



O corpo juvenil televisual: notas preliminares de uma categoria de análise¹

Marina Caminha²

ESPM/SP

Resumo

Esse artigo tem como objetivo apresentar, ainda que de forma preliminar, um caminho metodológico para analisar as relações entre as marcas narrativas televisivas e os audiovisuais produzidos e disponibilizados na internet pelas juventudes como ferramentas de disputas políticas. Parto do pressuposto que na década de 1980, forjou-se no Brasil um imaginário de consumo televisivo através de uma pedagogia estética dos modos de produção vinculados ao audiovisual com a finalidade de interligar cultura juvenil e cultura televisiva. Proponho atualmente analisar as maneiras como esse saber estético apresenta-se como uma referência importante de visibilidades juvenis em produções e compartilhamento audiovisuais em redes sociais. São ações como essas que nomeio como Corpo Juvenil Televisual, esboços de uma categoria em costura.

Palavras-chave: Juventudes, Audiovisual, Performance, Matrizes Populares.

Introdução

Em 18/06/2013 o midiativista Rafucko postou em sua página o audiovisual intitulado: “Este vídeo não saiu na mídia”³. O autor elaborou uma paródia de vários programas jornalísticos da televisão nacional, entre eles, o *Jornal Nacional* (TV Globo), *Jornal Hoje* (TV Globo) e *Brasil Urgente* (Band), com a função de debochar da maneira como a mídia hegemônica interpretou as manifestações/manifestantes de junho/julho de 2013⁴. Logo no início, assistimos a uma animação, montada em fundo

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho COMUNICAÇÃO, CONSUMO E NOVOS FLUXOS POLÍTICOS: ativismos, cosmopolitismos, práticas contra-hegemônicas, do 6º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 14 e 15 de outubro de 2016.

² Pós-doutoranda (PPGCOM/ESPM-SP), Doutora e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal Fluminense – Niterói/RJ (UFF). E-mail: ninacaminha@gmail.com.

³ Cf. <https://www.youtube.com/watch?v=6o9GCOYbV7c>, acesso em 12/10/2014.

⁴ As primeiras manifestações apareceram como uma ação contra o aumento de passagens dos transportes públicos das principais capitais do país, organizadas pelo Movimento do Passe Livre



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 trabalha contra o povo brasileiro”.

Rafucko é “Artivista⁵ multimídia. Freelancer como VJ, editor de vídeo, modelo e presença VIP em protestos”⁶, tornou-se conhecido nacionalmente através do uso de narrativas cômicas como ferramentas de disseminação e engajamento em algumas causas defendidas nas manifestações de junho/julho de 2013. 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 citadas, ele já utilizava as redes sociais como mecanismo de visibilidade, postando vídeos com discussões sobre mídia, preconceito, homofobia e política. Mas é a partir dos protestos de 2013 que o 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/>, 85.253 curtidas

(MPL). Esse processo gerou um espalhamento de passeatas caracterizadas por atuações descentralizadas, fragmentadas e multifocais que abriu espaços para uma diversidade de reivindicações juvenis, refletindo uma crise de representação política no Brasil. A grande mídia mediou as informações criminalizando essas práticas, a partir da construção simbólica inscrita na palavra vandalismo. Dentre algumas reivindicações das juventudes, viu-se uma luta pela democratização midiática que publicizou uma acirrada disputa por significação entre grande mídia e estado (inclui-se aí, ações violentas organizadas pela polícia nacional) *versus* juventudes e coletivos audiovisuais juvenis que disponibilizaram outros tipos de interpretação do processo nas redes sociais. Cf. Caminha: 2015.

⁵ 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.

⁶ 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.



em sua Página no *Facebook*, 20,7 mil seguidores no *Twitter* e um canal no *Youtube* com 3.915.166 visualizações e 26.794 inscritos até o momento⁷.

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”⁸, 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.

Posteriormente, o midiativista produziu um Talk Show - “Talk Show do Rafucko” - patrocinado pela rede de financiamento coletivo Catarse⁹. 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 Eleitoral¹⁰, veiculado em sua página logo após as transmissões em Rede Nacional dos programas eleitorais de candidatos oficiais.

Essas formas de ação podem ser compreendidas como um processo mais complexo que envolve uma projeção de imaginários televisuais que nos atravessa desde 1950, quando surgiram as primeiras emissoras televisivas no país. Rafucko é parte de uma geração que reconhece os códigos simbólicos televisivos, não só no que

⁷ Todos os dados numéricos foram medidos no dia 07/05/2016, para maiores informações conferir as referências bibliográficas.

⁸ Cf. <http://rafucko.com/2013/11/21/upp/>, acesso em 27/07/2014.

⁹ Cf. <http://catarse.me/pt>, acesso em 27/07/2014.

¹⁰ 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 midiativista 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.



se refere aos formatos dos programas, como também no modo como as marcas afetivas populares mesclam-se às nossas experiências cotidianas. As novelas que assistimos, programas de auditório, jornalísticos, musicais, entre outros, forjam lugares afetivos, apresentando-se como espaços de reconhecimentos, tensões e negociações.

É nesse sentido que o autor atua com as mesmas “tramas afetivas” inscritas na televisão nacional, para projetar significados, denunciar e produzir engajamentos afetivos que desvelam uma estreita e complexa relação entre juventudes e televisão. O que chamo de tramas 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).

As ações de Rafucko nas redes sociais evidenciam o entendimento por parte das juventudes da capacidade de engajamento que essas marcas afetivas e televisivas gestam quando são ativadas. São anos de uma afetividade construída e retroalimentada em cada programa televisivo transmitido. Essas transformações culturais são visíveis desde a: 1) implantação da primeira emissora; 2) o processo de modernização autoritária, em 1960 – momento em que o foco político centrou-se na implantação de um parque industrial, nucleado pelos meios de comunicação de massa com instância central para a televisão e, 3) os anos de 1980 – período em que uma cultura de consumo televisivo e juvenil se consolidou no país. Desse modo, a TV se tornou uma janela importante de configuração de nossos vínculos nacionais, reatualizando formas e normas a partir do uso de expressões massivas e populares (Ortiz, 2011).

Não é à toa que são referências nas falas Rafucko. Acredito que os imaginários televisivos visualizados são importantes marcações de construções identitárias. É a partir dessa perspectiva que compreendo como essas narrativas juvenis deixam rastros



para entendermos “novas pertinências semânticas” fabuladas pelas “ruínas” de práticas simbólicas anteriores e apresentam-se como esferas de organização da vida social atualmente (Ricoeur, 1994: 10).

Meu argumento é que estamos diante de *Corpos Juvenis Televisuais* - ações juvenis audiovisuais como esferas interpretativas de si e do mundo - uma performatividade afetada por modos de falar televisivos e que se apresenta como espaços de projeção de outros imaginários juvenis. Partido dessa linha de raciocínio, interpreto essas mediações audiovisuais das juventudes como extensões corporais, sintoma e lugar de fabulação daquilo que Gilles Lipovetsky (2009) nomeou como era do “excesso de telas”.

Esse artigo tem como proposta apontar algumas questões importantes para o entendimento do que chamo como *Corpo Juvenil Televisual*. Como algo em modelagem, proponho alinhar, em formato de nota, três pontos de partida que expressam futuros cortes para uma costura mais aprofundada dessa categoria. As três notas serão entendidas aqui como fenômenos interdependentes. São elas: 1) o momento histórico em que uma cultura televisiva e juvenil se consolidou no Brasil, 2) as maneiras de narrar através do popular e 3) a performance.

Nota 1 – anos 80: televisão o futuro será

Em minha tese de doutorado apontei a década de 1980 como marco simbólico para o início de outro modo de relacionamento com a cultura. Tendo em vista que o processo de modernização nacional baseado na consolidação de um mercado de bens simbólicos já havia sido implantado, esse período apresenta o ingresso nas emissoras de uma primeira geração televisiva, ou seja, profissionais jovens que nasceram com o meio implantado e reformularam todo o campo televisivo. É nesse momento que o modo de representar a “realidade brasileira” incidiu em uma discussão sobre a própria linguagem televisiva, apontando um caminho estético por meio do qual a televisão falou de si mesma.



O uso excessivo de paródias, citações, colagens e mistura de linguagens, atreladas a uma velocidade na imagem promovida por cortes abruptos e desconstruções de uma narrativa tradicional com a intenção de referir-se a esse universo são marcas claramente identificáveis de alguns programas elaborados pela e para as juventudes. A principal característica estética inscrita nos programas televisivos produzidos foi a autorreflexividade.

Esteticamente a autorreflexividade é uma maneira de contar que faz do enunciado enunciação, evidenciando as maneiras de contar de uma determinada narrativa. Dito de outra maneira: é uma prática que se constitui como um “metacomentário sobre os mecanismos que dão forma” à argumentação (Dá-Rin, 1997: 71).

Esse processo forjou a formação de uma nova arquitetura comportamental juvenil, pois ajudou a projetar um sujeito comum amplamente reconhecedor dos códigos televisivos em um momento em que se vivia sob as expectativas de uma abertura política em consonância com sucessivas crises econômicas, tornando singulares e contraditórios os processos de consolidação de uma cultura televisiva no Brasil (Caminha: 2012).

Entender essa trajetória sem simplificações significa atentar para as imagens constituintes do período. Entre elas, é preciso destacar as disputas memoráveis que envolveu dois projetos de nação nos idos de 1960. A década de 1980 foi a época do processo de redemocratização, a volta dos exilados políticos e a primeira eleição presidencial. Em conjunto com uma memória traumática – dos vestígios violentos de uma ditadura militar, assentava-se outra de novas crenças e, principalmente, um sentimento de poder falar. A televisão, que naquele momento chegava aos trinta anos, ou seja, ainda jovem, assumiu um papel central na construção de outro imaginário do que seria aquele Brasil novo.

Por um lado, abriu-se um mundo encarnando a perspectiva de novas lideranças, novos projetos, novos consumos, novos sujeitos em ação, agregando uma política de corpo festiva, eufórica e de crenças. E esse mundo poderia ser reduzido a



essa memória se não fosse o fato da presença de um corpo recente marcado pela violência e silenciamentos como reminiscências de uma ditadura militar.

Por outro lado, uma crise econômica marcada por uma hiperinflação¹¹ que além de diminuir o poder de compra, fez sumir diversos produtos de consumo. A ordem advinda do projeto político econômico da época era a de reduzir o consumo e aumentar a poupança como ferramenta para abrandar a inflação estabelecida. Esse processo deflagrou uma crise no projeto de direita, que defendia os mercados capitais como solução de desenvolvimento do Brasil.

Nem a esquerda, nem a direita. Naquele momento, o Brasil, na visão dessas juventudes oitentistas, deixou para traz um legado de interpretação de si vislumbrados entre ser isso ou aquilo. Escolher entre ser direita ou esquerda, alienado ou crítico, burguês ou povo, nesse sentido, tornou-se um problema e reposicionou essas dimensões sensoriais em um mesmo plano significativo. Embutida nessas conexões sentimentais, essas juventudes começaram a perguntar por si mesmas.

A Televisão aparece como cenário dessas expressividades em parte por que atravessou as experiências infantis dessas juventudes, em parte por que as juventudes apareciam como metáforas de reconfiguração da linguagem televisiva nacional para atender as demandas desse público-alvo e também do mercado publicitário, adensando as negociações entre consumo-televisão-juventudes. Daniel Filho, ao falar sobre a criação do programa *Armação Ilimitada* (TV Globo) relata essa perspectiva:

Uma nova linguagem começava a surgir na televisão, apesar de não ser muito bem compreendida pelos adultos: a linguagem de videoclipes. Era representada pelo surgimento da MTV, que começava a ter grande influência sobre os jovens. Havia também os anúncios publicitários que seguiam esse estilo e que eram referenciais muito fortes, como os esportes da Coca-Cola e as aventuras do cigarro Hollywood. Eu achava que ali tinha uma forma de fazer história com um ritmo mais frenético e bem-humorado (Filho, 2003: 93-94).

¹¹ Em 1985 o índice inflacionário anual foi de 235, 11%, duplicando seu valor, em 1987, para 415, 83%3, em 1989 chegou a medir 1. 764, 87%4. Cf. Banco de dados do jornal Folha de São Paulo. In: <http://almanaque.folha.uol.com.br/dinheiro80.htm>, acesso em 20/03/2012.



Na década de 1980, mais de 30 programas, entre jornalísticos, auditórios, séries, telenovelas e musicais foram pensados, produzidos e/ou apresentados pelas juventudes. Destaco aqui alguns exemplos: *Geração 80*, *Mixto Quente* e *Armação Ilimitada* (TV Globo); *Mocidade Independente*, *Os Adolescentes*, *Outras Palavras* (TV Bandeirantes); *FMTV* (Manchete); *A Fábrica do Som* e *Cabeça Feita* (TV Cultura); *Grito de Rua*, *Crig Rá* e *TV Mix I e II* (TV Gazeta)¹².

Diante da expressividade de programas juvenis transmitidos em conjunto com o uso da autoreflexividade como categoria estética, afirmo que esse período forjou uma nova arquitetura comportamental juvenil à medida que a televisão nacional foi cartografada. Foi a partir das angústias dessas juventudes em busca de si, centradas em performances corporais, que um universo televisivo se consolidou como cultura.

Entender as expressões juvenis vinculadas ao universo televisivo significa compreender os mecanismos de afetação inscritos nesses audiovisuais. Mais do que uma apropriação de formatos massivos, há uma reapropriação dos “encantamentos” visuais que compõe tais narrativas. É nesse sentido que proponho apontamentos sobre as imaginações populares como próxima etapa desse processo, pois acredito que está contido no popular os conectores principais de uma “política de visibilidades” nas ações dessas juventudes (Rocha: 2010).

Nota 2 – As marcas do popular

Como já foi dito no início desse artigo, somos atravessados desde os anos de 1950 por uma programação televisiva constituída de arrebatamentos; corporificamos medos, risos, paixões, entre outros sentimentos que legitimam uma história cotidiana da televisão no Brasil. Essas narrativas sensacionais (costumeiramente associadas a teleficções e programas de entretenimento, mas cujo modo de contar é perceptível em emissões de muitos outros gêneros, como o jornalismo, por exemplo) são textualidades constitutivas de uma imaginação popular, inscritas nos processos de formação dos meios de comunicação de massa.

¹² Para maiores referências, cf. Caminha: 2012.



Segundo Jesús Martin-Barbero (2003) o popular é diferente da matriz iluminista por que é composto por traços simbólicos dramáticos, vinculado ao *Pathos*. É no ato de afetar o corpo do outro que o popular se constitui como imaginário. Nesse sentindo o autor vai dizer que essas matrizes apareceram como estratégias pedagógicas que, firmadas pelo pacto do sentir, forjaram uma maneira consensual de transmissão dos ideais liberais burgueses, corroborando como projeção de um imaginário de consumo modernizante, materializado em cartazes de cinema, peças de teatro e/ou promoções publicitárias, salas de cinema e vitrines de lojas de departamentos e, posteriormente, no rádio e televisão.

O início da televisão no país evidencia esse processo no que se refere aos primeiros programas elaborados, em conjunto com os primeiros profissionais contratados pelas emissoras. A primeira emissora de televisão brasileira, TV Tupi, é inaugurada no dia 18 de setembro de 1950. Sem recursos técnicos e pouquíssima mão-de-obra, os primeiros profissionais que atuaram no meio vieram do rádio e do teatro e do cinema. Foi através desse diálogo que o universo de matrizes populares apareceu como maneira de dizer, forjando a formação dos primeiros gêneros televisivos. O programa de auditório e a telenovela são dois exemplos existentes desde o início da televisão e que permanecem até os dias atuais angariando grandes audiências (Caminha: 2007).

Esse modo de contar se consolidou no país abrindo espaços para processos de “refiguração” por meio dos quais esse imaginário é apreendido atualmente como uma ferramenta política de disputas visuais juvenis. Rafucko é um exemplo desse trajeto. Não é à toa que os vídeos produzidos pelo midiativista retomam vários elementos que fazem alusão ao universo televisivo. Embutido nas citações diretas aos personagens e emissoras televisivas há uma arquitetura afetiva da comicidade, refletida nos usos da paródia, como instância organizadora de suas produções (Ricoeur: 1995).

Mikhail Bakhtin (1996), ao construir uma genealogia do popular, vai dizer que a paródia é inerente à sátira menipéica porque estão reunidos em sua estrutura elementos da cultura popular carnavalesca. Nesse sentido, 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 a 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.

Essa acentuação diferente caracteriza-se pelo tom zombeteiro que aniquila a afirmação do primeiro enunciado e instaura a ideia de ambivalência no interior do discurso. São dois discursos de significação opostas que estabelecem uma espécie de duelo dentro de um mesmo enunciado. O texto se torna uma arena de lutas. É esse lugar de disputa que gera a lógica interna da paródia: a sua capacidade de conter ambivalência no interior do seu enunciado.

O riso contido em Rafucko é o vetor que entrelaça narrativas televisivas e matrizes populares. Nesse sentido, refletir sobre os usos do popular na fabulação dos audiovisuais do midiativista é importante por que suas narrativas são constituídas por elementos sensoriais que tornam o afeto uma instância central na formulação de disputas representação. São narrativas que vão ao encontro do corpo, marcadas por gestos que transforma o que é dito em sentimento e conclama o outro a engajar-se ao que está sendo dito.

Rafucko ao utilizar essas ferramentas afetivas evidencia não apenas a maneira como fomos e ainda somos atravessados por uma pedagogia televisiva em que as marcas afetivas populares apresentam-se como instrumental metodológico, como também o reconhecimento da potência que esse tipo narrativa produz, justamente por ser um espelhamento desse processo histórico-pedagógico.

Desse modo, parto do pressuposto que as narrativas de Rafucko podem ser pensadas como “práticas bastardas”. Dito de outra maneira: formas de narrar que se apropriam de estéticas encontradas na indústria do entretenimento com o intuito de produzir outros olhares de entendimento sobre o mundo, modificando, nesse sentido, o discurso sobre o popular pelas grandes indústrias de entretenimento. São disputas de visibilidade/representação que estão relacionadas a uma arquitetura histórica e



simbólica dos usos pedagógicos do popular pelas grandes indústrias. Tais maneiras de narrar apresentam-se como instâncias de reconhecimento e fruição e, portanto, contribuem para afetar o outro (Rincón: 2015a). Por esse motivo, são ações políticas com roupas de baile, convidando o corpo ao gozo e ao prazer enquanto novas significações são desenhadas pelo bailar/olhar sentimental dos espectadores.

Nota 3 – A performance

Essa nota é um começo de discussão com o intuito de abordar as práticas juvenis abordadas a partir de uma leitura mais ampla. Parto do pressuposto que os audiovisuais produzidos por Rafucko são o ponto de partida para o entendimento de um corpo distendido, mesclado entre materialidades e televisualidades como instâncias configurantes do eu. Nesse sentido, cabe aqui, iniciar uma discussão sobre performance, demanda que abordarei a partir do diálogo entre o conceito de fachada, inscrito em Erwing Goffman (2009) e a expectativa da recepção, conceituada por Paul Zumthor (2007).

Seguindo essa costura, Goffman vai dizer que a performance é uma ação de um dado sujeito, em um contexto específico, que tem como finalidade interpelar e modificar, influenciando atos em interlocutores presentes na encenação:

Quando um indivíduo desempenha um papel, implicitamente solicita de seus observadores que levem a sério a impressão sustentada perante eles. Pedelhes para acreditarem que o personagem que veem no momento possui os atributos que aparenta possuir, que o papel que representa terá as consequências implicitamente pretendidas por ele e que, de um modo geral, as coisas são o que parecem ser (Goffman, 2009: 25).

A performance, desse modo, é um gerenciamento corporal que, como sugere Paul Zumthor, dá contorno ao texto, corporificando interpretações por meio das quais nos imprimimos como sujeitos e nos relacionamos com outros no mundo: “o corpo é o peso sentido na experiência que faço dos textos” (Zumthor, 2007: 23).

Performance, ademais, implica recepção; é sempre uma ação que envolve ordenações sensoriais, em resposta ao outro que as recebe produzindo, conseqüentemente, novas impressões, articulações e sentimentos, nem sempre em



concordância com a primeira ação performativa. É, portanto, um fenômeno ativo, materializa imaginações culturais, inferindo diretamente na fabulação de nossas identidades.

Nesse sentido, há que se pensar, de acordo com Goffman, a performance como um lugar de encenação e, assim, o conceito de “fachada” desse autor me auxilia a interpelar os audiovisuais como uma performance. Segundo esse, fachada “é o equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação”. Para ele, essa padronização refere-se a três circunstâncias em diálogo: o cenário, a aparência e a maneira. No primeiro, temos aquilo que o autor nomeia como “elementos de pano de fundo que vão constituir o cenário e os suportes do palco para o desenrolar da ação humana”, é, desse modo, fontes interpretativas que gestam uma ambiência, como uma espécie de porta de entrada, para o que será representado (Goffman, 2009: 29).

O segundo e terceiro elementos são partes constituintes da fachada pessoal: roupas, maquiagens, idade, raça, gênero, expressões corporais, formas de falar, entre outros. A aparência, de certa maneira, tem como função revelar o “status quo”, assim como “o estado ritual temporário do indivíduo”; já a maneira pode ser pensada como “estímulos momentâneos para nos informar sobre o papel da interação que o ator espera desempenhar na situação que se aproxima”, são excitações que estão circunscritas nas ações corporais, imprimindo certa tonalidade à representação, como por exemplo, raiva, melancolia, alegria (Idem: 31).

Há que se pensar aqui, desse modo, na gestão dessas performances em cenários midiáticos onde os contextos de interação se modificam e outros elementos simbólicos apresentam-se no que Goffman nomeou como fachada, tendo em vista que modos de falar tecnológicos estão imersos na confecção dessas posturas juvenis. Concordo com Zumthor no que se refere à relação entre ação e recepção, pois ainda que a midiatização altere os contextos de presença, modificando a forma como recebemos a informação, a performance continua sendo um ato corporal, com o intuito de produzir sensações em quem as recebe.



A maneira como lemos um livro (questão principal para o autor), ouvimos uma música e assistimos a programas televisivos, por exemplo, são materializações de afetos inscritos nas fachadas, temos vontade de chorar, rir, dançar como projeções corporais em cada voz que nos é transmitida midiaticamente. Nesse sentido, pensar representações a partir de uma cultura audiovisual significa entendê-las como lugar de “projeção e identificação” que implica em seleções memoráveis entre uma história dos gêneros narrativos e a reapropriação desses em campos midiáticos, inferindo, desse modo, em novas ordenações sensoriais, mas que ainda assim, organiza-se no ato da recepção por que se constitui ao sensibilizar o outro (Morin: 2007).

Assim, entender as performances audiovisuais significa alargar as condições da fachada para os critérios de edição e captação de imagens visualizadas em enquadramentos, cortes, fusões e retoques nas texturas imagéticas de acordo com o propósito da história contada, em diálogo com a escolha pelos gêneros narrativos expostos. A performance deixa de ser percebida como apenas a esfera de ação do personagem e passa a ser significava através dos elementos simbólicos que constituem o quadro imagético como um todo. A fachada, desse modo, é a própria imagem que assistimos e nos provoca uma especulação sensorial. Portanto, apesar de estarmos em outros cenários, que influenciam na escuta e na visão da performance, podemos adentrar em um regime de imersão ao que está sendo ouvido e/ou visto e, por conseguinte, somos interpelados por essas práticas representativas.

Rafucko entende esse processo e joga com o público ao utilizar as referências televisivas para dispor outras interpretações de mundo. É através da paródia, marca central de suas histórias, que ele propõe um contrato de leitura com o espectador, ativando duas memórias: a televisiva e a cômica. O entendimento, no senso comum, do riso como lugar de prazer é ponto de partida para que Rafucko discuta questões não necessariamente engraçadas, projetando outras nuances afetivas em seus audiovisuais. Essas características, entendidas aqui como fachada, aciona nosso campo sensorial por meio do qual imergimos na história contada. Acredito que esse tipo de performance seja o desenho de um Corpo Juvenil Televisual.



Inconclusões

Esse artigo é um rascunho de um pensamento sobre as novas maneiras de dizer das juventudes. Entendo-o como um exercício de decalque em que vamos aprendendo os primeiros formatos de uma anatomia em processo. Dissequei três indícios, e por que não sensações, que acredito serem importantes no trajeto de visualização desse Corpo Juvenil Televisual a partir de uma célula: o personagem Rafucko.

É preciso deixar claro que Rafucko apresenta-se como paradigma de um fenômeno mais complexo e extensivo que reflete novos lugares de ação e de produção de sentido por parte das juventudes. Aponta, desse modo, para a formação de novos hábitos culturais que se expandem, fabulam e sustentam uma tessitura social imaginada recorrentemente.

Ao discorrer sobre o Corpo Juvenil Televisual proponho buscar outras maneiras de perguntar por essas juventudes, sem esquecer que essas trajetórias são fabuladas como potências contidas na cultura midiática 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 audiovisuais atuais.

Referências

- BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec, 1996.
- Banco de dados do jornal **Folha de São Paulo**. In: <http://almanaque.folha.uol.com.br/dinheiro80.htm>, acesso em 20/03/2012.
- CAMINHA, Marina. **Retrato Falado**: uma fábula cômica do cotidiano. Dissertação de Mestrado: Universidade Federal Fluminense, 2007.
- _____, _____. **O corpo Juvenil Televisivo**: diálogos entre Televisão, Juventudes e Consumo nas ondas de Armação Ilimitada e TV Pirata. Tese de Doutorado: Universidade Federal Fluminense, 2012.
- _____, _____. **Não é só por 20 centavos**: marcas de afeto como experiência e potência comunicativa nos audiovisuais produzidos por “Rafucko”. In: Revista Ponto e Vírgula, n. 17, 2015



- FILHO, Daniel. **O circo eletrônico: fazendo TV no Brasil**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.
- GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Rio de Janeiro-Petrópolis: Vozes, 2009.
- LIPOVETSKY, Gilles. **A Tela Global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: neurose**. Rio de Janeiro: Forense, 2007.
- 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)
- RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa, Tomo II**. Campinas, São Paulo: Papirus Editora, 1995.
- RINCÓN, Omar. **Lo popular em la comunicación: culturas bastardas + ciudadanías celebrities**. In: **Lo popular em La comunicación**. Amado, Adriana e Rincón, Omar (orgs). Bogotá: C3 FES, 2015a. E-book.
- _____. **Lo Pop-pular está de moda: sobre Culturas Bastardas y Quilombos Pop-líticos**. In: **Voces abiertas: comunicación, política y ciudadanía en América Latina**. Martín-Barbero, Jesús ... [et al.]. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social; Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO, 2015b. E-book.
- ROCHA, Rose de Melo. **Políticas de visibilidade como fatos de afecção: Que ética para as visibilidades?** In: Revista Famecos, v. 17 - n. 3, Porto Alegre, setembro/dezembro, 2010.
- TURCKE, Christoph. **Sociedade Excitada: filosofia da sensação**. Campinas, SP: Unicamp, 2010.
- ZUMTHOR, Paul. **Performance, recepção, leitura**. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.