autorreflexivas e paródicas, denuncia as estratégias discursivas de desqualificação utilizadas pela própria imprensa, produzindo uma relativização dos sentidos em dois níveis.

No primeiro, deixa ver as ferramentas de edição como características de manufatura imagética e, nesse sentido, desconstrói uma noção de verdade única inscrita no modo como a narrativa jornalística é utilizada pela mídia hegemônica. No segundo, na construção de sentido inscrito na palavra violência, já explicada em parágrafo anterior. Ainda que a relação de forças entre os vídeos de Rafucko e as significações construídas pela imprensa dominante não possuam o mesmo percentual de alcance público, não se pode negar o projeto político inscrito em Rafucko, assim como também a força que o mesmo vem adquirindo nas redes sociais - características essas que remodelam lugares de pertencimento/atuação dessas juventudes.

É através da inversão, calcada em um saber reflexivo dos processos de configuração do audiovisual que nos foi ensinado ao longo de nossa história com a televisão, que a narrativa utiliza o afeto como ferramenta de potência comunicativa, no momento mesmo em que a internet possibilita um alargamento da disseminação de conteúdos, para além dos bairros, cidades, estados e/ou países – possibilidade, até então, circunscrita apenas aos fluxos tradicionais e dominantes da comunicação.

Esse vídeo citado possui atualmente 139.948 visualizações, não há como apontar a margem de compartilhamentos por que a ferramenta “estatística” foi desativada. Além desse material, outros audiovisuais foram postados com temáticas semelhantes que são possíveis de visualizar em seu canal. Em 18/02/2014 postou um vídeo satirizando o *Jornal Nacional*, intitulado “William Bonner é corrigido ao vivo”, que foi retirado do ar em 12h e com 40.000 acessos, a pedido da Rede Globo de Televisão.

Em função da visibilidade que vem angariando nas redes sociais, em 24/04/2014 foi intimado pela Polícia Civil do Rio de Janeiro a prestar depoimento sobre um suposto roubo de um boneco manequim da loja *Toulon* para a performance “1º UPP – Prêmio de Protestos”<sup>7</sup>, ocorrida no dia 20/11/2013. O ativista, além de conclamar a população a comparecer no dia da intimação através de narrativas cômicas, foi travestido de William Bonner, utilizando batom e meia-calça. O evento foi filmado pelos coletivos MIC (Mídia Independente Coletiva) e Linha de Frente do Audiovisual e compartilhado por Rafucko em sua página.

---

<sup>7</sup> Cf. <http://rafucko.com/2013/11/21/upp/>, acesso em 27/07/2014.

Posteriormente, o midiativista produziu um Talk Show - “Talk Show do Rafucko” - patrocinado pela rede de financiamento coletivo Catarse<sup>8</sup>. Entre os entrevistados o programa contou com a presença do deputado federal Jean Wyllys (RJ), o humorista Gregório Duvivier - roteirista, produtor e ator do programa *Porta dos Fundos* (Internet), o antropólogo Eduardo Batalha Viveiros de Castro e o cartunista Laerte. Rafucko ainda se lançou como um fictício candidato à presidência da República, no dia 14/09/2014. Aparecendo como uma opção de voto, produziu um Guia Eleitoral<sup>9</sup>, veiculado em sua página logo após as transmissões em Rede Nacional dos programas eleitorais de candidatos oficiais.

Acredito que essa possibilidade de disseminação - que, por um lado, aparece como “brecha”, barganha e espaço de negociação e, por outro, intensifica o consumo midiático como um dos eixos centrais e centralizadores das disputas pelo dizer - demanda novos questionamentos, pois deflagra um adensamento das relações entre consumo, juventudes e mídia, gerando, desse modo, novas condutas comportamentais balizadas pelas relações cruzadas entre marcas históricas das sensações e a política, como forças comunicativas, não necessariamente harmônicas, mas potencialmente complexas (Morin, 2009).

## Referências bibliográficas

- BAKHTIN, Mikhail (2005). *Problemas na poética de Dostoiévski*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (2003). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- BERNADET, Jean-Claude (1983). *Cineastas e imagens do povo*. São Paulo: Brasiliense.
- BOURDIEU, Pierre (1996). *As regras da arte: gênese, estrutura e campo literário*. São Paulo: Companhia das Letras.
- CAMINHA, Marina (2012). *O corpo juvenil televisivo: diálogos entre Televisão, consumo e juventudes nas ondas de Armação Ilimitada e TV Pirata*. Tese de Doutorado: Universidade Federal Fluminense.
- CERTEAU, Michel de (2005). *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- IMAGINA COLETIVO. *História* #70. In: <https://www.youtube.com/watch?v=L268HgP6qss>, (consultado em 10/06/2014).

<sup>8</sup> Cf. <http://catarse.me/pt>, acesso em 27/07/2014.

<sup>9</sup> O primeiro programa foi montado a partir de imagens televisivas de arquivo (Entre elas **TV Globo** e a extinta **Rede Manchete**) para compor um histórico das eleições presidenciais desde o final da ditadura militar até os dias atuais. Foi a partir desse recorte que o ativista construiu a sua performance. A campanha ainda contou com a formulação de um site, um programa de governo e um Manifesto do PBTM – Partido Bom pra Todo Mundo. Todas essas informações podem ser encontradas em <http://rafucko.com/2014/09/14/rafucko-presidente/>, acesso em 18/05/2015.

MÍDIA INDEPENDENTE COLETIVA. In: <https://www.youtube.com/channel/UCH5HjcNM6MQ7JexSZL4YKUg>, (consultado em 27/07/2014)

DÁ-RIN, Silvio (1997). “Autorreflexividade no documentário”. In: *Cinemais*, n. 7. Rio de Janeiro: Editorial Cinemais, setembro/Outubro.

FOUCAULT, Michel (2008). *A ordem do discurso*. São Paulo: Edições Loyola.

LINHA DE FRENTE DO AUDIOVISUAL. In: <https://www.youtube.com/user/AudiovisualFrente>, (consultado em 27/07/2014)

LIPOVETSKY, Gilles e SEROY, Jean (2009). *A Tela Global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna*. Porto Alegre: Sulina.

MENDONÇA, Kleber e DAEMON, Flora (2014). “Os “outros” da rua: o acontecimento discursivo das manifestações de 2013”. In: *Comunicação, Mídia e Consumo* (São Paulo. Impresso), São Paulo, v. 11. N. 30, p. 39-55.

MORIN, Edgar (2009). *Cultura de massas no século XX: necrose*. Rio de Janeiro: Forense.

ORTIZ, Renato (2001). *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense.

RAFUCKO. *Blog do Rafucko*. In: <http://rafucko.com/>, (consultado em 10/06/2014).

RAFUCKO. *Canal do Youtube Rafucko*. In: <https://www.youtube.com/user/rafaelitobarbacena>, (consultado em 18/05/2015).

RAFUCKO. *Twitter do Rafucko*. In: <https://twitter.com/rafucko>, (consultado em 18/05/2015).

RAFUCKO. *Facebook do Rafucko*. In: <https://www.facebook.com/okcufar/timeline>, (consultado em 18/05/2015).

RAFUCKO. *Esse vídeo não saiu na mídia*. In: <https://www.youtube.com/watch?v=6o9GCOYbV7c> (consultado em 18/05/2015).

RAFUCKO. *Site Rafucko Presidente*. In: <http://rafuckopresidente.com/>, (consultado em 10/04/2015)

ROCHA, Rose de Melo (2010). “Políticas de visibilidade como fatos de afecção: Que ética para as visualidades?”. In: *Revista Famecos*, v. 17 - n. 3, Porto Alegre, setembro/dezembro.

TURCKE, Christoph (2010). *Sociedade Excitada: filosofia da sensação*. Campinas, SP: Unicamp.