

“Pai de Pet” – Análise de produto audiovisual a partir das contribuições dos Estudos Culturais¹

Gabriela Nunes FRANCISCO²

Griselda Luiza PURINI³

Laura Reis Cruz DOS SANTOS⁴

Luana Barros KOCH⁵

Maria Luiza Santos Puim DE MELO⁶

Milena Cristina Gonçalves DE SOUSA⁷

Rebeca Zenatti SILVESTRE⁸

Daniela Pereira BOCHEMBUZO⁹

Centro Universitário do Sagrado Coração, Bauru, SP

RESUMO

Esta pesquisa envolve a análise de um produto cultural audiovisual de curta duração a partir da perspectiva dos Estudos Culturais, por meio da metodologia proposta por John Fiske, um dos principais teóricos da Escola de Birmingham. O objetivo é analisar um produto cultural, no formato esquete de humor, veiculado pela internet, considerando os níveis de Realidade, Representação e Ideologia, a fim de evidenciar a ideologia subjacente e sua intersecção com a estrutura social e codificação como objeto midiático. O presente estudo demonstra que é preciso rigor na desconstrução do produto cultural em seus diferentes níveis para, de fato, decodificá-lo como linguagem e subtrair-lhe a ideologia nele contida, evidenciando-se, assim, a necessidade de um pensamento crítico diante das mensagens veiculadas através dos meios de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: Audiovisual; Comunicação; Estudos Culturais; Humor; Mídia.

INTRODUÇÃO

¹ Trabalho apresentado no J08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação do 4º. semestre do Curso de Jornalismo do UNISAGRADO, e-mail: gabrielanunesfrancisco@yahoo.com.br

³ Estudante de Graduação do 4º. semestre do Curso de Jornalismo do UNISAGRADO, email: glpgriselda@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação do 4º. semestre do Curso de Jornalismo do UNISAGRADO, e-mail: laura.reis05@gmail.com

⁵ Estudante de Graduação do 4º. semestre do Curso de Jornalismo do UNISAGRADO, e-mail: luanabarro0505@gmail.com

⁶ Estudante de Graduação do 4º. semestre do Curso de Jornalismo do UNISAGRADO, e-mail: marialubtu@gmail.com

⁷ Estudante de Graduação do 4º. semestre do Curso de Jornalismo do UNISAGRADO, e-mail: milenacris165@gmail.com

⁸ Estudante de Graduação do 4º. semestre do Curso de Jornalismo do UNISAGRADO, e-mail: beca.silvestre1234@gmail.com

⁹ Orientadora do trabalho. Docente do UNISAGRADO. Mestre em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, graduada em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo pela Universidade Estadual de Londrina. Membro do Grupo de Pesquisa Comunicação, Mídia e Sociedade do UNISAGRADO. E-mail: daniela.bochembuzo@unisagrado.edu.br

Esta pesquisa aborda a análise de um produto cultural a partir da metodologia “Reading Television”, desenvolvida pelo teórico John Fiske, dos Estudos Culturais. O objetivo foi analisar um produto cultural audiovisual, no formato esquete de humor, intitulada “Pai de Pet”, produzida pelo grupo de atores e redatores “Embrulha pra Viagem”, com duração de 2 minutos e 13 segundos, veiculado pela internet.

A razão da escolha de tal método deve-se ao fato de que os estudos teóricos da Escola de Birmingham contribuem para análises minuciosas de produtos culturais, na medida em que desconstruem as intencionalidades das mensagens por meio da leitura dos códigos nelas presentes. Outro mérito é que a metodologia permite que essa desconstrução aconteça e denuncie os componentes culturais e políticos da mensagem presentes no produto.

A Escola de Birmingham foi pensada a partir dos anos 60 do século XX, em especial por Raymond Williams, E. P. Thompson e Stuart Hall. Com o surgimento da televisão na sociedade americana e mundial, gradativamente veio a preocupação desses pesquisadores em compreender os meios de massa, como a televisão, e sua possível influência sobre os pensamentos e comportamentos das pessoas.

A televisão apresentava-se naquele momento histórico como um dos primeiros meios de comunicação de massa, surgindo com ela críticas e análises sobre uma comunicação que se espalha e atinge uma audiência significativa, influenciando a cultura de um modo geral e o modo de vida das pessoas.

Nesse sentido, os Estudos Culturais entendem que os meios de comunicação de massa não devem ser estudados em si mesmos, mas “devem ser estudadas as estruturas e os processos por meio dos quais as instituições das comunicações de massa sustentam e reproduzem a estabilidade social e cultural, [...] (já que) isso não ocorre de forma estática, mas adaptando-se às contradições que emergem da sociedade, englobando-se e integrando-se no próprio sistema cultural.” (WOLF, 2009, p.103).

Considerando que o conceito de cultura é amplo e complexo, os teóricos dessa corrente de pensamento defendem que a comunicação como cultura deve ser entendida como processo, isto é, na sua “natureza complexa e elástica, dinâmica e ativa, não puramente residual e ou mecânica” (WOLF, 2009, p.105).

Dessa forma, os Estudos Culturais não analisam apenas as práticas culturais na forma como se organizam as sociedades enquanto constituem sua cultura, mas tentam

compreender também as “formas do sistema articulado e global a que essas práticas dão vida” (WOLF, 2009, p.105).

A importância de analisar um audiovisual disseminado pelas redes sociais, à princípio como forma de entretenimento/humor, segundo a perspectiva dos Estudos Culturais, é que esses teóricos dão importância significativa ao receptor no processo de comunicação.

Ao mesmo tempo, admitem que os receptores, mergulhados em sua cultura construída no cotidiano de sua atividade humana, são influenciados na forma como recebem a mensagem, o que é feito segundo a codificação dos símbolos e sujeitado às ideologias dominantes, presentes nela, o que, advertem, indica que o processo não é absoluto.

Nessa perspectiva, também que é possível decodificar esses símbolos e reconstruir os sentidos daquilo que foi recebido pelo emissor. “Quando uma pessoa assiste um filme, relaciona a mensagem ao seu cotidiano, compara com o que já viu, articula com outras informações em uma postura ativa sobre a mensagem.” (MARTINO, 2013, p.246).

METODOLOGIA

Para a análise do produto cultural audiovisual intitulado “Pai de PET”, produzido pelo grupo de humoristas Embrulha para Viagem, foram aplicados os três níveis de análise da televisão como produto cultural desenvolvido por John Fiske, a saber: (1) A realidade: códigos sociais; (2) Representação: códigos técnicos; e (3) Ideologia: códigos políticos.

Esse método foi desenvolvido a partir de um conceito de cultura simbólica defendida pelos Estudos Culturais, por meio do que seria preciso decifrar a mensagem implícita ao produto cultural. A decodificação dessa mensagem, de forma minuciosa, possibilitaria revelar seus aspectos políticos e ideológicos.

Isso posto, os códigos presentes em cada nível do objeto aqui estudado foram acessados a partir da visualização e escuta da obra, observados e posteriormente descritos, divididos entre seus tipos e organizados em forma de tabelas. A partir disso, cruzou-se os resultados do nível Realidade com o nível Representação, a fim de verificar se havia intertextualidade, ou seja, se a representação técnica se aproximava do real, em

verossimilhança ou exagero. E, a partir da intertextualidade subordinada ao contexto sociopolítico-econômico-cultural, observou-se os códigos políticos, que, do ponto de vista Estruturalista, são traços da Ideologia. Por fim, considerou-se que, a partir dos códigos presentes nos níveis analisados, a obra em questão se constituía de uma crítica ou um reforço à Ideologia.

A contribuição dessa metodologia proposta por Fiske é questionar a lógica de correntes de pensamento anteriores aos estudos da comunicação, que viam o receptor com inevitável passividade diante dos meios de comunicação de massa. Já a metodologia aqui adotada propõe uma forma de comunicação que leva em conta produção e recepção que aparecem em diferentes momentos do processo, no qual a codificação é a definição do sentido dentro do produto cultural, segundo a intencionalidade dos emissores da mensagem. Por sua vez, a decodificação é o trabalho feito pelo receptor para produzir sentido diante daquilo que lhe é apresentado.

Os Estudos Culturais, através dessa metodologia, dão ao receptor a possibilidade de desconstruir os discursos da ideologia dominante e, assim, de alguma forma, resistir a esse domínio, fazendo um conjunto de sentidos próprios quando diante de um produto cultural.

De forma dinâmica e contínua, esse receptor vai se apropriando de uma autonomia de pensamento diante das produções culturais disseminadas pelos meios de comunicação de massa com mensagens intencionalmente construídas, a partir da bagagem cultural de suas vivências.

A leitura feita pelo receptor é sempre diferente do produto, embora ambos estejam dentro da mesma cultura. O receptor é um ser social e histórico e sua maneira de ver televisão ou ler uma revista esta ligada ao seu desenvolvimento nesse sentido. (MARTINO, 2019, p.250).

Nessa perspectiva, acrescenta o autor, os meios de comunicação seriam não apenas o instrumento de imposição legitimada de um padrão, “mas também a arena as disputas de espaço pela construção de práticas significativas dentro de uma cultura em luta.” (MARTINO, 2019, p.247). Comunicação, para os Estudos Culturais, é luta, negociação, disputa e poder.

ANÁLISE E PRINCIPAIS RESULTADOS

A partir da proposta avaliativa da disciplina de Teorias da Comunicação, tópico referente aos Estudos Culturais, também chamados de Escola de Birmingham, alocada no curso de graduação em Jornalismo no qual as autoras estão matriculadas, foi selecionada uma esquete cômica para realizar a análise a partir da metodologia de John Fiske, para, assim, promover reflexões sobre a comunicação.

Foi escolhida a esquete intitulada “Pai de pet”. A primeira etapa foi elaborar a sinopse do vídeo, que retrata uma narrativa envolvendo duas personagens principais e uma secundária, a cachorrinha Pipoca. Dois Vizinhos se encontram na porta do prédio onde residem e iniciam uma conversa em que um deles se refere ao “filho pet” enquanto o outro se refere aos filhos. O pai do pet faz uma série de reivindicações sobre espaço livre, bebedouro e altura adequada aos cachorros no prédio, referindo-se à cachorra Pipoca como filha e depois convidando os filhos do vizinho para uma festa de aniversário de seu animal de estimação. No entanto, ao fazer o convite, realiza recomendações sobre o comportamento infantil e avisa que sua “filha”, inclusive, não discrimina crianças. O pai do pet dá poucas chances de conversa ao vizinho, fala sem parar enquanto o vizinho demonstra frequentemente espanto ao longo do encontro. O pai de pet dá detalhes de como será a sofisticada festa da filha e garante que crianças são bem-vindas, apesar de terem espaço limitado na festa. Ao final, o pai se retira para comprar o vestido da festa do pet sob o olhar incrédulo do vizinho.

Compreendida a narrativa e suas ações, o grupo partiu para a análise do objeto sob a ótica dos três códigos propostos pela teoria: Realidade, Representação e Ideologia, compostos, por sua vez, por códigos sociais, códigos técnicos e códigos políticos.

Nos **códigos sociais** tem-se a **aparência**, por meio da qual notou-se dois homens brancos, um de cabelo curto, olhos castanhos. O personagem Danilo veste uma camisa cinza com pequenas manchas brancas. O outro vizinho, chamado de Geraldo, tem cabelos descoloridos nas pontas, veste uma camiseta de cor azul acinzentado, calça jeans de lavagem escura e, por fim, Pipoca, que é uma cadela fêmea, aparentemente sem raça definida, porte pequeno, com pelos de tom marrom claro e coleira.

A **maquiagem**, aparentemente, não existe. Mas como se trata de uma produção audiovisual produzida comercialmente, é provável que haja algum tipo de maquiagem propícia para o ambiente de filmagem ao ar livre, com luz externa. Quanto ao

comportamento, Danilo é mais ativo, falante, por meio do que vai envolvendo o outro na conversa, interrompendo-o e o deixando com pouco espaço de fala. Geraldo, por sua vez, se mostra mais na defensiva, demonstrando grande estranhamento, expressado tanto facial como corporalmente. A cachorra se mantém tranquila durante toda a conversa e apenas, de vez em quando, recebe algum carinho de um dos personagens.

O **ambiente** é com uma Câmera mais fechada. Basicamente só se vê a porta do prédio. A conversa deles se dá em frente a uma porta de vidro grande, provavelmente a do prédio onde eles moram, que é de número 81, e de onde é possível perceber câmeras de segurança e uma escadaria.

O **contexto** é que o Geraldo, um dos vizinhos, tem duas filhas e Danilo, por conseguinte, é aquele que se considera pai de pet, ou seja, literalmente pai da cachorra. O foco principal da trama está em Danilo, porque é ele que traz o estranhamento e o humor e a possibilidade da análise cultural análise do esquete, com as práticas sociais. Danilo inicialmente está feliz saindo para levar a cachorra. O objetivo é comprar um vestido para a festa de aniversário para o pet. A feição dele muda quando começa a falar sobre o que acredita ser injustiças em relação aos prédios em que as crianças são priorizadas, cujos bebedores não estão na altura correta para que os pets possam tomar água e, logo, no final se mostra feliz porque vai comprar o vestido. Geraldo, por sua vez, se apresenta mais tranquilo no início, quando encontra ao vizinho, mas essa percepção vai diminuindo à medida em que aparece o estranhamento com as falas do colega.

Quanto aos **códigos técnicos**, pode-se notar que são quatro câmeras, uma em um personagem e outra distante que registra a cena em plano aberto. As cenas são feitas em close-up dos dois personagens e existe um outro enquadramento que engloba toda a cena. A **iluminação** basicamente é natural porque é feita do lado de fora de um prédio, mas também existe outro tipo de iluminação artificial para garantir os ângulos e a qualidade do produto, como é praxe em grande parte da produção audiovisual.

Em relação à **edição**, existem cortes secos mostrando a reação dos personagens a cada frase do diálogo, quando as imagens das personagens vão sendo alternadas. Há produção sonora apenas no final com a vinheta que dá o corte necessário para encerrar a cena.

Na terceira forma de decodificação do vídeo tem-se os **códigos políticos**, os quais subsidiam a análise do produto enquanto produção cultural, permitindo, a partir das

decodificações anteriores, decantar a ideologia que estaria implícita na mensagem central da esquete cômica.

A esse respeito, destaca-se que o personagem Danilo, o pai do Pet, tem uma visão distorcida da realidade quando defende que espaços, benefícios e necessidades dos cachorros devam ser atendidos prioritariamente em relação às necessidades, aos desejos e espaços oferecidos aos seres humanos, no caso das crianças.

A personagem Danilo, ao afirmar a necessidade de realizar uma festa em um buffet para a cachorra, demonstra ser um ser humano que trata um animal irracional como filho, enaltecendo os cachorros em detrimento às crianças, indiciando certo desprezo pelos humanos.

É possível perceber uma troca de papéis entre os cachorros, os animais de estimação e as pessoas, o que vai, de certa forma, ressignificar o sentido social da instituição família, inclusive porque outros termos são criados a partir dessa perceptiva e interferem na linguagem do cotidiano. Como diz, por exemplo, o personagem Danilo: “kids friendly”, em um trocadilho a “pet friendly”, referindo-se a um lugar que “até” recebe humanos, ou seja, seria simpático à presença de humanos.

O produto em questão demonstra a inversão de valores no cotidiano, mas que pode ser visto na realidade das pessoas atualmente. Hoje em dia os casais, sobretudo jovens, primeiro adquirem um pet para depois ter filhos e, às vezes, nem chegam a ter filhos. Por vezes tem muitos pets, gatos, cachorros, mas não optam pela paternidade ou maternidade. No vídeo, os autores usam da ironia e da hipérbole para denunciar essa realidade que, de fato, acontece na vida real.

CONTRIBUIÇÕES DA PESQUISA

Ao final de esmiuçada análise proposta pelo método de decodificação das produções culturais veiculadas pela televisão, foi possível destacar importantes reflexões sobre a mensagem transmitida pela peça cômica audiovisual.

A ideia de que se passa a construir uma cultura que reinventa a linguagem cotidiana dos papéis sociais na família, como o de filho, pai, irmão. Surgem agora os “pais de pet”, tios, avós de pet. Uma linguagem que vai sendo culturalmente incorporada ao cotidiano e apropriada por futuras gerações.

A linguagem possui um papel crucial no desenvolvimento da história humana, seja qual a forma se manifeste, ela se apresenta como elemento fundamental da comunicação e elemento base da cultura humana. Os meios de comunicação de massa, pelo seu alcance e permeabilidade de símbolos, signos e significados, interfere nas diferentes linguagens do cotidiano das sociedades e vai criando contextos enquanto é modificada por esses mesmos contextos.

A convenção dos símbolos é sustentada culturalmente, construída ao longo da história de cada grupo social, compartilhada pelos membros desse grupo e veiculada desde sempre a um conjunto de representações coletivas que garantem sua força. [...] os símbolos percorrem as práticas sociais. (MARTINO, 2013, p. 221).

E essa presença pode ser observada nos discursos, nas linguagens corporais, artísticas e em movimento, modificando a realidade social.

No decorrer do trabalho de decodificação dos textos pelos diferentes níveis propostos pela metodologia de Fiske, é possível perceber que há uma cultura gradativamente incorporada, em especial por casais que preferem criar em casa pets do que ter filhos, considerando-se que animais não têm autonomia de pensamento. Tornou-se, outrossim, mais trabalhoso criar um filho e enfrentar suas fases desafiadoras de desenvolvimento do que manter um pet, elemento desafiador de uma sociedade moderna, tecnológica e tão confusa e cheia contradições, de conflitos e até de violência.

A análise do produto cultural que impulsionou a pesquisa levou à constatação do surgimento de inúmeros produtos relacionados ao consumo para a criação de pets, desde os mais básicos até os mais sofisticados, prevendo um nicho comercial que vai se reinventando e agregando novos desejos de consumo a esse nicho de consumidores. O audiovisual objeto deste trabalho denuncia indiretamente essa questão, de um mercado consumidor de produtos, quando aborda os inúmeros cuidados transformados em desejo de consumo que o pai de pet descreve em seus diálogos com o vizinho.

Cabe observar que tal característica é evidenciada pela cultura de massa tanto quanto estimulada pelos meios de comunicação e pela própria publicidade, que vem criando um nicho de consumo cada vez mais específico, com produtos como, por exemplo, chip intradérmico para localização do animal, carrinhos de “bebê”, spas para pets, que dividem espaço com vasilhas para comida e água, coleiras para passear e alguns brinquedos simples.

Ao cruzar os resultados da pesquisa com a realidade, o grupo de autoras encontrou algumas novidades no mercado para pets que se sobressaem, estranhamente, pela sua sofisticação e especificidade, justificando, inclusive, altos preços para o consumidor.

Esses produtos, tal como no diálogo de Danilo com Geraldo, atribuem traços dessa “humanidade” para os pets. Há shampoo específico para pet, assim como se tem shampoo especial para criança; brinquedos que reproduzem jogos de papéis sociais, como, por exemplo, ambulância, e instrumentos do uso de médicos; copos e bebedouros adaptados especificamente para cachorros, assim como se tem para os bebês que realizam a transição para o uso do copo; sapatinhos; roupas sofisticadas; meias e muitos outros acessórios, que vão trazendo essa ilusão de que o cachorro é, realmente, uma criança, um filho.

Outro exemplo de sofisticação é uma lanterna para detectar a urina do animal em superfícies e que, originariamente, teria outra finalidade: localizar escorpiões no escuro, mas é anunciada nos sites especializados como produto para pets.

Outro item identificado e de forte simbolismo cultural, exatamente como é apontado pelos Estudos Culturais, foi o carrinho para passear com os pets na via pública, em uma alusão à família no espaço público com seus bebês, reforçando a naturalização da fictícia humanidade que existira nos animais de estimação.

Necessário um destaque nessa questão do consumo que caracteriza uma análise para os Estudos Culturais. O acesso a esse consumo caracteriza um universo particular daqueles quem possuem meios financeiros para adquirir esses produtos. Portanto trata-se de um público específico que é denunciado com humor pelo esquete.

Essa constatação pode “definir o estudo da cultura da sociedade contemporânea” marcada pelos “[...] significados e os valores que surgem e se difundem nas classes e grupos sociais, quanto as práticas efetivamente realizadas, por meio das quais valores e significados são expressos e nas quais estão contidos” (WOLF, 2009, p.103), pela classe social a que pertence esse consumidor e as relações que se estabelecem a partir dela.

Destaca-se também na pesquisa outro fato importante que seria a grande contribuição para a análise de um produto cultural como o “O Pai de Pet, que é a linguagem do humor. Diferente de um discurso formal e linear de críticas a determinadas práticas sociais, o humor se apresenta no objeto estudado com muitos exageros. As hipérboles presentes no discurso dos personagens trazem uma ironia que questiona aquilo

que foi naturalizado pela cultura veiculada pelos meios de comunicação de massa e o modelo interpretativo daquela prática social.

Como observa Martino (2019, p. 230), “O humor, nesse sentido, é uma forma de desconstrução na medida em que desmonta os protocolos de leitura e revela as incongruências, os erros e absurdos. [...] mostra como os significados são cristalizados na representação entre texto e leitor.”.

CONCLUSÃO

O objeto analisado, a esquete cômica audiovisual “Pai de Pet”, ratifica a complexidade do conceito de Cultura para os Estudos Culturais, indicando como os objetos midiáticos possuem componente simbólico e político.

Como uma representação, o produto audiovisual é exemplo da intersecção com a realidade e, por sua vez, com a ideologia, corroborando a importância de se debruçar sobre a comunicação de massa por meio da análise de produtos culturais segundo suas intencionalidades e considerando que toda audiência possui graus diversos de literacia midiática, na medida em que estabelece diversos laços sociais identitários. Dessa forma, considera-se que os Estudos Culturais, a partir da contribuição de John Fiske, oferecem uma metodologia capaz de decodificar mensagens midiáticas e fomentar o olhar crítico diante da realidade social.

REFERÊNCIAS

EMBRULHA PRA VIAGEM. **Pai de Pet.**, 05/10/2023. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=KGOMwY-EMzZ>. Acesso em 05/06/2024

MARTINO, L. M. S. **Teoria da Comunicação: Ideias, Conceitos e Métodos**. 4 ed. Petrópolis: Vozes.2013

MORAES, A. L. C. Estudos Culturais Aplicados a Pesquisas em Comunicação in SOUZA; MELO, MORAES (org). **Teorias da Comunicação. Correntes de Pensamento e Metodologia de Ensino**.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. 4 ed. São Paulo. Martins Fontes.2009. Lisboa.