

Ludmilla in the house: a construção audiovisual da “bandiva” e a representação da imprensa em “Sou má”

Giselle Rafaela Clara¹
Jhonatan Alves Pereira Mata²

Resumo

O telejornalismo diário tem, por meio de suas rotinas produtivas, diferentes formas de divulgação de um fato. Dentre os assuntos que se destacam nos critérios de noticiabilidade estão os factuais de interesse público ou do público, sendo frequente a decisão editorial de apresentar as notícias, de forma sensacionalista. Neste contexto - e partindo da constatação de que a imprensa vem sendo largamente utilizada como personagem ou plano de fundo para produções audiovisuais, com destaque para o formato “videoclipe”, nossa proposta é mapear pontos de interstício entre as estéticas do videoclipe (SOARES, 2013) e do telejornalismo. Em paralelo, interessa-nos discutir sobre a persona midiática encarnada pela cantora-compositora fluminense Ludmilla na obra “Sou má”, parceria com a dupla paulista de gêmeas rappers Tasha e Tracie. Na produção, as artistas interpretam personagens bandidas, que têm seu crime e rostos expostos e noticiados na televisão, num exercício de metalinguagem. Utilizando como metodologia a análise da materialidade audiovisual (COUTINHO, 2016), observamos os inúmeros paratextos circulantes que nos levam a refletir sobre a representação do crime e da imprensa sensacionalista e os modos de construção daquilo que conceituamos como “bandivas”, divas bandidas que subvertem, na ficção, mas não apenas- a noção secular do termo, bem como o conceito de olímpianos definido por Morin (1977) para se referir às celebridades como semi deuses contemporâneos. Considerando que os estados de origem das artistas produzem também uma sorte de programas jornalísticos que se utilizam da espetacularização do crime para angariar audiência, interessa-nos observar como opera a construção de uma cultura de celebridades alicerçada nas

¹ Mestranda do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCOM- UFJF). Especialista em Direção de Arte, TV e propaganda pela Faculdade Dom Alberto; MBA em Comunicação e Marketing pela Universidade Cruzeiro do Sul.

² Doutor em Comunicação (Ecopós-UFRJ)/ Blanquerna School Barcelona. Docente permanente no Programa de Pós Graduação em Comunicação-UFJF-Universidade Federal de Juiz de Fora Jornalista-Mestre em Comunicação-Universidade Federal de Juiz de Fora. Coordenador dos Projetos "Música para Olhos e Ouvidos" (TP), "Amadores, profissionais e seus amálgamas" (CNPq), Polijovem (Fapemig- Extensão em interface com a pesquisa). Vice-Coordenador do NJA-Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (UFJF)

“bandivas”, que ressignifica, em telas, estereótipos que transitam pela ficção e pela realidade. Numa narrativa em que a virtuosidade da diva se apresenta na história contada como um talento ou técnica pautados não apenas em termos de alcance vocal ou *star system*, mas também de aptidão das personagens para o ilícito. O lançamento do clipe, que já alcançou 5,7 milhões de visualizações, foi feito nas redes sociais com a *hashtag* #ludmillafoipresa, que entrou para os “*trending topics*” do *twitter*. A ideia é perceber como operam, em simultâneo, o culto às bandivas e a uma espécie de “estética Coliseu”, que se desenrola, num cenário midiático em que o público quer que o personagem seja jogado aos leões para o entretenimento – e que está presente tanto na representação do videoclipe quanto no telejornalismo diário. As promessas de leitura feitas a uma sociedade culturalmente midiaticizada evidenciam a persona midiática trabalhada pela artista perante seu público, em suas performances e linguagens artístico-criativas que acabam interferindo também nas visões de mundo a respeito da cobertura e do papel da imprensa informativa no audiovisual.

Palavras-chave

Audiovisual, Telejornalismo, Sensacionalismo, Imprensa, Videoclipe

INTRODUÇÃO

Desde a teoria do Newsmaking, os critérios de noticiabilidade são os principais pontos observados na construção de narrativas dos telejornais ao escolherem que fato pode ou não ser considerado relevante para ser noticiado. Em boa parte das escolhas, os acontecimentos factuais (roubos, mortes, acidentes) ganham destaque na imprensa. De uma forma “simplista” como se refere Traquina (2005), os jornalistas, que seriam “um espelho que reflete a realidade”, escolhem os assuntos relevantes por diferentes características e quando os temas giram em torno de acontecimentos ruins, o autor ressalta que o “mundo jornalístico parece ser um mundo de notícias vindo do ‘inferno’”.

o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo ‘valor-notícia’ (TRAQUINA, 2008, p. 63).

Muitas vezes, é difícil decidir o que deve ser levado em conta nessa escolha. Mas é fato, que o valor-notícia de acontecimentos que retratam a sociedade e o “mundo real” chama a atenção de editores que definem os assuntos que vão compor o script do telejornal diário. Levando em conta a produção jornalística desenvolvida em grandes centros urbanos como

Rio de Janeiro e São Paulo, percebemos o crescimento de audiência de programas jornalísticos com foco na cobertura policial.

Em uma pesquisa realizada pelo observatório da TV no dia 03 de agosto de 2023, por exemplo, a Rede Record ficou à frente do SBT nos índices de audiência por 16 horas consecutivas. No período da manhã a Record exibiu os programas Balanço Geral Manhã, o Fala Brasil e o Hoje em Dia e ficou em segundo lugar isolado na disputa de audiência. À tarde, o programa Balanço Geral SP bateu recorde de participação e na sequência, o programa policial Cidade Alerta venceu, em audiência, as telenovelas mexicanas exibidas na emissora de Silvio Santos.

Ao observar as produções audiovisuais percebemos que a estética do telejornalismo vem ganhando espaço na construção de narrativas. Neste trabalho, buscamos mostrar espaços de congruência entre o jornalismo e a música no videoclipe “Sou má”. A obra é uma parceria entre a cantora fluminense Ludmilla e as rappers paulistas Tasha e Tracie. As três representam no clipe mulheres que planejam um assalto a banco e para contar a história a imprensa é representada na cobertura do fato.

Buscamos compreender, a partir do recorte, como a narrativa atua na construção das personagens. Consideramos, num contexto de "audiovisual poroso", que os Critérios de noticiabilidade muitas vezes estão encharcados de visões de mundo e que as situações objetivas estão impregnadas de sentidos socialmente articulados. Nosso acesso à verdade é, portanto, limitado. É preciso combater a narrativa (que o jornalismo construiu sobre si) do monopólio da interpretação da informação. Saber que o olhar do jornalista sobre um fato, é apenas um olhar entre tantos possíveis permite o debate de que “nem tudo é como vemos”. E de que a objetividade deve estar no método e não no profissional, que está longe de ser uma tábula rasa.

Em "Sou Má", há a admissão de diferentes narrativas, pelo olhar de outros grupos representados. O crime do roubo ao banco é retratado no videoclipe inicialmente através de um programa jornalístico que segue os moldes daqueles apresentados na TV aberta brasileira. Durante a apresentação, os entrevistados demonstram um outro olhar para o crime em si. O destaque vai para as “Bandivas”. As mulheres que cometem o crime são retratadas como mulheres empoderadas, que planejam o que querem e mantêm o total domínio dos acontecimentos da cena, apesar de serem presas.

Todo espectador é coautor do projeto apresentado audiovisualmente. Seja no jornalismo ou no videoclipe, sabendo que há outras narrativas possíveis, é possível fazer

escolhas que, aos olhos do espectador, parecem lógicas e verdadeiras. Ao se fazer o recorte da realidade notamos que tudo depende do ponto de vista e que o espectador vê o mundo a partir das próprias lentes

O interesse sociológico nas questões da "realidade" e do "conhecimento" justifica-se assim inicialmente pelo fato de sua relatividade social... Segue-se que aglomerações específicas da "realidade" e do "conhecimento" referem-se a contextos sociais específicos e que estas relações terão de ser incluídas numa correta análise sociológica desses contextos. (BERGER, LUCKMANN 2004. P.13)

Ainda falando da representação da imprensa no videoclipe podemos perceber como a apresentação dos fatos nos noticiários e na TV é representada em uma "estética Coliseu" fazendo referência aos métodos utilizados no anfiteatro Romano, em que eram feitos combates de gladiadores em frente a um grande público. Na TV, as histórias apresentadas são entregues aos milhares de telespectadores, que se apropriam, remixam (DEUZE, 2013) e recirculam as produções

NA TV E NO VIDEOCLÍPE: A NARRATIVA DO CRIME NO AUDIOVISUAL

A abordagem do crime nos programas telejornalísticos é representada no clipe "Sou Má". Na obra, Ludmilla, Tasha e Tracie retratam três mulheres que, juntas, planejaram e executaram um roubo a banco. As "bandivas" aparecem como personagens empoderadas, que com brilho e glamour passam pela face do crime e executam o roubo chamando a atenção pela forma como agem. Stuart Hall (2004) em seus estudos de identidade já falava sobre o sujeito pós-moderno com uma identidade que pode variar e muitas vezes ser contraditória

um tipo diferente de mudança estrutural está transformando as sociedades modernas no final do século XX. Isso está fragmentando as paisagens culturais de gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais. [...] Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. Se sentimos que temos uma identidade unificada desde o nascimento até a morte é apenas porque construímos uma cômoda estória sobre nós mesmos ou uma confortadora "narrativa do eu". (HALL, 2004, p.9, 13)

O clipe, lançado em fevereiro de 2023, começa com a reprodução de imagens das três mulheres sendo "fichadas" na polícia e ao fundo, em off, narrativas que se assemelham a

trechos de programas jornalísticos que noticiaram o caso. “Os agentes da polícia chegaram rapidamente... elas continuam foragidas... mulheres assaltam mais um banco”.

Outra característica que retoma a estética jornalística é o uso da tarja para apresentar a manchete que faz referência à notícia. A manchete, buscando atrair a atenção do público, geralmente é uma frase de impacto que prende a atenção do espectador. No clipe, a opção foi usar “Patricinhas do crime” como forma de identificar o caso das três mulheres que entraram na instituição bancária armadas e renderam funcionários e clientes.



Figura 1: Frame retirado do clipe Sou má. A produção começa com imagens das três mulheres sendo fichadas na polícia, com uma narrativa de programa telejornalístico.

Fonte: Canal Oficial da Ludmilla no Youtube

O uso da imagem das três mulheres segurando as placas de identificação com os nomes para serem registradas na polícia é uma abordagem sensacionalista de apresentar o crime ao público, habitualmente presente nas narrativas de ficção em múltiplas telas. É também uma forma de demonstrar o poder do Estado sobre as criminosas que foram capturadas. Porém, o que se vê nos depoimentos dos entrevistados e testemunhas do crime que são apresentados no clipe é que as mulheres estavam com o poder o tempo todo nas mãos. E, além disso, se apresentaram de forma a ostentar dinheiro e glamour na ação conforme a transcrição dos trechos do clipe abaixo:

Jonathan - funcionário do banco: “Tô até meio desnorteado até agora porque eu nunca vi tanta maldade na minha vida”

Odara, Priscila e Jezebel - clientes do banco: “ E não parece que elas...São todas tipo assim... (entrevistada mostra com a mão uma espécie de silhueta corporal)... e a roupa, o cabelinho assim...”

Klebs- funcionário do banco: “Chegaram com armas, chegaram com pistola pro alto. Três mulheres, elas chegaram com tudo... chegaram, abriram o cofre, me fizeram de refém, deram na minha cara e ainda roubaram meu cigarro”

O uso das cores azul e vermelho lembra a estética usada por alguns programas jornalísticos de sucesso da televisão aberta, que têm grande audiência no Brasil, como o telejornal Cidade Alerta da Rede Record. O tipo de narrativa empregado nesse tipo de programa retoma os moldes do jornalismo sensacionalista, em que os eventos são exibidos de maneira exagerada e aprofundada no que é relativo ao crime para aumentar e manter a audiência dos telespectadores. Nesse tipo de atração, as abordagens são emotivas, com temas polêmicos onde se busca a atenção popular e cria-se um novo nicho de audiência para as notícias.



Figura 2: Reprodução de frame do programa Cidade Alerta no ano de 2011. Fonte: TV Audiência

Figuras 3 e 4: Frames do Clipe Sou Má que retratam a cobertura jornalística do roubo

Fonte: Canal Oficial da Ludmilla no Youtube

Na letra da canção, Ludmilla canta que difícil “é pegar no estilo, fazer o malote, ter o meu talento e a nossa sorte” e logo no refrão traz a autoafirmação do poder: “É que eu sou foda, hein: Sou má.” E durante toda a letra da música, o poder das Bandivas é reforçado com falas como: “Sabe quem manda, sabe quem fala, dona do gueto, eu sou de raça” e finaliza as afirmações de presença com o imperativo “chama meu nome: LUDMILLA”.

Essa abordagem na fala da cantora reforça o poder simbólico que Bourdieu (1930) já retratava. Um poder que é exercido de forma velada, mas que é reconhecido por pessoas que estão envolvidos no desenrolar do fato

O poder se vê por toda parte e é necessário saber descobri-lo onde ele se deixa ver menos, onde ele é completamente ignorado, portanto, reconhecido: o poder simbólico é, com efeito, esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem (BOURDIEU,1989, p.7-8).

E o desenvolvimento da narrativa segue com a apresentação de informações que enaltecem as “Bandivas” pelas suas características físicas: “Bandida que joga, cintura de mola, peitinho e bundão”. As personagens também são glamourosas na forma como se apresentam. A mulher representada por Ludmilla carrega uma arma cravejada de pedras brilhantes e usa uma roupa com máscara balaclava coberta por cristais. O look é inspirado em

uma criação da famosa grife Gucci que foi lançada em Milão em 2017 e usada pela artista Rihanna no festival Coachella naquele mesmo ano. Já Tasha e Tracie aparecem com saias curtas e tops, desfilando e dançando com movimentos sensuais enquanto recitam frases como “Caçadora de malote, quem não gostar, não entendeu. Eu sou uma deusa e quem não concorda é ateu”.

Além das armas, as bandivas andam com sapatos de salto alto e caminham com sensualidade em meio a reféns deitados no chão e entram no cofre do banco. Além das roupas apresentadas durante o clipe, Ludmilla ainda aparece com um figurino todo dourado, como se fosse feito de ouro, rebolando dentro do cofre.

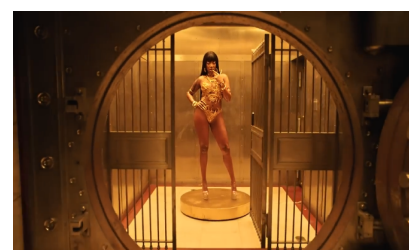
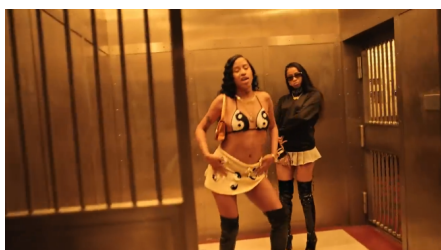


Figura 5: Ludmilla com o Figurino cravejado de pedras e arma em punho

Figura 6: Tasha e Tracie dentro do cofre com roupas sensuais dançando

Figura 7: Ludmilla dentro do cofre com roupa que parece confeccionada com ouro

Fonte: Canal Oficial da Ludmilla no Youtube

Mais do que a representação de uma bandida poderosa, Ludmilla apresenta no clipe e na canção fatos que aproximam a personagem da realidade da cantora que é conhecida como a Rainha da Favela: “Faço carreiras só com o meu nome... Preta confiante, chamam de arrogante... Xingam na net, não saem na mão... Então corre, filha, ao invés de fazer tweet. Como que você me odeia ao mesmo tempo que se inspira?”

DA REALIDADE E DA FICÇÃO: A DIVULGAÇÃO DO CLIPE E OS PARATEXTOS CIRCULANTES

O clipe Sou má foi lançado no dia 07 de fevereiro de 2023 nas plataformas digitais e para criar uma atmosfera de curiosidade e interesse pelo assunto, a hashtag #ludmillafoipresa foi lançada para ajudar na divulgação do clipe. Rapidamente, a referência chegou aos trending topics (assuntos mais comentados) das redes sociais. A ideia da criação da hashtag foi feita baseada no contexto do clipe, em que as criminosas são detidas na trama.

Só que o fato aproximou ainda mais a produção da estética jornalística, visto que a prisão da cantora seria um fato amplamente divulgado pelos jornalistas. Com a repercussão da notícia, os cliques no vídeo do clipe aumentaram e Ludmilla reforçou que a obra “Nada mais

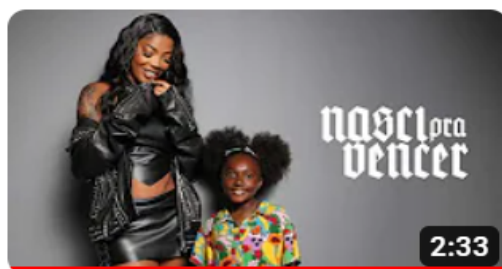
é do que um grande tributo a momentos da cultura pop, arte, moda e cinema que me inspiram muito. Vocês vão ver referência à Cardi B, Beyoncé, Rihanna e Gisele Bündchen, no filme “Taxi”, disse a cantora em entrevista.

No mesmo dia, Ludmilla lançou uma outra faixa do álbum: a música “Nasci pra vencer”. De acordo com a cantora, a canção conta a história de vida dela, mas também de várias pessoas que trabalham e lutam pelo sucesso com talento e muito trabalho. A intenção da cantora era que outras pessoas se sentissem representadas com essa faixa já que ela canta: “Eu nasci, nasci pra vencer, quem é você pra me dizer o que fazer?...Sou resiliência e me recuso a cair, sei chegar em qualquer lugar e também sei sair.

A estética e a narrativa de “Nasci pra vencer” são diferentes se comparadas ao clipe de “Sou Má”. Há uma criança no clipe que caminha confiante com passos firmes em uma narrativa de superação, pautada na luta e na honestidade. Uma dicotomia que traduz as possibilidades existentes na vida real para escolher o caminho a seguir para alcançar o sucesso desejado. Hall reforça que o que está em jogo para a sociedade pós moderna é o jogo de identidades e suas consequências políticas. É possível chegar ao topo, com honestidade ou com o crime e isso pode ser uma escolha baseada em interesses.

As pessoas não identificam mais seus interesses sociais exclusivamente em termos de classe; a classe não pode servir como um dispositivo discursivo ou uma categoria mobilizadora através da qual todos os variados interesses e todas as variadas identidades das pessoas possam ser reconciliadas e representadas. [...] Uma vez que a identidade muda de acordo com a forma como o sujeito é interpelado ou representado, a identificação não é automática, mas pode ser ganhada ou perdida. Ela tornou-se politizada. Esse processo é, às vezes, descrito como constituindo uma mudança de uma política de identidade (de classe) para uma política de diferença. (HALL, 2006. p.20, 21)

Ludmilla é a primeira artista brasileira negra a lançar um álbum aprimorado (Enhanced Album) no Spotify. O álbum “Vilã” tem 15 canções inéditas lançadas exclusivamente nas plataformas em um formato 100% digital, com conteúdos exclusivos para os fãs terem uma experiência única. Seis meses depois do lançamento das canções, “Sou Má” teve mais de 6 milhões de visualizações, e “Nasci pra vencer” mais de 2 milhões de views. O que nos atenta para as influências da divulgação feita por meio dos paratextos circulantes.



Ludmilla - Nasci Pra Vencer
(Official Music Video)

LUDMILLA 🎵
2 mi de visualizações



Ludmilla feat. Tasha e Tracie
- Sou Má (Official Music...)

LUDMILLA 🎵
6,2 mi de visualizações

Figura 8: O lançamento duplo das canções foi feito no canal oficial da cantora.
Fonte: Canal Oficial de Ludmilla no Youtube

Não há uma pesquisa de recepção oficial feita sobre este clipe, porém, baseado no que observamos podemos sugerir que o uso de hashtags e o assunto que chamou a atenção dos internautas (com a prisão de Ludmilla anunciada nas redes sociais) foram impulsionadores para a divulgação do clipe e fez com que “Sou má” fosse mais buscado para ser assistido. Observando a análise da materialidade audiovisual proposta por Coutinho (2016) percebemos que o movimento externo ao redor da produção audiovisual garantem o sucesso da mesma

No primeiro ato o movimento é de buscar compreender as promessas daquele produto audiovisual, preferencialmente jornalístico. Como ele se apresenta ao público? O que é dito sobre ele em material de crítica de mídia, em matérias publicadas em jornais e sites, e ainda em vinhetas e chamadas dos próprios realizados. Esse momento de conhecimento do chamado paratexto, ou seja, de compreensão do material em um dado fluxo comunicativo, com as marcas características de vinculação à emissora ou horário de programação, por exemplo, é fundamental para a contextualização do pesquisador, e permite organizar o segundo momento ou ato. Compreendidas as bases do pacto jornalístico ou comunicativo do produto audiovisual a ser analisado, a etapa seguinte envolve o desenvolvimento do instrumento de investigação que seja capaz de responder às questões de pesquisa. [...] A proposta é que as investigações em telejornalismo se aproximem da experiência de consumo e fruição do audiovisual de cunho informativo. (COUTINHO, ANDRADE. 2022 P.4)

Vale ressaltar que Ludmilla, que é reconhecida por seus fãs como a Rainha da Favela, busca a todo momento valorizar o morador da periferia, lugar de onde ela nasceu e se criou, até alcançar o sucesso por meio da música. A cantora se posiciona frente a vários temas relevantes que enaltecem a população moradora das comunidades, principalmente do Rio de Janeiro e com isso ela se torna referência para os que ouvem as canções e também para quem se sente representado por elas. Em 2022, a cantora alcançou o posto de primeira artista negra

sul-americana a chegar a marca de 2 bilhões de streams no Spotify e a canção “Rainha da Favela” ficou meses entre as músicas mais tocadas

Voltando ao clipe Sou Má, a artista também fez suspense para o lançamento. Nas redes sociais a cantora aparecia contando alguns detalhes da parceria com Tasha e Tracie e falou também sobre as roupas usadas na produção. Nas postagens ela dizia que havia 5 ou 6 looks para a personagem e que várias reviravoltas seriam vistas na produção. A roupa dourada de Ludmilla foi feita com cola quente, sob medida, já Tasha e Tracie foram vestidas com saias curtas, top de crochê e jaqueta representando a moda usada (e produzida) nas periferias, sem as amarras da indústria, com estilo próprio. Além disso Ludmilla dava detalhes dos bastidores “Nós ficamos quase 20 horas no set para conseguir gravar tudo. Muitas trocas de roupa, cenários. Esse clipe é cheio de plot twist. Vocês vão amar”, declarou ela em um post no Twitter.

O clipe também traz referências a cenas de filmes famosos como Táxi, estrelado por Gisele Bündchen e a músicas de outros artistas. Além de Ludmilla, Tasha, Tracie e o rapper Orochi, a canção também tem nomes de Jay-Z, esposo de Beyoncé, Brittany Coney, Denisia Andrews e Pharrel Williams como compositores, isso porque a canção tem trechos que se aproximam de Nice, faixa presente no álbum The Carters, projeto especial de Beyoncé com Jay-Z lançado no ano de 2018.



Figura 9: Ludmilla fazendo a revista na Policial que vai trocar de lugar com o refém no clipe

Figura 10: Cena do filme Táxi, estrelado por Gisele Bündchen que foi inspiração da cena anterior

Figura 11: Tasha e Tracie com saias curtas, top de crochê, botas buscando o visual da periferia

Fonte: Frames do clipe oficial e reprodução da coluna nossa moda UOL

Observando o clipe Sou Má podemos perceber que as estéticas do Jornalismo e do videoclipe se encontram nessa produção. Com suas linguagens e formatos específicos ambas se entrelaçam e ajudam a compreender a mensagem a ser passada no videoclipe. Quando os entrevistados têm espaço para dizer suas perspectivas, logo no início do vídeo, é possível

observar que eles não tiveram medo das mulheres e sim, nutriram certa empatia e atração pela sensualidade das “bandivas” ao cometerem o crime com tanta ousadia

Concluimos que as Bandivas, foram personagens criados para encantar o público e atrair a atenção dos espectadores. Elas representam uma forma de mostrar empoderamento para as mulheres representadas e assim demonstrar que o poder vem pela forma que se impõe o respeito. A ideia não é fazer apologia ao crime, mas ao mesmo tempo se reforça a necessidade de aproximar a realidade do público ao que é apresentado no audiovisual.

A publicação e a divulgação da hashtag que trazia para o real a situação ficcional de que a #ludmillafoipresa retoma ainda mais a necessidade de observarmos como os dois mundos podem se entrelaçar e garantir o sucesso das produções audiovisuais. É preciso também visualizar, até que ponto o público está procurando o jornalismo como forma de entretenimento e com isso favorecendo a divulgação de diferentes assuntos.

Nesse ínterim, é preciso rever a subversão do conceito de periferia, do indivíduo e do crime na sociedade e na produção audiovisual. Goffman (1985) já retratava a discussão sobre como o homem se vê e como se comporta em sociedade. Para ele, as pessoas querem se apresentar e se manifestar no convívio cotidiano e usam de diferentes formas de representação para se inserir nos grupos e serem reconhecidos por eles. O autor faz um paralelo sobre a “fachada” que utilizamos para nos apresentar em diferentes situações e também considera que a sociedade é formada por palcos e bastidores onde quem fala está diante de uma plateia que pode, ou não corroborar com as opiniões e situações expressadas. Há ainda o paralelo de que quem está falando é também um espectador da plateia.

Sendo assim, “Sou má” e sobretudo a “bandiva” em sua dicotomia de bandida e diva representa uma necessidade de rever as narrativas de crimes, seja no telejornalismo ou no audiovisual, notando que a percepção dos espectadores varia, de acordo com a sua visão de mundo e de inserção na sociedade. Vivemos de inferências e na vida cotidiana as pessoas tentam regular a conduta para alcançar o status que desejam e assim garantir o poder.

REFERÊNCIAS

AUDIÊNCIA PRÉVIA: Programa Cidade Alerta (27/06). Disponível em: Audiência e TV, 27 de junho de 2011
https://tviaudiencia.blogspot.com/2011/06/audiencia-previa-programa-cidade-alerta_27.html> acesso em: 07/07/2023

BERGER, Peter L. LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento.** Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2004.

BRANDÃO, Felipe. **Record TV vence o SBT por mais de 16 horas consecutivas: Balanço Geral e Cidade Alerta foram alguns dos destaques da grade.** Disponível em: <https://observatoriodatv.uol.com.br/audiencia-da-tv/record-tv-vence-o-sbt-por-mais-de-16-horas-consecutivas>. Acesso em: 07 de agosto 2023

BOURDIER, Pierre. **O poder simbólico**, 1930. Edições 70, Lisboa Portugal

CAIXETA, Izabella. 2022 **Ludmilla é a 1ª artista negra sul-americana a bater 2 bilhões de streams** disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/diversidade/2022/05/02/noticia-diversidade,1363635/ludmilla-e-a-1-artista-negra-sul-americana-a-bater-2-bilhoes-de-streams.s.html> <acesso em 07 ago 2023>

Coliseu. disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Coliseu> <acesso em 07 ago 2023>

COUTINHO, Iluska. **O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível.** Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação- São Paulo, 2016

COUTINHO, Iluska, ANDRADE, Ana Paula Goulart. **Análise da materialidade audiovisual (AMA): relato sobre as experiências de um método em fluxo para compreender o jornalismo em telas.** 2022 disponível em: <https://soac.abejor.org.br/?conference=21Enejor&schedConf=21Enejor&page=paper&op=viewFile&path%5B%5D=552&path%5B%5D=358> <acesso em 07 ago 2023>

DIAS, Surenã. **Nova música de Ludmilla foi composta por Beyoncé? Saiba tudo sobre o hit da funkeira.** disponível em: <https://caras.uol.com.br/musica/nova-musica-de-ludmilla-foi-composta-por-beyonce-saiba-tudo-sobre-o-hit-da-funkeira.phtml> <acesso em 07 ago 2023>

Deuze, Mark. **Viver como um Zumbi na Mídia (é o único meio de sobreviver).** Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrices/article/view/69409> <acesso em 17 de agosto de 2023>

DOURADO, Gabi. 2023 **Ludmilla leva referências fashion ao clipe de 'Sou Má'. Conheça todas elas** disponível em <https://www.uol.com.br/nossa/noticias/redacao/2023/02/10/ludmilla-leva-referencias-fashion-ao-clipe-de-sou-ma-conheca-todas-elas.htm>

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder** - 15ª edição. Paz e Terra, Rio de Janeiro, São Paulo, 2023

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**; tradução de Maria Célia Santos Raposo. Petrópolis, Vozes, 1985

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia. Estudos culturais: Identidade e política entre o moderno e o pós-moderno.** 2001

Ludmilla adianta detalhes da faixa “Nasci Pra Vencer”: “A letra conta minha história” disponível em: <https://www.papelpop.com/2023/01/ludmilla-adianta-detalhes-da-faixa-nasci-para-vencer-a-letra-conta-minha-historia/> <acesso em 07 ago 2023>

"Ludmilla foi presa": hashtag chama atenção para novo clipe da cantora. disponível em <https://inmagazine.ig.com.br/post/Ludmilla-foi-presa-hashtag-chama-atencao-para-novo-clipe-da-cantora> <acesso em 07 ago 2023>

Ludmilla é a 1ª artista brasileira negra a lançar um Enhaced Album no Spotify. disponível em <https://www.geledes.org.br/ludmilla-e-a-1a-artista-brasileira-negra-a-lancar-um-enhaced-album-no-spotify/> <acesso em 07 ago 2023>

Ludmilla confirma data de lançamento de “Sou Má”, sua parceria com Tasha & Tracie <https://portalpopline.com.br/ludmilla-confirma-data-de-lancamento-de-sou-ma-sua-parceria-com-tasha-tracie/>

MATA, Jhonatan Alves Pereira. **Um telejornal para chamar de seu: identidade, representação e inserção popular no telejornalismo local.** 2011 disponível em: https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/2058/?locale=pt_BR <acesso em 07 ago 2023>

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX.** Fiorense-Universitária:RJ, 1977

O que são e quais são os critérios de noticiabilidade? disponível em: <https://zonasuldorj.wordpress.com/2016/11/23/o-que-sao-e-quais-sao-os-criterios-de-noticiabilidade/> <acesso em 07 ago 2023>

ROCHA, Leonardo. **Ludmilla confirma data de lançamento de “Sou Má”, sua parceria com Tasha & Tracie.** Disponível em: <https://portalpopline.com.br/ludmilla-confirma-data-de-lancamento-de-sou-ma-sua-parceria-com-tasha-tracie/> <acesso em 07 ago 2023>

Sensacionalismo, disponível em <https://www.infoescola.com/jornalismo/sensacionalismo/> <acesso em 07 ago 2023>

SOARES, Thiago. **A Estética do Videoclipe.** João Pessoa: Editora da UFPB, 2013.

TASHA E TRACIE. **Sou Má (feat. LUDMILLA)** disponível em: <https://www.letras.mus.br/tasha-e-tracie/sou-ma-feat-ludmilla/> <acesso em 07 ago 2023>

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: A tribo jornalística- uma comunidade interpretativa transnacional.**2005. disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5537285/mod_resource/content