

Teleprompters cadenciados: o lugar do telejornal na música brasileira¹

Jhonatan MATA²

Doutor

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

Resumo

Se, num panorama hipotético e distópico, porém intrigante, tivéssemos no cancionário brasileiro a única fonte de informação sobre o que significa o telejornalismo nacional, que recorte teríamos? Neste trabalho, que integra reflexões tecidas no Projeto “Música para olhos e ouvidos” (Facom/UFJF), buscamos compreender que sentidos as letras e produções audiovisuais das canções da música brasileira que abordam o telejornalismo ofertam aos “filmes imaginários” que se projetam ao “experimentarmos” esses produtos em nossos celulares, notebooks, televisores, dentre outros dispositivos. Interessam-nos as possibilidades de narrativas e representações, por meio de cenários, personagens, morais de histórias, dentre outros aspectos. Partimos de uma base de canções em que há menção à televisão e ao telejornal, mapeadas e estudadas a partir da análise de conteúdo. Percebemos, sobretudo nas tensões entre música, informação e territorialidade, um papel político da música ao inserir os noticiários em suas tramas, amalgamando o que Sanmartin Fernandes e Herschmann (2018) denominam de ativismo musical. Em comum, música e telejornal unem potencialidades e possibilidades de retratar “cotidianos” brasileiros, em suas glórias e mazelas, numa experiência telemusical sinestésica.

Palavras-chave: interdum diam vitae mauris sodales pulvinar.

Palavras-chave: Televisão; Representação; Telejornal; Música brasileira

A cultura visual não se limita ao estudo das imagens. Se capilariza em práticas diárias de ver e de mostrar, conforme já pontuou Mitchell (2003, p.25). O tátil, o sonoro, as experiências sinestésicas múltiplas são elementos chave de seu ensaio, que culmina com a descrição de estratégias pedagógicas no ensino da cultura visual, centrada em um exercício que o autor denomina de “mostrar o ver”. O Projeto “Música para olhos e ouvidos”, implementado na UFJF em 2019, segue direção semelhante. E surge na contramão da ideia de que outras modalidades sensoriais- sobretudo o ouvir- estejam atrofiadas numa suposta era da visualidade contemporânea. Desse modo, evitamos a falácia eufórica do “giro visual” (Mitchell, p.31), que vê a imagem a partir de um lugar comum, casual e irreflexivo,

¹ Trabalho apresentado no GT História das Mídias Audiovisuais, integrante do XIII Encontro Nacional de História da Mídia.

² Doutor em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro- Ecopós UFRJ, com Doutorado Sanduíche-Capes realizado na Blanquerna School de Barcelona. Professor PPGCom-UFJF. Jornalista e Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora- UFJF. Autor dos livros “Um telejornal pra chamar de seu” (Insular, 2013) e “O Amador no audiovisual” (Ed.UFJF,2020). Coordenador do Projeto TPA “Música para olhos e ouvidos”. email: jhonatanmata@yahoo.com.br

alicerçado em narrativas bipolares que, a nosso ver, se movimentam e se hibridizam. Não nos contentando com a construção social de um campo visual e insistindo numa atitude reversa- a construção visual de um campo social- voltamos nossos olhos e ouvidos para analisar as representações da TV e do telejornal em nosso cancioneiro.

Em trabalho anterior (MATA, 2020), no artigo “A vida virou uma *live*” analisamos o fenômeno das *lives* musicais no Brasil, durante a pandemia de Covid-19, como contraponto terapêutico à ideia de morte que se “disseminou” pelas produções de caráter informativo. Sete, das dez maiores *lives* do planeta, realizadas entre abril e maio de 2020 são brasileiras e todas musicais, o que amplifica a justificativa por estudos sobre “nossas canções”. Neste artigo, pontua-se que a postura discursiva do Governo brasileiro em relação à pandemia, na contramão de diversos países que a enfrentaram e das diretrizes da própria Organização Mundial de Saúde, se não foi a causa maior (problema de pesquisa que resultaria em outro interessante trabalho) estimulou em muito a adoção de uma leitura enviesada dos fatos. A narrativa, adotada por parcela da população e com eco nas redes sociais, teve na re-condução do conceito de morte para um lugar de tabu a sua principal estratégia. O resultado, nos meios de comunicação, visto em seus sintomas mais severos no audiovisual e, sobretudo, no telejornalismo, foi um clamor intermitente para que os comunicados sobre número de mortes e letalidade da doença anunciados em tela fossem minorados ou substituídos pelos anúncios de números de curados e também por produções mais “otimistas”, num flerte com as *softnews*, que incluíssem ou não a temática da pandemia. (MATA, 2020, p.3).

Entretanto, mesmo com a parcela de queixa de que “a dor da gente sai muito no jornal” (subvertendo a letra de uma das canções de nosso recorte) e, ainda, reconhecendo a força do entretenimento transformando “a vida em uma *live*”, os telejornais brasileiros experimentaram explosões de audiência durante o período de isolamento social, de acordo com estudo do Kantar Ibope³. Tendo nas *lives* a válvula de escape para a manutenção da saúde mental, o brasileiro poderia, em tese, migrar do espaço do telejornalismo, onde tristezas múltiplas causadas pela pandemia ganham projeção, e se “esconder” na música. Mas e quando nessa música figuram, para além de impasses sentimentais, melodias e universos paralelos, a TV o próprio telejornal? Vimos, assim, terreno fértil para o desenvolvimento de um trabalho específico a respeito da junção desses dois elementos

³ Confira o panorama completo em <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/03/audiencia-de-telejornalismo-explode-durante-crise-do-novo-coronavirus.shtml>

caros às nossas pesquisas, o telejornalismo e a música. Antes de apertarmos o *play* em nosso recorte, convém plugar nossas reflexões a respeito das relações entre audiovisual, com destaque para a TV e o universo musical.

Para ver a música: filmes imaginários, sensações reais

Ao tratar da “visualização da música”, em capítulo homônimo da obra “A televisão levada a sério”, Arlindo Machado (2000, p. 154) pontua que “nada pode ser mais insuportável aos ouvidos puristas da musicologia do que o fato da música ser consumida por uma larga parcela da audiência como uma espécie de trilha sonora de um filme imaginário”. A frase nos soa interessante por representar praticamente a antítese daquilo que norteia nossa proposta de trabalho. Isto porque buscamos compreender que sentidos as letras das canções de nosso recorte ofertam aos “filmes imaginários” sobre a TV que se projeta ao escutarmos esses produtos em nossos celulares, notebooks, televisores, dentre outros dispositivos. E mais: quando passamos para a questão dos videoclipes, a trama se adensa, tendo-se em vista que o filme deixa de ser imaginário e torna-se um produto “palpável”, à parte da música (mas em diálogo com a mesma já que surge dela). E, assim, cria outras múltiplas possibilidades de narrativas e representações, por meio de cenários, personagens, morais de histórias, etc.

Abandonando temporariamente o questionamento que estamos levando aos nossos entrevistados em momento atual do projeto- se a ocorrência visual atrapalha, auxilia ou em nada afeta a percepção da música- encontramos nas reflexões de Machado a definição do “olhar” (ou qualquer outro sentido) que queríamos ofertar ao nosso recorte: aquele lançado a partir de uma possível semiótica das relações audiovisuais. Assumimos que há uma lógica de organização dos elementos significantes, ligado às atitudes produtivas. É este encadeamento que define a arte e não os sentidos aos quais ela se destina (ouvidos ou olhos, no caso de nosso objeto), meios físicos (som ou luz) ou instrumentos (câmera ou piano). Desse modo, mais que um repertório de estímulos, a televisão e o telejornal que pretendemos mapear nesta análise, construídos a partir de áudio e vídeo nas/das canções é uma elaboração mental particular, criada a partir das informações que se combinam no cérebro para sintetizar uma unidade perceptiva verdadeiramente audiovisual.

Com relação aos lugares simbólicos que ocupa, a televisão está longe de ser canonizada, seja pela audiência ou pela academia. E

recebe tanto da reflexão crítica quanto da cultura e da música popular tratamentos diversos. Em alguns momentos, pode ser vislumbrada como a “Vaca profana” de Caetano Veloso, que coloca seus cornos pra fora e acima da manada de outros meios, se recria, se diferencia e consegue manter seu espaço, mesmo que num ambiente líquido- que exige, portanto, “meios líquidos” que se possam misturar, realocar, deslocar, como visualizamos a relação contemporânea entre a televisão e a internet. Nesta relação, marcada pela convergência dos meios de comunicação (JENKINS, 2009 p.27) a TV tenta se adaptar a um ambiente em que o conteúdo ofertado precisa se expandir para diferentes dispositivos.

Noutras circunstâncias, temos a “TV Geni”, da canção de Chico Buarque, cujo corpo é dos errantes, da publicidade que reafirma seu poder econômico, dos grandes conglomerados de mídia que a controlam e monopolizam discursos e construções de sentido em tela. Porém, a mania de se “jogar pedra” na TV-Geni continua, quando hipodérmicos e frankfurtianos, que não se diferem na visão de Hohlfeld (2010, p.13) “a abominam e acusam de manipulação e alienação” ainda que seja uma das múltiplas possibilidades discursivas sobre o atual “estar no mundo” da TV e das pesquisas sobre este meio. Numa “era” em que a adesão da audiência à política- e aos políticos- é feita de maneira afetiva, onde o “estar na tevê” é sinônimo de existir, em que a vida é transformada em sensação e as emoções coletivas são esteticamente condensadas no bios midiático, sugerimos que as canções e os videoclipes, com suas letras e narrativas imagéticas, podem ser vistos como mais um componente deste bios midiático. Passam-se todos, produtores e consumidores de músicas, a serem afetados por volumes, cores, imagens e sons de narrativas que integram uma participação diferenciada do popular. Quando explica a noção de bios midiático, em entrevista concedida a Mariluce Moura para a Revista Pesquisa Fapesp em 2002 (p.89), Sodré pontua que

O espelho reflete e ao mesmo tempo encerra a imagem em sua superfície rasa. Não tem profundidade de vida, e esse estar encerrado numa superfície rasa é a condição do homem que vive no bios midiático. É como Alice no país dos espelhos. Ou seja, se eu estou no espelho e estou com uma iluminação azul, sou o cidadão azul do espelho. É esse azul, vermelho ou roxo que a mídia ilumina que é, propriamente, o bios midiático. O bios é uma qualificação, uma iluminação particular. Um lado de pura aparência que permite contágio e refração infinitos: uma imagem remete a outra, que remete a outra, infinitamente, e até eu recebê-las já estou tão acostumado a elas que eu próprio já sou imagem (SODRÉ apud MOURA, 2002, p.89).

Uma vez imersos no bios midiático, o sensível passa a nos compelir a algo que está entre o real e o imaginário, sem que possamos recorrer a estruturas e leis para definir sua

unidade. E se ancora, segundo Sodré (2006, p.211) primordialmente na cultura dita “popular”, onde há exaltação dos sentidos e não de suspiros metafísicos.

Uma análise das narrativas sobre a televisão pela música brasileira: metodologia, recorte e representações possíveis

Definido nosso “bios”, partimos para o detalhamento da análise de conteúdo proposta por Laurence Bardin (2011) que será utilizada a fim de perceber a aparição de certos aspectos reiterados nas mensagens das canções. Em suas classificações, a autora coloca em relevo determinados elementos - palavras, conceitos, símbolos-chave do texto, para aferir sua frequência e sua significação. Nesse sentido precisaremos, conforme Bardin (2011), realizar o processo de categorização. Bardin (2011) define sua descrição analítica ofertando aplicações da análise de conteúdo como um método de categorias que permite a classificação dos componentes do significado da mensagem em espécie de gavetas. Segundo a autora, uma análise de conteúdo não deixa de ser uma análise de significados, ao contrário, ocupa-se de uma descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo extraído das comunicações e sua respectiva interpretação. Seguindo os passos propostos pela pesquisadora, os critérios de organização de nossa análise seguiram as seguintes etapas: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados.

Num momento inicial de pré-análise, buscamos em pesquisa pelos termos “TV”, “televisão” “tevé” e “telejornal” na web, sobretudo nos portais dedicados à publicação de letras de canções, como <https://www.letras.mus.br/> , <https://www.vagalume.com.br/> . Dessa forma, ao invés de demarcar um recorte temporal, nossas escolhas acabaram por permitir mapear, de modo mais fluído e completo, 110 músicas cujas datas de criação vão desde os anos 1960, em que a TV “chegava” ao Brasil até à contemporaneidade, em que as múltiplas telas reviram o próprio conceito de “televisão”. O objetivo aqui foi incluir toda e qualquer menção aos termos de interesse em nosso cancionário, incluindo todos os gêneros que o fizessem, como o pop, o sertanejo, o pagode, o rap, o funk, o rock, o samba e o gospel. Desse modo, seguimos regras fundamentais da análise de conteúdo, como a exaustividade, que sugere esgotar todo o assunto sem omissão de nenhuma parte; a representatividade, onde nos preocupamos com amostras que representem o universo; homogeneidade, que trata de dados que remetem ao mesmo tema (TV/telejornal), coletados por meio de técnicas iguais e exclusividade, onde se postula que um elemento não deve ser classificado em mais

de uma categoria.

Uma varredura em todas as letras de nossas canções-recorte permitiu elencá-las em subgrupos a partir das projeções de televisão que foram se clarificando, dando origem a seis blocos, definidos por suas vertentes discursivas, a saber: 1-A TV que emburrece; 2-A TV solidão; 3-A TV onírica; 4-A TV pedagógica; 5-A TV aparelho; 6-A TV que mostra o mundo. Por fim, a partir dessa categorização e detalhamento de cada categoria, partimos para uma análise pontual das canções que fazem menção ao telejornal, mapeando sentidos desse tipo de produção a partir da música brasileira. A primeira categoria, “A TV que emburrece” traz a ideia de uma mídia manipuladora que aliena seu público, e, por vezes, provoca um desapontamento. A canção “a Televisão”, do grupo Titãs está incluída nesse grupo, que contou com 35 das 110 menções apuradas. O samba “Zé do Caroço”, de Leci Brandão integra essa categoria. O personagem-título, representando “uma favela inteira” põe a boca no mundo e faz um discurso profundo “na hora que a televisão brasileira distrai toda gente com a sua novela”. “Perfeição”, da banda Legião Urbana segue a mesma tendência. A faixa, que traz o vocalista Renato Russo “celebrando a estupidez humana, do povo, nossa polícia e televisão”. “Alagados”, da banda Paralamas do Sucesso, faz menção às moradias populares brasileiras, como palafitas e favelas, nas quais vive um povo cuja arte é viver da fé, embora não saiba no que crer, já que “a esperança não vem do mar nem das antenas de TV”. Cumpre ressaltar aqui o espaço do rap contemporâneo brasileiro nesta primeira categoria. Caracterizado como uma composição de contestação - especialmente em relação às desigualdades socioeconômicas, o gênero apresenta 7 canções que foram classificadas na categoria 1. Os representantes maiores nesse recorte/gênero foram Criolo, Emicida e Rincón Sapiência. Em “Crisântemo”, Emicida canta e interpela seu público: “Qual a sua droga? TV? Erva? Solidão? Cerva? Na produção “Febre da mudança”, o rapper pontua que “Deus é uma TV de plasma”, num “planeta purgatório”.

A TV como sinônimo de solidão, aparelho ou meio ao qual recorreremos para fugir de uma espécie de vazio existencial é retratada na categoria 2, “TV solidão”. Essa representação se faz presente em 25 canções do corpus de análise. Estão incluídas nesse grupo produções como “Já sei namorar” (Tribalistas), em letra que rejeita assistir TV já que o “eu lírico” diz que “não tenho paciência pra televisão/eu não sou audiência para a solidão”. “Meu vício agora”, da banda Kid Abelha segue valoração semelhante. Na letra, um personagem desiludido, que não quer mais “falar de amor, de dor, de coração ou de ilusão” nutre como vício atual e “desedificante” ficar acordada contra o fundo azul da

televisão. Em “Leve desespero”, do grupo Capital Inicial, o personagem declara que chegou a um nível alto de solidão, ao cantar “já estou vendo TV como companhia”. Lulu Santos cristaliza o papel da TV em momentos solitários do cotidiano ao cantar, em “Satisfação”, que ele pega o telefone, liga a televisão, abre a geladeira mas não tem satisfação.

Um contraponto às duas categorias anteriores, a categoria 3- “TV onírica” (16% do recorte) apresenta, mais que um aparelho, um mundo de sonhos a parte, onde tudo é melhor e mais perfeito que na vida real. “Meus amores da televisão”, de Roberto Carlos, sugere uma fuga da realidade e a possibilidade de o personagem retratado se tornar um galã, que conquista as mocinhas. “Uma delas diz: te quero sim/ É na TV e eu penso que é pra mim”. “Eu quero ver televisão”, do grupo infantil Trem da Alegria segue a mesma linha de idealização, aclimatada ao ambiente infantil: “Mamãe deixa eu sonhar/Ligar televisão com meu herói quero voar”. “Alegria/Alegria”, de Caetano Veloso, o eu-lírico declara ter pensado em “cantar na televisão”. A canção, que foi um marco no movimento tropicalista e cuja apresentação mais emblemática data de 1967, no Festival da TV Record, sugere liberdade, em oposição ao momento de ditadura que o país vivia no período. Caetano aqui sublinha a presença dos meios de comunicação de massa neste contexto. A letra ilustra justamente o que o cantor faz com a música: a canta na televisão. A faixa “Deus (apareça na televisão)” do grupo Kid Abelha é autoexplicativa, indicando o lugar sacralizado daquele que “aparece na TV” e a postura contemplativa de quem o observa pelo aparelho.

A “TV pedagógica”, que “ensina” um novo modo de se portar ou uma “dramaturgia da TV” integra a categoria 4, com 4% de nosso recorte e 4 canções. Desse modo, o público, mais do que assistir televisão, “aprende” com ela uma nova forma de se colocar em cena na vida fora dela. Maneiras de olhar para a câmera, de interpelar o telespectador, de conquistar a audiência são repassados nas canções como uma espécie de manual de posturas assertivas para a vida, sobretudo no âmbito dos relacionamentos. Neste grupo estão músicas como “Cinema mudo”, dos Paralamas do Sucesso, onde o eu lírico precisa aprender a dizer o que sente pela amada. E as séries de TV podem auxiliar nessa empreitada. “A fórmula do amor” (Kid Abelha) é definida como um conjunto de gestos, iluminação, colocações em cena - derivados da TV - que podem levar o eu-lírico a conquistar o/a pretendente. Diante das dificuldades dessa colocação em cena, a letra termina sugerindo que “as coisas são mais fáceis na televisão”.

Na categoria 5, “TV aparelho”, optamos por elencar todas as produções em que, a despeito de qualquer outro discurso ou representação, as características da TV enquanto

dispositivo ou meio foram destacadas, com 14% de aparições em nosso recorte (16 músicas). Essa representação surge atrelada às classes com menor poder aquisitivo no Brasil, apresentando um aparelho que serve como moeda para quitação de dívidas, razão de uma dívida em função de sua aquisição ou presença destacada no lar. São exemplos as canções “Quem usa antena é televisão”, de Bezerra da Silva, Luz dos Olhos, de Nando Reis e “Tô devendo”, de Zeca Pagodinho, onde o personagem da canção está “devendo Dona Maria da quitanda (...) Seu Manel do Botequim (...) o aluguel do português, o homem do gás, a Light (companhia carioca de abastecimento de energia elétrica) e o carnê da TV que pifou na garantia”. Em “Coração Brasileiro”, a cantora Alcione canta um brasileiro que já pertenceu à classe média e hoje, descapitalizado, vende, dentre outros itens, a TV e o apê na tentativa de quitar os impostos devidos ao Estado.

Teleprompters cadenciados: o lugar do telejornal na música brasileira

A sexta e última categoria apresentada (cat.6, 12 músicas/11% do recorte), “A TV que mostra o mundo” traz a ideia de confirmação de fatos em função de terem “passado na TV”, sendo o espaço do telejornalismo nesse recorte. De certa forma, é como se a televisão e o telejornal atuassem aqui como meio e gênero que auxiliam a organizar e tornar público aquilo que seria “importante”, relevante, destacado de uma situação comum do cotidiano brasileiro. “Santa Chuva”, da Banda Los Hermanos serve de exemplo, já que a notícia de que “vai chover de novo deu na TV”. Conforme ressalta França (2009, p.38), a TV continua a nos projetar para fora de casa, reduzir o estranhamento e organizar o diferente, “mas quando ela é recebida no âmbito doméstico, também compõe e estrutura o conhecido”.

Além de informações comuns citadas, essa categoria, assim como a primeira, é formada principalmente por letras que contém algum tipo de crítica social. Essas músicas muitas vezes citam preconceito com minorias, violência, abuso de autoridade e a condição de vida em favelas. O grupo de reggae Ponto de Equilibrio canta “Eu vejo na televisão/A tropa invadindo o complexo do alemão/eu vejo nos jornais, novas notícias de guerras mortais/Eu vejo muita corrupção”, expondo que a TV também pode ser um meio de normalizar agressões e “notícias trágicas”. Outra característica dessa categoria é a possibilidade de distorção desse “mostrar o mundo”, quando a TV omite certas situações enquanto retrata somente a realidade de pessoas e classes privilegiadas. Esse exemplo pode ser encontrado na música “Indiferença” da Banda Gente, que diz que ao mesmo tempo que

a TV mostra uma cidade linda, com um cristo de braços abertos - referindo-se ao Rio de Janeiro - o eu-lírico desce a favela e se depara com “os caras” (a PM) “vindo pra cima”, e se questiona se sairá dali com vida. Apesar de assemelhar-se com a “TV Onírica”, resolvemos categorizar o trecho citado na sexta categoria pelo fato de estar assumindo as falhas da televisão, acusando uma contradição entre o que é exibido e o que acontece no outro lado da cidade projetada.

Considerações finais

Nossa incursão pelas letras das canções elencadas nos permitiu definir com nitidez a representação da televisão brasileira nestes espaços, bem como projetar possíveis representações para o telejornalismo neste cenário. Cumpre, de imediato, ressaltar que as seis categorias apresentadas embora remetam a um “bios midiático” comum, a uma “geografia-TV” semelhante, apresentam canções com sub-representações diversas. Como na “geografia clássica”, acreditamos que a “geografia TV” sugerida por Sodré pode comportar um “bioma imagético” diverso. Sentidos que, de acordo com nossa hipótese, podem uni-las ou segregá-las em momentos posteriores, quando analisamos suas projeções nos videoclipes, nas entrevistas com seus idealizadores ou num estudo voltado especificamente para a questão dos gêneros musicais, dando origem a subcategorias. Quando nos dispusemos a falar sobre música e TV e telejornalismo, consideramos também todo o complexo emaranhado- político, social, econômico e afetivo- que envolve nosso recorte, que engloba canções escritas desde a década de 60 até os dias atuais, além de representar produtos criados por e pensados para diferentes regiões, religiões classes sociais e faixas etárias. Entretanto, a visualização da música nesse recorte nos permite pontuar um dos achados mais importantes dessa proposta: o vigor do papel político da televisão e, principalmente, do telejornal desde as primeiras emissões até os dias atuais. Tal qual o próprio meio televisivo, a “música sobre televisão” se reinventa. Transitando entre a “TV Geni”, criticada e apontada como pivô de problemas que são na verdade macroestruturais e a “TV Vaca Profana”, que salva seu povo do tédio, da solidão e permitindo ao brasileiro sonhar.

Assim, podemos ressaltar que, enquanto as letras mais “antigas” - de quando a televisão ainda procurava seu lugar como objeto essencial nas casas brasileiras - mostram uma TV mais otimista, onde tudo é bonito e revolucionário, temos o contraponto das

músicas atuais, principalmente no rock e no rap. Nestas, o telejornal e o telejornalismo figuram como espaços priorizados, que mostram e reorganizam o mundo, mas também o distorcem. Desse modo, as inúmeras críticas sociais à alienação e omissão da TV como potência midiática nacional são, em sua maioria, dirigidas aos espaços reservados para a informação em tela. Além da discrepância em recortes de tempo, também existe uma ponte entre os modos de vida retratados em cada gênero: a “MPB” e o samba, na maioria das vezes, mostram uma TV acessível, onde constantemente o eu lírico pode “mergulhar” como forma de escape e lazer. As bandas alternativas criticam o sistema midiático e a forma como o conteúdo é ofertado ou negociado com a audiência, sobretudo a partir dos telejornais; já o *rap* menciona pessoas injustiçadas pelo sistema socioeconômico e suas relações com a televisão enquanto aparelho.

O polissêmico universo popular, razão de ser fonte de tensões no telejornalismo, também merece destaque em nossos achados, por sua onipresença no recorte. Explícito na categoria mais expressiva, mas presente nas aparições discretas de outras categorias, o “popular” nas músicas analisadas acaba por dialogar com as projeções que são feitas em relação à própria televisão e suas narrativas do/com o povo, como seu poder de “incorporar as aspirações da população” (BECKER, 2015) e “estruturar o conhecido e organizar o diferente” (FRANÇA, 2009). É interessante, ainda, pontuar que esse universo popular se pauta geralmente em uma ideia de periferia, seja esta discursiva ou mesmo geográfica, contribuindo (ou ao menos tentando colaborar) para o ativismo musical anunciado por SanMartin e Herschmann (2018).

E como nos propusemos a uma análise sinestésica das relações tecidas entre TV e música, consideramos válido destacar que o cruzamento de sensações extrapola as projeções visuais de televisão possibilitadas pelos 110 áudios estudados. É inegável o “grito”- acústico ou elétrico- que as canções trazem, anunciando e denunciando as “janelas para o mundo” que a TV abre ou as “cortinas narrativas” que silenciam discursos nas telas. Mas a televisão que a música projeta em suas narrativas e na lógica de seus elementos significantes, mais do que “filmes imaginários” acaba por evocar outras sensações: é a mão que afaga o cidadão solitário, livro que ensina, com sua “dramaturgia” (COUTINHO, 2013) a como se portar, sobretudo nos relacionamentos. A TV se materializa como moeda de troca nos casos de endividamento financeiro e ainda atua como marca texto, destacando no telejornal aquilo que importa em cotidianos múltiplos . E tem a audácia de teletransportar o

brasileiro para ambientes oníricos, onde crises existenciais e as mazelas urbanas não alcançam.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M. M. **A cultura popular na idade média e no renascimento**. São Paulo/Brasília: Ed. Hucitec/Ed. Universidade de Brasília, 1987.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011

BECKER, B.; MATEUS, L.; PRADO, J. L. A.; MACHADO, M. **Mapeamento das pesquisas em telejornalismo no Brasil**: um estudo da produção acadêmico-científica de 2010 a 2014. Revista Famecos, Rio Grande do Sul, v. 22, n. 4. 2015. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/20534>>. Acesso em: 4.set 2019.

CAVALCANTI, M. L. V. de C. **Em torno do carnaval e da cultura popular**. Textos Escolhidos de Cultura e Arte Populares, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p. 7-25, nov. 2010.

COUTINHO, I. (Org.). **Dramaturgia do telejornalismo brasileiro**: a estrutura narrativa das notícias em tevê. 2003. Tese (Doutorado em Comunicação Social) — Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2003.

DAPIEVE, Arthur. **Brock — o rock brasileiro nos anos 80**. São Paulo: Editora 34, 2015.

FRANÇA, V. V. **A televisão porosa** — traços e tendências. In: FILHO, J. F. A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 27-52.

HOHLFELDT, A. **Revisão oportuna**. In: In: VIZEU, A.; PORCELLO, F.; COUTINHO, I. (Orgs.). 60 anos de telejornalismo no Brasil. Florianópolis: Insular, 2010. p. 13-16.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. 4. ed. São Paulo: Editora Senac, 2010

MATA, Jhonatan. **O amador no audiovisual**: a incorporação de conteúdos gerados por cidadãos comuns às produções jornalísticas da TV brasileira. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2020.

_____. **A vida virou uma live**: reflexões sobre o conceito de amadorismo e transmissão ao vivo a partir das lives musicais num contexto de pandemia. Em “Audiovisual Revolucionário. (prelo)

MITCHELL, W.J.T. **Mostrar o ver**: Uma crítica à cultura visual Interin, vol. 1, núm. 1, 2006, pp. 1-20 Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba.

MOURA, A. **A forma de vida da mídia**: entrevista Muniz Sodré. Revista da Fapesp, São Paulo, edição 78, p.87-90, 2002. Disponível em: <<http://revistapesquisa.fapesp.br/2002/08/01/folheie-a-ed-78/>>. Acesso em: 9 jul. 2016.

SANMARTIN FERNANDES, Cíntia e HERSCHMANN, Micael.(orgs). **Cidades musicais:** comunicação, territorialidade e política. Porto Alegre: Sulina, 2018.

THOMPSON, E. P. **Costumes em comum:** estudos sobre a cultura popular tradicional. Tradução Rosaura Eichenberg. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.