

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS PUBLICIDADE E TURISMO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

RENATTO OCTAVIUS MACHADO DOMINGUES

**MÍDIA: TRANSFORMAÇÕES DE 1990 A 2020 E SUA REPRESENTAÇÃO COMO
DIVINDADE EM “DEUSES AMERICANOS”**

SÃO PAULO
JUNHO, 2020

Domingues, Renato

Mídia: transformações de 1990 a 2020 e sua representação como divindade em “Deuses Americanos” / Renato Domingues. São Paulo, 2020.

68 f. : il. cor.

Trabalho de conclusão de curso (graduação) - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, Curso de Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda, São Paulo, 2020.

Orientador: Prof. Dr. Arlindo Ornelas Figueira Neto

1. Mídia. 2. Meios de comunicação de massa. 3. *Internet*. 4. Neil Gaiman. 5. Deuses Americanos.

RENATTO OCTAVIUS MACHADO DOMINGUES

**MÍDIA: TRANSFORMAÇÕES DE 1990 A 2020 E SUA REPRESENTAÇÃO COMO
DIVINDADE EM “DEUSES AMERICANOS”**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo - ECA-USP.

Orientador: Prof. Dr. Arlindo Ornelas Figueira Neto

**SÃO PAULO
JUNHO, 2020**

Dedico a meus pais e a toda e
qualquer divindade que tenha me
ajudado a chegar até aqui.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a meus pais e minha família por toda base, auxílio e carinho durante toda minha vida.

Aos meus professores pela formação, em especial ao professor Arlindo “Piu” por ter aceitado participar deste trabalho comigo.

A minha namorada, Marina Muniz, e meus amigos por todo amor, apoio e troca de ideias.

“Informação e conhecimento:
são moedas que nunca saem de moda”

(Neil Gaiman) *[tradução nossa]*

RESUMO

Este trabalho se propõe a estudar as transformações observadas nos meios de comunicação de massa no período entre 1990 e 2020, visando contribuir com as discussões existentes nos temas de comunicação e mídia. O objetivo é o de constatar se é possível utilizar os objetos de estudo selecionados - a personagem Mídia e a obra “Deuses Americanos” - como meios de depreender conhecimento e compreender o cenário midiático em que estão inseridas. A participação e relevância da personagem na trama, bem como sua adaptação em diferentes meios e períodos *[o livro foi publicado em 2001 e o seriado estreou em 2017]* serão comparadas à base teórica e dados técnicos: real e fantástico, divino e mundano serão contrapostos nesta monografia.

Palavras-chave: Mídia. Meios de comunicação de massa. *Internet*. Neil Gaiman. Deuses Americanos.

ABSTRACT

The present academic work intends to study the transformations observed in mass media in the period between 1990 and 2020, seeking to contribute to the existing discussions about communication and media. The goal is to verify if it is possible to use the selected study - the character Media and the story "American Gods" - as means to gather knowledge and understand the media background where they stand. The character's part and relevance in the plot, as well as its adaptation in different medium and time [*the book was published in 2001 and the series premiered in 2017*] will be compared to the theoretical basis and technical data: factual and fantasy, divine and mundane will be compared in this monography.

Keywords: Media. Mass media. Internet. Neil Gaiman. American Gods.

LISTA DE IMAGENS

Figura 01 - Deus Anansi visto como aranha em navio negreiro enquanto escravos pediam por ajuda em sua língua natal.	22
Figura 02 - Deus Anansi revelando sua forma “humana”, sua persona Mr. Nancy, interagindo com escravos no navio negreiro.	22
Figura 03 - Anansi em sua forma divina em reunião com outros deuses nos “bastidores”.	23
Figura 04 - Bastidores do seriado.	27
Figura 05 - A atriz Gillian Anderson representando a deusa Mídia na primeira temporada de Deuses Americanos. Nessa cena, ela se utiliza da personagem Lucy Ricardo, de <i>I Love Lucy</i> , para conversar com o protagonista Shadow Moon.	28
Figura 06 - Na segunda temporada, a deusa Mídia passa a ser chamada de Nova Mídia, e é interpretada por Kahyun Kim.	28
Figura 07 - Representação da tribo em forma de animação 3D na sessão “Chegando à América”.	30
Figura 08 - Gráfico de Número de acessos à internet via banda larga no Brasil entre 2007 e 2018.	37
Figura 09 - Gráfico do <i>share</i> de vídeos assistidos no Brasil em 2018.	40
Figura 10 - Montagem com as personas com as quais a deusa Mídia se manifestou na primeira temporada do seriado.	49
Figura 11 - Mídia apresentada como David Bowie durante conversa com Technical Boy.	50
Figura 12 - Mídia, sob a forma de Marilyn Monroe, oferecendo uma “fusão” a Wednesday.	51
Figura 13 - Mídia, utilizando a imagem de Hannah Brown, e Ostara na festividade da primavera.	52
Figura 14 - Mídia se comunicando com Technical Boy por meio de um <i>outdoor</i> luminoso.	53
Figura 15 - Technical Boy convencendo a Mídia, vista como uma espécie de fagulha, a voltar a aparecer ativamente.	54
Figura 16 - Mídia apresentada como Marilyn Monroe na primeira temporada. ...	56

Figura 17 - Nova Mídia, na segunda temporada, utilizando <i>emojis</i> para simular a imagem de Marilyn Monroe.	56
Figura 18 - Instante do nascimento da Nova Mídia, rodeada por <i>emojis</i>	57
Figura 19 - O enlace repleto de <i>emojis</i> entre Nova Mídia e Argus, deus da vigilância.	58
Figura 20 - Nova Mídia incriminando Shadow Moon e Mr. Wednesday.	59

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANATEL - Agência Nacional de Telecomunicações

BBC - British Broadcasting Corporation (Corporação Britânica de Radiodifusão)

CBS - Columbia Broadcasting System (Sistema de Radiodifusão de Columbia)

CHM - Computer History Museum (Museu da História do Computador)

CNN - Cable News Network (Rede de Notícias a Cabo)

FGV-SP - Fundação Getúlio Vargas de São Paulo

HQ - abreviatura de “história em quadrinhos”

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ONU - Organização das Nações Unidas

SBT - Sistema Brasileiro de Televisão

TV - abreviatura de “televisão”

UIT - União Internacional de Telecomunicações

SUMÁRIO

1. Introdução	13
2. Metodologia e base teórica	15
3. Contextualizando Deuses Americanos	17
3.1. Neil Gaiman, o autor	23
3.2. O livro	25
3.3. O seriado	26
4. Mídia: transformações e seus meios	32
4.1. A mídia dos anos 1990 aos 2000	32
4.2. A mídia de 2000 à 2020	36
5. A deusa Mídia em Deuses Americanos	44
5.1. Representação no livro	44
5.2. Representação na primeira temporada da série	46
5.3. Representação na segunda temporada da série	53
6. Conclusão	61
Referências	63

1. Introdução

Hoje observamos a mídia, em suas diferentes formas, cada vez mais presente em nossas vidas, seja por ondas de rádio, monitores de televisão ou pelos toques em telas de celular. A *internet* e os dispositivos eletrônicos atuais, como *smartphones*, *tablets* e *notebooks*, têm ganhado crescente relevância em nossa sociedade, mas, antes, é necessária uma breve contextualização de como o cenário presente se formou.

Desde os primeiros traços rabiscados em cavernas, a humanidade seguiu se comunicando e fazendo registros disso. Se hoje vivemos na era da internet, muito se deve a invenções e descobertas anteriores, como a escrita:

A invenção da escrita mudou tanto o modo que usamos a linguagem quanto os benefícios os quais podemos tirar dela. Tornou possível acumular conhecimento com muito mais facilidade do que nos modos anteriores, o que, por sua vez, auxiliou o desenvolvimento da ciência e do estudo da história. (OPEN UNIVERSITY, 2018, pos. 130-132, tradução nossa)

A escrita foi, em outras palavras, a maior tecnologia de comunicação. Todas as diversas inovações em tecnologia e linguagem seguiram isso - da imprensa ao telégrafo à internet - até estenderem seu alcance e velocidade, permitindo a comunicação imediata e descomplicada de hoje. (OPEN UNIVERSITY, 2018, pos. 136-138, tradução nossa)

A *internet* abalou os meios de comunicação tradicionais e alterou o modo como consumimos e produzimos conteúdos, oferecendo novas possibilidades para desfrutarmos de obras literárias, audiovisuais e musicais, bem como para nos entreter com jogos eletrônicos. A evolução dos aparelhos e da infra-estrutura já permitem a conexão à rede em praticamente, todo o planeta. Todavia, isso não significa os meios já consagrados tenham morrido: atualmente vemos a convergência entre os diversos tipos de mídia, ou, como define Jenkins (2015), “onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam” (posição 334 na edição digital Kindle)

No Brasil, o acesso à *internet* tem se difundido bastante nos últimos anos: em 2017, estava presente em 74,9% dos domicílios do país, segundo dados do Instituto

Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)¹; já a pesquisa de 2018 apontou o crescimento deste índice² para 79,1%. No entanto, o mesmo estudo aponta que a televisão, mesmo com uma queda branda, ainda mantém sua maciça hegemonia: dispendo-nos dos resultados das duas pesquisas, vemos que, em 2016, 97,2% das residências possuíam aparelhos de TV, número que caiu para 96,7% em 2017 e para 96,4% em 2018.

Uma abordagem completamente diferente da mídia foi feita pelo britânico Neil Gaiman: em “Deuses Americanos”, obra que tem como tema central a batalha entre deuses antigos (lutando para ainda se manterem vivos e relevantes) e deuses novos (aspectos da sociedade atual simbolizados por meio de divindades, que visam aumentar sua influência e não cair na obsolescência) foi concebida a personagem Mídia, uma divindade nova e venerada por meio da atenção que damos aos meios de comunicação.

A deusa Mídia, objeto de estudo deste trabalho, é retratada como uma das antagonistas da história, ou seja, veremos muito de seus aspectos negativos retratados em “Deuses Americanos”. Por sua vez, a mídia em si, não faz julgamento de valor, mas pode ser enviesada e distorcida. Nos capítulos a seguir, serão comparadas a Deusa Mídia, ficcional, e a real Mídia.

¹ Dados da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios Contínua do IBGE de 2017 <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101631_informativo.pdf>. Último acesso em 23 maio 2020.

² Dados da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios Contínua do IBGE de 2018 <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101705_informativo.pdf>. Último acesso em 23 maio 2020.

2. Metodologia e base teórica

Este trabalho irá relacionar a personagem Mídia, do romance *Deuses Americanos*, de Neil Gaiman, com a mídia em si, tecendo análises sobre as transformações de ambas. As informações da personagem do romance serão utilizadas com base na edição de 2012 (edição de aniversário de dez anos de lançamento) do livro em sua versão digital para Kindle, em inglês, idioma original da obra. As referências ao seriado serão feitas de acordo com a versão original disponível no serviço de *streaming* (vídeos sob demanda) da Amazon, o Amazon Prime Video. Os *sites* oficiais do autor e do seriado servirão de base para informações, materiais de apoio e de bastidores. Por motivo de delimitação de escopo, não incluiremos a versão em história em quadrinhos (HQ) de *Deuses Americanos*, que terá seu terceiro volume lançado em junho de 2020 - a publicação em HQ poderá ser abarcada em estudos futuros, bem como a terceira temporada do seriado, que ainda não tem data definida para estreia.

O embasamento teórico será feito por livros e artigos digitais e impressos sobre os temas de mídia e entretenimento. O cerne será abordar aspectos da mídia e meios de comunicação, a força da televisão e a ascensão das redes sociais nas últimas décadas de forma crítica, contribuindo com associações e inferências.

No capítulo 3 do trabalho, começaremos contextualizando aspectos gerais da obra: sua premissa, suas peculiaridades e personagens principais. Em seguida, haverá uma breve biografia do autor, apontando algumas de suas principais obras. Por fim, nos aprofundaremos nas especificidades do livro e do seriado.

Entendendo sobre o que trata a obra e quem é seu autor, partiremos para o desenvolvimento. Este se dará verificando se há correlação entre o que entre as características marcantes da deusa Mídia, personagem criada por Gaiman, e a mídia de fato à época de lançamento de *Deuses Americanos* em livro (2001) e em seriado (em 2017 estreou a primeira temporada e em 2019, a segunda). Para isso, iremos, primeiramente, evidenciar os aspectos da mídia e dos meios de comunicação em dois momentos: de 1990 até 2000 (seção 4.1) e de 2000 até 2020 (seção 4.2).

Prosseguiremos com o desenvolvimento do trabalho abordando, no capítulo 5, as diferentes representações da deusa americana Mídia. Além de destrinchar as

características da personagem, também serão feitas comparações com o cenário midiático do mundo real, inferências nossas e diálogos com argumentos de teóricos do tema.

Por fim, concluiremos se a personagem concebida por Neil Gaiman reflete traços factuais da mídia. Apuraremos se a Mídia apenas seguiu o tom fantástico de Deuses Americanos e não deve ser levada muito a sério como alegoria e crítica, ou se os aspectos reais e de estudos teóricos estão presentes na nova deusa

3. Contextualizando Deuses Americanos

Deuses Americanos é um romance multi-gênero: possui elementos de fantasia, mitologia, ficção científica, aventura e, até mesmo, algumas nuances épicas. Se passa em diversas localidades dos Estados Unidos e narra o conflito entre os Deuses Antigos (representados por divindades, mitos e figuras lendárias de várias regiões do planeta) e os Novos (representados por elementos mais modernos tidos como divindades, como a Mídia, Globalização, Tecnologia etc). A história foi contada por meio de livro, seriado e quadrinhos. Seguindo a definição utilizada por Finger (2011), podemos classificar a obra como um exemplo de *crossmedia* (mídia cruzada), visto que “há um processo de difusão de conteúdo em diversos meios” e considerando o respeito às “especificidades de cada meio na adaptação do conteúdo, sem perder a sua essência” (p. 124). Essa classificação fica mais evidente ao complementarmos com o comentário de Jenkins (2015) de que “a narrativa transmídia é a arte da criação de um universo.” (pos. 722 na edição Kindle), visto que não há este “universo” em Deuses Americanos: a história segue um *script* bastante parecido em sua versão escrita e no seriado.

A narrativa inicia com a saída do protagonista Shadow Moon da cadeia: um dia antes do final do cumprimento de sua pena, ele é liberado, pois sua mulher havia morrido em um acidente de trânsito. Em seguida, é abordado por um senhor que se apresenta como Mr. Wednesday, que lhe oferece um emprego. A partir daí, os dois passam a rodar pelos Estados Unidos e o enredo se desdobra. Além desse desenvolvimento central da trama, há diversas passagens intituladas “*Coming to America*” [“*Chegando à América*”, tradução nossa] nas quais são apresentados mitos e divindades e como elas foram “trazidas” aos EUA. Essas passagens são contadas de forma dramatizada por Mr. Ibis, que representa Toth, o deus egípcio da sabedoria e do conhecimento.

Para complementar a contextualização da história, descreveremos alguns dos personagens presentes tanto no livro, quanto no seriado *[até o momento]* e algumas de suas peculiaridades a seguir:

Humanos

Deuses Americanos retrata o conflito entre deuses, talvez por esse motivo não haja tantos personagens humanos em destaque; os mais relevantes são:

- **Shadow Moon:** é o protagonista; ex-presidiário que se vê no meio da batalha entre deuses novos e antigos ao sair da prisão. Ao ser entrevistado, em 2013, no *podcast* World Book Club³, da BBC, Gaiman cita que o nome e a trajetória de Shadow são referências ao ciclo comum a diversas “divindades solares”, que “seguindo pelo outono e inverno, e morrendo e ressuscitando durante a primavera”, incluindo também sofrer um golpe de lança na lateral do corpo. No seriado, é interpretado por Ricky Whittle (em sua fase adulta) e Gabriel Darku (ao mostrar Shadow em sua juventude).
- **Laura Moon:** esposa de Shadow, morre em um acidente automobilístico, mas volta à vida e procura defendê-lo em sua jornada sempre que possível. No seriado, é representada por Emily Browning.

Deuses antigos e seus aliados

São divindades e figuras lendárias de diversas “patentes” e panteões, todos vieram de outros países para os Estados Unidos. Podemos destacar entre eles:

- **Mr. Wednesday:** deus escandinavo Odin, maior nome desta mitologia, característico por seu olho de vidro; contrata Shadow assim que ele sai da prisão. Lidera os deuses antigos e é retratado como uma espécie de malandro de bom coração, tenta angariar apoio e liderar os deuses antigos - mas enfrenta dificuldades justamente por seu lado vigarista. No seriado, é interpretado por Ian McShane.

³ Disponível *[em inglês]* em: <<https://www.bbc.co.uk/programmes/p01fznhb>>. Último acesso em: 05 jun. 2020.

- **Mad Sweeney:** se apresenta como um duende irlandês - mesmo sendo muito alto-, mas, no decorrer da trama, descobrimos que seu nome é uma referência ao lendário Rei Suibhne. Consome bebidas alcoólicas de maneira excessiva e possui um temperamento explosivo. No seriado, é interpretado por Pablo Schreiber.
- **Mr. Nancy:** deus ganês Anansi; no livro, sua forma “humana” é retratada como um senhor, no seriado é visto como um homem de meia-idade; também se manifesta como uma aranha. É desbocado e auxilia Wednesday e Shadow em diversos momentos do conflito. No seriado, é interpretado por Orlando Jones.
- **Mr. Ibis:** deus egípcio Toth, simbolizado por um pássaro; representa conhecimento e sabedoria. Juntamente com Mr. Jacquell, possui uma funerária na cidade do Cairo - no entanto, não estamos falando da capital do Egito, mas, sim da cidade do Cairo no estado americano de Illinois. É calmo e polido, aconselha diversos personagens e é responsável por registrar e contar as histórias das sessões “Chegando à América”. No seriado, é interpretado por Demore Barnes.
- **Mr. Jacquell:** deus egípcio Anúbis, simbolizado por um chacal; na funerária em que é dono com Ibis, é responsável pelas autópsias e embalsamentos e por guiar os mortos no pós-vida. Faz seu julgamento pondo o coração do falecido em um prato de uma balança e uma pena no outro: se o coração for mais leve que a pena, a pessoa será guiada a um pós-vida de tranquilidade; entretanto, se as maldades foram mais pesadas, “alma e coração serão servidos como alimento para Ammet, o Devorador de Almas.” (GAIMAN, N., 2012, p. 222). No seriado, é interpretado por Chris Obi.
- **Czernobog:** deus eslavo Chernobog, é a divindade da escuridão e da maldade; irmão gêmeo de Bielebog, deus Belobog⁴ da luz e bondade. É conhecido por seu martelo - e gostar de matar com ele. Se une ao grupo dos

⁴ Não é apenas o nome de Belobog que Gaiman grafa ligeiramente em desacordo com o usual; ao incluir a deusa hindu Kali na história, atribui a ela o epíteto “Mama-ji”, em vez de “Mataji”, como é comumente utilizado. Em entrevista no já citado *podcast* World Book Club, Neil Gaiman conta que sabia que “Mama-ji” significa ‘tio’, mas manteve desta maneira pois sentia que o termo estava “errado de um jeito americano”.

Deuses Antigos após duas partidas de damas contra Shadow: vence a primeira e ganha o direito de usar seu martelo para matar o protagonista ao fim da guerra; perde a outra, e se junta ao grupo. Mora em um apartamento com as Irmãs Zorya. No seriado, é interpretado por Peter Stormare.

- **Irmãs Zorya:** inspiradas no mito eslavo das *duas* irmãs Zorya, em que uma representa o amanhecer e outra, o anoitecer. Em Deuses Americanos, Neil Gaiman fez uma adaptação com *três* deusas irmãs de diferentes faixas etárias: Zorya Vechernyaya (a irmã idosa, simboliza o anoitecer. No seriado, é interpretada por Cloris Leachman), Zorya Utrennyaya (a irmã de meia-idade, simboliza o amanhecer. No seriado, é interpretada por Martha Kelly) e Zorya Polnochnaya (criada por Gaiman, é a irmã jovem, representa a meia-noite. No seriado, é interpretada por Erika Kaar).
- **Bilquis:** rainha de Sabá, conquista adoradores através de sua sensualidade. No seriado, é interpretada por Yetide Badaki.
- **Easter/Ostara:** representação germânica da primavera, colheita e fertilidade; atualmente se associa à ideia da Páscoa cristã para sobreviver. No seriado, é interpretada por Kristin Chenoweth.

Deuses novos e seus aliados

São as “divindades” tipicamente americanas sendo definidas por Mr. Wednesday como: “Deuses do cartão de crédito e estradas, da internet e do telefone, do rádio e hospital e televisão, deuses do plástico, de *beepers* e de neon. Deuses orgulhosos, criaturas gordas e estúpidas, suntuosas com sua própria novidade e importância.” (GAIMAN, N., 2012, p. 150-151, grifo nosso). Os mais importantes na trama são:

- **Mr. World:** em tradução livre, seu nome significa Senhor Mundo. É o líder dos novos deuses e representa a globalização. Utiliza principalmente a mídia (deusa Mídia) e a tecnologia (deus Technical Boy) para tentar vencer a guerra dos deuses. No seriado, é interpretado por Crispin Glover.
- **Media [*Mídia, traduzindo para o português*]:** representa o controle da mídia e dos meios de comunicação, utiliza seu poder para tentar trazer Shadow para o lado dos novos deuses e para prejudicar os antigos. É retratada como

uma mulher madura e polida no livro e na primeira temporada do seriado. Na segunda temporada, se transforma em *New Media [Nova Mídia]*: mais jovem e agressiva. Neste trabalho estudaremos mais profundamente suas características e relação com a mídia em si. Na primeira temporada, é representada por Gillian Anderson e, na segunda, é Kahyun Kim quem dá vida ao papel.

- **Technical Boy:** em tradução livre, seu nome significa Garoto Técnico. Simboliza a informática e tecnologia. É retratado como um jovem arrogante, hostil e intempestivo; em algumas ocasiões, se precipita e causa problemas por causa de seu comportamento imprevisível. No seriado, é interpretado por Bruce Langley.
- **Mr. Town:** em tradução livre, seu nome significa Senhor Cidade. É um dos capangas do grupo, faz o “trabalho sujo” por Mr. World, inclusive torturando Shadow em um trecho da história. No seriado, é interpretado por Dean Winters.

Podemos observar que algumas divindades notáveis não figuram na história, como Buda, Alá e Jesus - que apenas é mencionado, mas não recebe destaque na trama. Durante sua entrevista no supracitado podcast World Book Club, o autor afirma que “os deixou de fora” e explica:

Eles estão indo bem por aqui. Este é um livro sobre os *[deuses]* buscando, pelas beiradas, qualquer crença *[neles]* que conseguirem; eles estão trabalhando de frentistas, dirigindo táxis... No entanto, há uma passagem em *Deuses Americanos* em que alguém menciona que Jesus pode estar bem na América, mas foi visto pedindo carona no Afeganistão - e ninguém parava para ele. (Trecho da fala de Neil Gaiman em entrevista no *podcast* World Book Club, 2013. Transcrição e tradução nossas)

As divindades são descritas como seres que podem, no mundo real, se apresentar em forma humana ou como algum animal que as represente: Anansi, por exemplo, é retratado tanto como um homem, quanto como uma aranha. Quando estão em um plano regido pelo imaginário e pelo divino, chamado no livro de

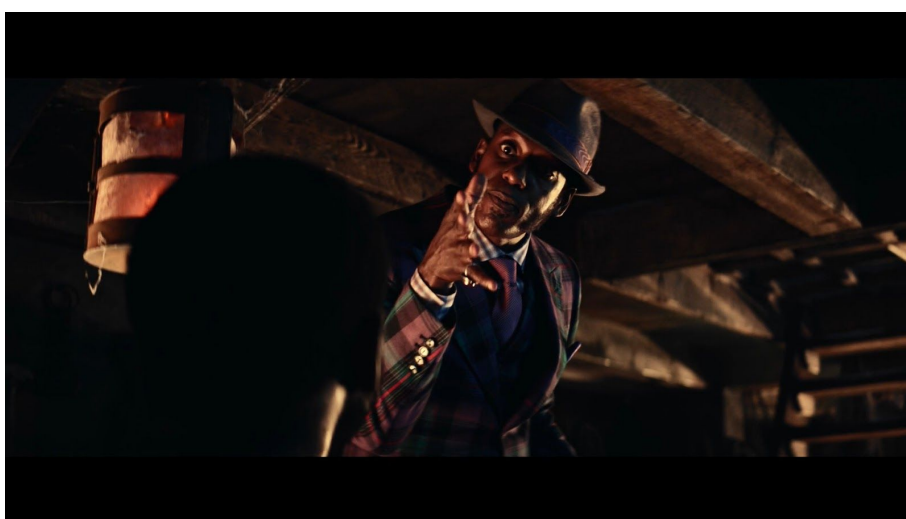
“backstage” [“bastidores” ou “segundo plano” em tradução livre], as deidades apresentam suas características distintas de potestades.

Figura 01 - Deus Anansi visto como aranha em navio negreiro enquanto escravos pediam por ajuda em sua língua natal.



Fonte: quadro do episódio “The secret of the spoons” (segundo episódio da primeira temporada), 2017. Disponível no Amazon Prime Video <<https://www.primevideo.com/detail/0G0W6BJZ788WKCTROOHJ2ZGC1T/>>. Último acesso em 22 maio 2020.

Figura 02 - Deus Anansi revelando sua forma “humana”, sua persona Mr. Nancy, interagindo com escravos no navio negreiro.



Fonte: quadro do episódio “The secret of the spoons” (segundo episódio da primeira temporada), 2017. Disponível no Amazon Prime Video

<<https://www.primevideo.com/detail/0G0W6BJZ788WKCTROOHJ2ZGC1T/>>. Último acesso em 22 maio 2020.

Figura 03 - Anansi em sua forma divina em reunião com outros deuses nos “bastidores”.



Fonte: quadro do episódio “House of the Rock” (primeiro episódio da segunda temporada), 2019. Disponível no Amazon Prime Video <<https://www.primevideo.com/detail/0PHY84FWJEEXQDIZID2FK89GTV/>>. Último acesso em 22 maio 2020.

3.1. Neil Gaiman, o autor

Neil Richard Gaiman é um escritor britânico que nasceu em 10 de novembro de 1960, no condado de Hampshire, na Inglaterra. Cresceu devorando livros em bibliotecas e cita como influências notórios autores de fantasia, terror e ficção científica, entre eles: C. S. Lewis, J. R. R. Tolkien, Edgar Allan Poe, Gene Wolf e Ursula K. LeGuin⁵.

Ligado à leitura e à escrita, começa sua carreira como jornalista. Em 1984 lança seu primeiro livro, a biografia do conjunto *new wave* Duran Duran, do Reino Unido, com o título de “*Duran Duran: The First Four Years of the Fabulous Five*” (sem edição em português). Quatro anos mais tarde, publica outra biografia, dessa vez de outro autor britânico bastante reconhecido nos gêneros de ficção científica e humor: Douglas Adams, intitulado “*Don’t Panic: The Official Hitchhiker’s Guide to the*

⁵ Dados disponíveis na biografia do site do autor <https://www.neilgaiman.com/About_Neil/Biography> e na página de sua bibliografia <<https://www.neilgaimanbibliography.com>>. Último acesso em 12 maio 2020.

Galaxy Companion” (traduzido para “Não entre em pânico: Douglas Adams e o Guia do Mochileiro das Galáxias” na edição oficial em português), o livro traz informações sobre as diversas versões do “Guia dos Mochileiros da Galáxia” e seu autor.

Gaiman também é conhecido por suas histórias em quadrinhos, sendo “*Violent Cases*” (com edição em português com o mesmo nome) a primeira, em parceria com o ilustrador Dave McKean no ano de 1987. Depois disso, Gaiman e McKean publicam “*Black Orchid*” (“Orquídea Negra” na edição em português) pela DC Comics, em 1991. Nesse mesmo gênero de HQs, vale salientar outra grande obra de Gaiman: a série *Sandman* (com edição em português com o mesmo nome), que foi a primeira publicação em quadrinhos a receber um prêmio literário, o World Fantasy Award na categoria de Melhor História curta, em 1991.

O autor é bastante versátil, tendo escrito também livros para os públicos infantil e infanto-juvenil. Para crianças, podemos citar os livros ilustrados que trazem o panda Chu como personagem central; para adolescentes, a série fantástica e de ficção científica “*InterWorld*” (“EntreMundos” nas publicações em português), escrito em parceria com Michael Reaves, é uma das que mais se destaca.

Os trabalhos para o público adulto são o ponto forte de Neil, geralmente com temáticas bastante focadas no fantástico e na ficção científica. Entre os títulos mais célebres, podemos destacar os romances “*Good Omens*” (de 1990, escrito em parceria com Terry Pratchett; intitulado “*Good Omens: Belas maldições*” na edição brasileira), “*Neverwhere*” (1995; intitulado “Lugar nenhum” na edição brasileira), “*Stardust*” (1999; intitulado “*Stardust: O mistério da estrela*” na edição brasileira), além de “*American Gods*” (de 2001; intitulado “*Deuses Americanos*” na edição brasileira) e *Anansi Boys* (de 2005; intitulado “Os filhos de Anansi” na edição brasileira). Um dos trabalhos mais recentes do autor é o livro “*Norse Mythology*” (de 2017; intitulado “*Mitologia Nórdica*” na edição brasileira), no qual o autor conta e faz suas adaptações de mitos e lendas escandinavos; no Brasil, figurou entre os 20 mais vendidos no *ranking* da revista Veja⁶.

⁶ Disponível no site da revista Veja <<https://veja.abril.com.br/entretenimento/os-20-livros-de-ficcao-mais-vendidos-de-2018-quantos-voce-leu/>>. Último acesso em 26 maio 2020.

Além dos livros, Gaiman é também muito ativo escrevendo para o formato audiovisual. Escreveu para cinema, como os filmes “*Mirromask*” (“Máscara da ilusão”, de 2005) e “*Beowulf*” (“A lenda de Beowulf”, de 2007, escrito em parceria com Roger Avary). Também escreveu roteiros de seriados, como a adaptação de seu romance “*Neverwhere*” (1996) e episódios do icônico seriado britânico de ficção científica “*Doctor Who*” (“*The Doctor’s Wife*” em 2011 e “*Nightmare in silver*” em 2013), ambos para a emissora britânica British Broadcasting Corporation (BBC), e é um dos produtores da adaptação de “*Deuses Americanos*” para o Amazon Prime Video e a emissora estadunidense Starz.

3.2. O livro

Deuses Americanos foi publicado pela primeira vez em 1 de julho de 2001 [com aproximadamente 575 páginas, número que pode variar de acordo com a edição], tendo uma versão de aniversário de 10 anos lançada em 2012 com aproximadamente 680 páginas, número que pode variar de acordo com a edição], que apresenta uma entrevista com o autor, um ensaio e história “*The Monarch of the Glen*” como conteúdos extra.

O livro é notório por ser inovador e único, e recebeu os prêmios⁷ nas mais diversas categorias, sendo os mais relevantes o Hugo Award (melhor romance de ficção científica), o Locus Award (melhor romance de fantasia), o Bram Stoker Award (melhor romance de terror) e o Nebula Award (melhor romance). Foi traduzido para 32 idiomas, de acordo com o podcast World Book Club, da BBC⁸, e adaptado para o formato de seriado em 2017, com mesmo nome e roteiro bastante semelhante.

Ainda no podcast World Book Club, Gaiman define o livro como um “livro de imigrantes” e conta que teve a inspiração para escrevê-lo durante uma viagem à Islândia. Estava andando pela capital Reiquiavique em um domingo e, como todo comércio estava fechado, foi visitar um museu. Lá, encontrou diversos artigos tradicionais da cultura do país, inclusive um diorama [espécie de maquete super realista] representando as diversas incursões dos vikings pelo hemisfério norte. Ao

⁷ Dados disponíveis [em inglês] na página oficial do autor <<https://www.neilgaiman.com/works/Books/American+Gods/>>. Último acesso em 12 maio 2020.

⁸ Disponível [em inglês] em: <<https://www.bbc.co.uk/programmes/p01fznhb>>. Último acesso em: 05 jun. 2020.

se deparar com o objeto, pensou “será que essas pessoas levaram seus deuses consigo? como ficaram os mesmos deuses deixados em sua terra natal?”. O autor somou essa reflexão com uma tentativa de tentar entender os Estados Unidos, país para o qual migrara em 1992, apontando que era um local totalmente diferente do que “conhecia por livros e filmes”.

A história é contada majoritariamente pelo ponto de vista do protagonista Shadow Moon. Nas passagens “Chegando à América”, narradas por Mr. Ibis, são apresentadas diferentes divindades, inclusive algumas que não foram citadas - até o momento - no seriado, como é o caso do casal de gêmeos africanos Wututu e Agasu, que trazem em seus imaginários os deuses Mawu, Elegba, Ogu, Shango, Zaka e outros não especificados na história (p. 345) em navios negreiros e estão sempre com os dois em suas vidas nos Estados Unidos.

Há outras publicações de Neil Gaiman envolvendo o personagem Shadow Moon, mas ambientadas na Europa e sem seguir com o conflito entre deuses novos e antigos: são os livros curtos e menos famosos “*The Monarch of the Glen*” (lançado em 2006) e “*Black Dog*” (lançado em 2016), ambos sem edições em português.

Um romance de Neil Gaiman que é visto por muitos como uma continuação de “Deuses Americanos” é a obra “Os Filhos de Anansi” (lançado em 2006), ou “*Anansi Boys*” no título original em inglês. Diferente dos citados anteriormente, essa trama acompanha dois filhos do deus Anansi - sendo que um herda poderes do pai, e o outro não sabe que é filho de um ser divino - em vez de trazer Shadow Moon como protagonista.

3.3. O seriado

A adaptação para o formato de seriado foi desenvolvida por Bryan Fuller e Michael Green, e contou com o próprio Neil Gaiman como um dos produtores. A estreia ocorreu em 30 de abril de 2017, com novos episódios semanais exibidos pela emissora Starz (EUA) e disponibilizados mundialmente no Amazon Prime Video. Até o momento, existem duas temporadas completas - a segunda foi lançada no dia 10 de março de 2019, também com episódios semanais -, cada uma com oito capítulos com durações que variam de 50 a 60 minutos. A série concorreu a diversos prêmios, inclusive ao Emmy nas categorias Melhores Efeitos Especiais e Melhor Design de

Abertura; atores e atrizes também se destacaram e foram nomeados em categorias de atuação.

Figura 04 - Bastidores do seriado. *[Da esquerda para a direita: Neil Gaiman (autor e produtor), Michael Green (de costas; produtor), Ricky Whittle (ator que interpreta Shadow Moon) e Bryan Fuller (produtor).]*



Fonte: Imagem disponível no site oficial do seriado <<http://omgamericangods.com/#behind-the-scenes/gallery-3-bts>>. Último acesso em 22 maio 2020.

Por ser outro meio e ter sido lançado dezesseis anos após a primeira publicação do livro, é evidente que há adaptações e diferenças entre as versões. Uma das mais evidentes é a forma com a qual a narrativa ocorre: em vez de acompanharmos a trama somente pela ótica de Shadow, a série abre espaço para episódios que desenvolvem mais profundamente a história de outros personagens, como o caso de Laura Moon e Mad Sweeney⁹ (que descobrimos posteriormente ser o Rei Suibhne, e não apenas um duende).

Vemos também algumas mudanças na caracterização de personagens que vão desde as mais simples (Wednesday tem barba no livro, mas não tem no seriado; Technical Boy é gordo no livro e magro no seriado; Mr. Nancy é um senhor no livro, mas aparenta ter por volta de 50 anos no seriado) até algumas mais complexas, como é o caso da Mídia, personagem central deste trabalho: seguindo as transformações que ocorreram na própria mídia desde o lançamento do livro em

⁹ Dados disponíveis *[em inglês]* no site oficial do seriado <<http://omgamericangods.com/#about/different-from-the-book>>. Último acesso em 12 maio 2020.

2001, a personagem se transforma completamente na segunda temporada, incluindo uma mudança de atriz (Gillian Anderson dá vida ao papel na primeira temporada e Kahyun Kim, na segunda).

Figura 05 - A atriz Gillian Anderson representando a deusa Mídia na primeira temporada de Deuses Americanos. Nessa cena, ela se utiliza da personagem Lucy Ricardo, de *I Love Lucy*, para conversar com o protagonista Shadow Moon.



Fonte: quadro do episódio “The secret of the spoons” (“O segredo das colheres”, em tradução livre; segundo episódio da primeira temporada), 2017. Disponível no Amazon Prime Vídeo <<https://www.primevideo.com/detail/0G0W6BJZ788WKCTROOHJ2ZGC1T/>>. Último acesso em 22 maio 2020.

Figura 06 - Na segunda temporada, a deusa Mídia passa a ser chamada de Nova Mídia, e é interpretada por Kahyun Kim.



Fonte: quadro do episódio “Muninn” (terceiro episódio da segunda temporada), 2019. Disponível no Amazon Prime Video <<https://www.primevideo.com/detail/0PHY84FWJEEXQDIZID2FK89GTV/>>. Último acesso em 22 maio 2020.

Conforme citado anteriormente, há algumas diferenças nas passagens “Chegando à América” entre livro e seriado. Em conteúdo, podemos citar como exemplo uma cena que não aparece no livro: o sexto episódio da primeira temporada, “*A murder of gods*” [“Um assassinato de deuses”, em tradução livre], inicia com uma cena que acabou conhecida como “*Mexican Jesus*” [“Jesus Mexicano”, em tradução livre], a qual mostra Jesus guiando migrantes mexicanos pelo deserto até serem surpreendidos pela polícia dos Estados Unidos, que os recebe a tiros. O episódio em questão apresenta alguns elementos vistos como críticas atuais ao governo estadunidense e à violência¹⁰: somada a essa abertura, somos apresentados ao deus ferreiro romano Vulcan [Volcano, em português] - que não é mencionado no livro - e é venerado no seriado através da forja de munições e os disparos de armas de fogo. Já em questão de forma, algumas das sessões “Chegando à América” mostram abordagens estéticas diferentes e experimentais, diferentes da do resto seriado: além de serem exibidas em uma proporção mais estreita, mais cinematográfica que televisiva, geralmente possuem músicas mais presentes e acentuadas, vide a cena de abertura do episódio “*The secret of the spoon*” [“O segredo das colheres”, em tradução livre; segundo episódio da primeira temporada] em que Anansi incita escravos em um navio negreiro a se rebelarem, no qual vemos a trilha sonora migrar belamente de apenas efeitos e ruídos com timbre de violino para por um jazz instrumental de ritmo bastante marcante. Outro caso interessante ocorre no começo do quinto episódio, “*Lemon scented you*” [“Você com aroma de limão”, em tradução livre] que retrata por meio de animação em três dimensões (3D) a história de uma pequena tentando buscar alimentos e escapar do rígido inverno da Sibéria (ver figura 07).

¹⁰ O artigo [em inglês] do periódico britânico Mirror aborda o tema neste artigo de 2017: <<https://www.mirror.co.uk/tv/tv-news/american-gods-episode-6-illegal-10552716>>. Último acesso em 14 maio 2020.

Figura 07 - Representação da tribo em forma de animação 3D na sessão “Chegando à América”.



Fonte: quadro do episódio “Lemon scented you” (quinto episódio da primeira temporada), 2017. Disponível no Amazon Prime Video <<https://www.primevideo.com/detail/0G0W6BJZ788WKCTROOHJ2ZGC1T/>>. Último acesso em 22 maio 2020.

O próprio seriado apresenta diferenças entre sua primeira e segunda temporada em relação à abordagem e apresentação de divindades. A primeira temporada conta com diversas sessões “Chegando à América” e apresenta a história de diversos mitos e deuses antigos, já na segunda, há episódios que enfocam a gênese de dos novos deuses: em “Muninn¹¹” [*terceiro episódio da segunda temporada*], testemunhamos a transformação da Mídia em Nova Mídia, e no episódio “The greatest story ever told” [*“A maior história já contada”, em tradução livre. Quarto episódio da segunda temporada*] inicia mostrando uma alegoria de um garoto aficcionado por jogos eletrônicos e tecnologia que, ao se tornar adulto, consegue desenvolver um programa de computador capaz de compor arranjos musicais semelhantes aos de Johann Sebastian Bach e a cena se finda com o novo deus Technical Boy surgindo como forma material tocando órgão durante o velório do pai do garoto.

Algumas alterações que ocorreram da primeira para a segunda temporada do seriado se deram em razão de movimentações nos bastidores. A saída de Gillian

¹¹ Muninn é o nome de um dos corvos de Odin.

Anderson, que interpretou a deusa Mídia na primeira temporada foi motivada, de acordo com matéria do The Hollywood Reporter¹², pela demissão dos produtores Bryan Fuller e Michael Green, responsáveis pela criação do seriado. Fuller e Green entraram em conflito com deixaram o seriado após divergências acerca do orçamento para a segunda temporada com a Freemantle USA, uma das companhias que produz a série. A solução encontrada foi a de contratar outra atriz, a jovem Kahyun Kim, e transformar a personagem na deusa Nova Mídia. Mesmo seguindo motes parecidos e denotando diferentes facetas e períodos da mídia, o próprio Neil Gaiman afirmou em seu Twitter que as duas são personagens diferentes¹³. Veremos as diferenças delas mais a fundo no capítulo 5 deste trabalho.

O público brasileiro recebeu bem a versão audiovisual de Deuses Americanos, que, de acordo com o *site* de cultura *pop*, Jovem Nerd¹⁴, foi o seriado do Amazon Prime Video mais visto no país em 2017.

¹² Disponível [em inglês] em The Hollywood Reporter <<https://www.hollywoodreporter.com/live-feed/gillian-anderson-confirms-x-files-exit-1073547>>. Último acesso em 04 jun 2020.

¹³ Disponível [em inglês] no Twitter de Neil Gaiman <<https://twitter.com/neilhimself/status/1003793164417708032>>. Último acesso em 04 jun. 2020.

¹⁴ Ranking das séries mais vistas no Amazon Prime Video em 2017, de acordo com o *site* Jovem Nerd <<https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/amazon-libera-ranking-com-as-series-mais-assistidas-de-2017-no-prime-video/>>. Último acesso em 27 maio 2020.

4. Mídia: transformações e seus meios

Da década de 1990 até os dias atuais, a mídia e os meios de comunicação em massa passaram por mudanças drásticas, bem como vimos surgir equipamentos cada vez mais potentes e versáteis - desde câmeras digitais e aparelhos de MP3 até *notebooks*, *smartphones* e *tablets*. Com a ascensão vertiginosa da internet, observamos alterações nos modos de consumo de material midiático e de comunicação. A produção e distribuição de conteúdos por pessoas comuns foi muito favorecida por essas mudanças e isso afetou os meios tradicionais, que tiveram de se reinventar para manter sua relevância - ou acabaram sendo engolidos por essa nova onda.

Há, também, o outro lado: assim como a *internet* descomplicou o consumo de filmes e seriados inofensivos em plataformas de *streaming*, por exemplo, a proliferação de conteúdo ilícito também foi facilitada. A privacidade também foi abalada com o novo paradigma: até onde ela preserva a vida privada dos cidadãos e até onde ela contribui para propagar conteúdos criminosos? Além disso, os problemas antigos dos meios de comunicação tradicionais não apenas continuaram existindo, como ganharam força com as novas tecnologias, a exemplo do sensacionalismo, da manipulação de informações e a disseminação de notícias falsas, hoje chamadas de *fake news*.

Nas seções deste capítulo, serão mostrados panoramas gerais de como era a mídia à época de lançamento do livro (2001) e das duas temporadas do seriado (2017 e 2019). Serão apresentadas também observações de como alguns estudiosos percebiam o cenário, além de dados técnicos para corroborar e contextualizar o trabalho.

4.1. A mídia dos anos 1990 aos 2000

O cenário midiático da última década do século XX foi marcado por transformações interessantes nos meios de comunicação de massa. Ao mesmo tempo em que a televisão exercia um enorme poder de influência no mundo e o rádio se mantinha vivo sem o brilho de sua época de ouro, vimos a *internet* apresentar sinais claros de crescimento - que foi consolidado na virada do século.

Quando citamos essa fase do desenvolvimento da *internet*, é importante salientar que foi o início de sua popularização e que havia limitações em infra-estrutura de telecomunicações em diversos países. Segundo relatório da União Internacional de Telecomunicações (UIT), divulgado pela Organização das Nações Unidas (ONU)¹⁵, no ano 2000, eram apenas 400 milhões de usuários da rede no mundo, sendo que no Brasil ainda havia o problema de baixas velocidades de conexão - segundo o estudo, o país figurava na 38ª colocação neste quesito.

E também não devemos esquecer das próprias limitações de *software* e *hardware* dos equipamentos da época: quem consegue conceber a utilização de diversos recursos digitais atuais sendo feita em algum computador rodando no sistema operacional Windows 98? Conforme consta no *Computer History Museum* (CHM), o Museu da História do Computador, um dos computadores topo de linha da época, o iMac de 1998¹⁶, ostentava seus 32 *megabytes* de memória RAM (número 125 vezes menor que os 4 *gigabytes* comumente encontrados hoje em *notebooks* e *smartphones*) e armazenamento de 4 *gigabytes* (atualmente é usual vermos computadores atingindo a casa dos *terabytes*, ou seja, número 250 vezes maior).

Na época de 1990 a 2000, o rádio ainda se mantinha como um meio de comunicação de massa consolidado, mas com seu nível de influência bem mais baixo do que em seus momentos áureos. Em comparação com a TV, o rádio é um meio bem menos agressivo, como assinala o teórico canadense Marshall McLuhan (1994) ao dizer que “o rádio pode servir de som de fundo ou como controlador de nível de ruído, como quando adolescente inventivos o empregam como meio de privacidade. A TV não funciona como fundo. Ela te ocupa. Você tem de estar *com* ela.” (p. 311, tradução nossa, grifo do autor). O autor também caracteriza o rádio como detentor de uma “capa de invisibilidade, diferente de qualquer outro meio” (p. 302, tradução nossa) e cita seu poder singular de atingir “a maioria dos indivíduos de maneira íntima, pessoa-a-pessoa, oferecendo um mundo de comunicação não dita

¹⁵ Disponível na página da ONU <<https://nacoesunidas.org/em-15-anos-numero-de-usuarios-de-internet-passou-de-400-milhoes-para-32-bilhoes-revela-onu/>>. Último acesso em 25 maio 2020.

¹⁶ Disponível [em inglês] no site do Museu da História do Computador <<https://www.computerhistory.org/timeline/1998/#169ebbe2ad45559efbc6eb35720b6348>>. Último acesso em 26 maio 2020.

entre escritor-narrador e ouvinte. Esse é o aspecto primário do rádio. Uma experiência particular.” (p. 299, tradução nossa).

Acerca do rádio no Brasil, Del Bianco (1999) conta que, em 1990, diversas emissoras passam a utilizar o sistema de rede de transmissão por sinal via satélite, seguindo os passos da Rádio Bandeirantes e complementa que este foi um marco significativo na história do meio:

Na verdade, a rede trouxe mais do que a possibilidade de aumentar o faturamento. Representa uma nova fase do meio, mais profissional e de maior conscientização dos empresários, que passaram a tratá-lo como um negócio, inserido num mercado competitivo, exigente, carente de inovações.” (DEL BIANCO, N., 1999, p. 21)

Como consequência desta modificação da mentalidade dos empresários do setor, surgem novas tentativas para aumentar o engajamento dos ouvintes e manter as emissoras vivas; a autora segue: “prova dessa mudança são as ações promocionais. A promoção é até questão de sobrevivência no meio. Muitas emissoras FM chegam a fazer três promoções num único dia.” (DEL BIANCO, N., 1999, p. 21)

Dados os fatores restritivos dos equipamentos informáticos e o rádio estar lutando para se reinventar e se manter vivo, era esperado que a televisão se sobressaísse dentre os meios de comunicação de massa e fosse, para muitos, a fonte principal de entretenimento e informação. No cenário brasileiro, ao falarmos de TV neste período, estamos praticamente nos referindo às emissoras de sinal aberto, visto que o serviço de televisão por assinatura (a cabo) começou a apresentar “forte expansão” apenas a partir de 1999, como cita a Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA)¹⁷.

Uma das características marcantes da televisão é sua capacidade de emitir estímulos visuais e sonoros continuamente, como Arbex (2001), em seu livro “O poder da TV”, aponta: “A televisão não é como um livro, ou sequer como um jornal impresso, cuja leitura podemos interromper, refazer, submeter a reflexões demoradas” (p. 13) e completa afirmando que “esse mecanismo é muito eficaz

¹⁷ Dados da seção “Histórico” da ABTA <<http://www.abta.org.br/historico.asp>>. Último acesso em 28 maio 2020.

quando se trata de manter oculta a estrutura do texto ou a concepção que está na base da disposição segundo a qual as imagens são apresentadas” (p. 13). Marshall McLuhan (1994) também alude para esta condição:

Com a TV, o espectador é a tela. Ele é bombardeado por impulsos luminosos que James Joyce chamou de “Ataque da Brigada de Luz” que impregna seu “âmago com suspeitas subconscientes.” A imagem da TV é visualmente pobre em dados. (MCLUHAN, M., 1994, p. 313, tradução nossa)

Produtores de TV utilizaram esses estímulos para dar força a atrações sensacionalistas, especialmente na década de 1990, como *Programa do Ratinho*, o quadro “Banheira do Gugu” no programa *Domingo Legal*, e os jornais policiais *Cidade Alerta* e *Aqui, Agora*; em artigo no site Observatório de Imprensa¹⁸, Alexander Goulart (2011) cita a presença destes fatores:

O estilo popularesco, atribuído aos programas em função da audiência majoritária ente as classes C, D, E, não era uma novidade. O próprio SBT durante a década de 80 foi assim tachado. A diferença agora era o grau de profissionalização, altos salários e repercussão. O sensacionalismo voltou com mais força e maiores cifras. [sic] (GOULART, A., 2001)

Toda essa presença e pujança propiciou também um dos aspectos negativos da TV: a manipulação. No contexto do entretenimento, a televisão lançou e reforçou tendências, Arbex (2001) explica que “tampouco é verdade que as emissoras de televisão apenas refletem aquilo que os telespectadores pensam. Dentro de certos limites, as emissoras têm a capacidade interferir na escolha, de criar novos parâmetros de comportamento, de lançar modas e criar linguagens.” (p. 28). No contexto da informação, Chomsky (2013) cita o caso da greve da siderúrgica Steel, em 1937, em que a mídia se esforçou para colocar a população contra os grevistas, retratando-os como “malvados e desordeiros”, numa técnica que ficou conhecida como “a fórmula do Vale Mohawk” (pos. 140 na edição Kindle). Em seguida, o autor

¹⁸ Artigo disponível em Observatório de Imprensa <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/contextos-e-programacao-dos-ultimos-30-anos-de-tv-no-brasil-parte-8/>>. Último acesso em 28 maio 2020.

completa seu raciocínio salientando a autoridade dos manipuladores, o modo como operam e os resultados que pretendem atingir:

As pessoas da área de relações públicas não brincam em serviço. São profissionais. Estão tentando inculcar os valores corretos. Na verdade, elas têm uma concepção do que deve ser a democracia: um sistema em que a classe especializada é treinada para trabalhar a serviço dos senhores, os donos da sociedade. **O resto da população deve ser privado de qualquer forma de organização, porque organização só causa transtorno. Devem ficar sentados sozinhos em frente à TV absorvendo a mensagem que diz que o único valor na vida é possuir mais bens de consumo ou viver como aquela família de classe média alta a que eles estão assistindo**, e cultivar valores apropriados, como harmonia e americanismo. (CHOMSKY, N., 2013, pos. 159 na versão Kindle, grifos nossos)

No começo dos anos 2000, a TV mantém boa parte de seu alcance, mas vemos crescer de maneira vertiginosa a *internet*, uma alternativa na obtenção de conteúdo das mais diversas formas e nos mais diversos dispositivos. A seguir, veremos com mais detalhes alguns aspectos dessa mudança de panorama.

4.2. A mídia de 2000 à 2020

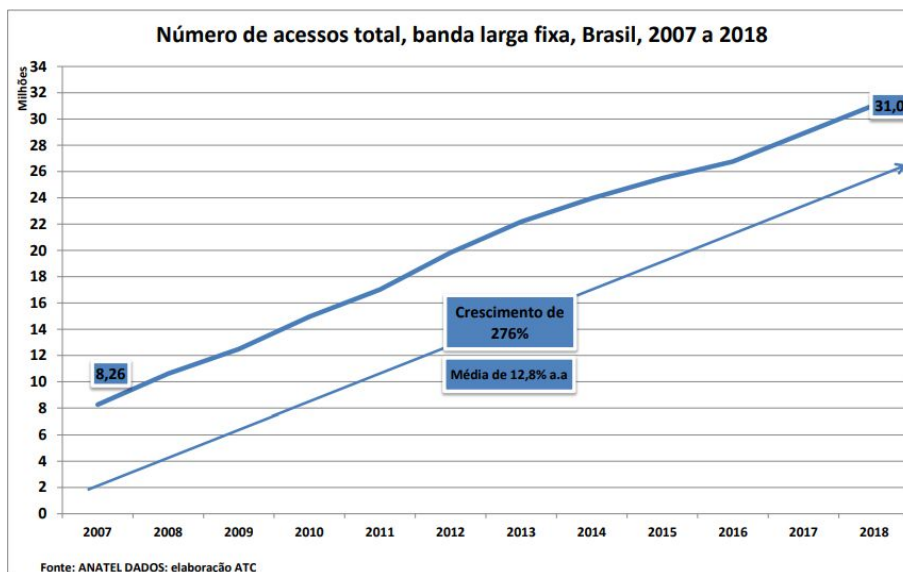
A partir do ano 2000, observamos a consolidação de enormes mudanças na dinâmica da mídia e dos meios de comunicação. A abrupta ascensão da internet trouxe consigo novos modos de consumir conteúdos, adquirir bens, obter informações e se comunicar. É, sim, verdade que outros meios se mantêm vivos, mas é indubitável que o digital conquistou um imenso espaço em pouco tempo.

O Brasil pode não ter sido um dos pioneiros durante o início da onda dos da *internet* e dos computadores pessoais, mas, a partir dos anos 2000, conseguiu acompanhar a tendência mundial. Conforme vimos na introdução deste trabalho, o IBGE revelou em estudo que, no ano de 2018, o número de residência com acesso à *internet* atingiu a marca de 79,1% no país¹⁹. Além do maior alcance, é observável também uma melhora na qualidade da conexão: a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) registrou em relatório o crescimento de 276% (Anatel,

¹⁹ Dados da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios Contínua do IBGE de 2018 <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101705_informativo.pdf>. Último acesso em 23 maio 2020.

2018, p. 6) no número total de assinaturas de banda larga fixa entre 2007 e 2018, ano de divulgação da pesquisa²⁰ - para efeito de comparação, o índice mundial ficou em 389% de 2005 até 2018 (Anatel, 2018, p. 4). No gráfico a seguir, observamos que esse crescimento aponta para uma tendência de ser cada vez maior:

Figura 08 - Gráfico de Número de acessos à internet via banda larga no Brasil entre 2007 e 2018.



Fonte: Anatel, 2018. Último acesso em 22 maio 2020.

A rápida conquista de espaço consequentemente forçou diferentes campos do mercado a se reinventarem para não ficarem para trás. Philip Kotler (2017), um dos maiores expoentes do estudo do *marketing*, detalha essa efervescência:

Há vários exemplos de como a conectividade abalou rapidamente setores consagrados que pareciam ter barreiras de entrada elevadas. A Amazon desestabilizou as livrarias físicas e, mais tarde, a indústria editorial. Da mesma forma, a Netflix abalou as locadoras de vídeo físicas e, ao lado de sites como Hulu, bagunçou os serviços de TV por satélite e a cabo. O mesmo se deu com o Spotify e a Apple Music, que mudaram o modo como a distribuição de música passou a funcionar. (KOTLER. P., 2017, pos. 338 na edição Kindle)

²⁰ Dados do Relatório de acompanhamento do setor de telecomunicações da Anatel de 2018. <https://www.anatel.gov.br/institucional/index.php?option=com_anexarlink&hash=415ecc55f33f3b0277433ec78527a093&name=Relat%C3%B3rio%20de%20Servi%C3%A7o%20de%20Comunica%C3%A7%C3%A3o%20Multim%C3%ADdia.pdf>. Último acesso em 28 maio 2020.

No cenário nacional, o mesmo estudo de 2018 do IBGE citado anteriormente, aponta que a presença da TV nos domicílios brasileiros apresentou uma pequena queda de 0,3% de 2017 para 2018, chegando a 96,4% dos lares; ao passo que a internet, no mesmo período, ampliou seu alcance em 4,2%, chegando a 79,1% dos lares do país. Vale ressaltar que esse avanço não “matou” outros meios, mas viabilizou uma maior integração entre eles, ou seja “a digitalização estabeleceu as condições para a convergência.” (JENKINS, H., 2015, pos. 521 na edição Kindle). O influente estudioso de meios de comunicação, Henry Jenkins (2015), em seu livro “Cultura da convergência” explica:

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, H., 2015, pos. 348 na edição Kindle)

Este “fluxo de conteúdo através de múltiplas plataformas de mídia” apontado por Jenkins (2015) se mostra cada vez mais presente: as emissoras de TV, as rádios, os jornais, revistas e livros estão presentes também na internet tanto replicando seus conteúdos originais, quando buscando oferecer experiências transmídia. Grandes emissoras e jornais já vinham disponibilizando textos e vídeos com conteúdos estendidos ou extras, e agora procuram surfar na crescente onda dos podcasts - um meio que, em 2018, contava com 3000 “programas”²¹ e cresceu 67%²² no Brasil em 2019.

Acompanhando os aprimoramentos estruturais de conexão à *internet*, houve um significativo aumento nas vendas de dispositivos eletrônicos (computadores *desktop*, *notebooks*, *tablets*, *smartphones* e congêneres), bem como a evolução nas configurações e funcionalidades destas ferramentas. O Brasil também seguiu neste sentido: uma pesquisa da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP) do ano

²¹ Dados da Veja São Paulo. Disponível em <<https://vejasp.abril.com.br/cidades/capa-podcasts-paulistanos/>>. Último acesso em 01 jun. 2020.

²² Dados do site Tecmundo. Disponível em <<https://www.tecmundo.com.br/internet/146951-consumo-podcasts-brasil-cresce-67-2019-aponta-pesquisa.htm>>. Último acesso em 01 jun. 2020.

de 2018²³ apontou que havia no país, à época, 230 milhões de *smartphones* em uso (na média, número maior que um aparelho por habitante) e 180 milhões de computadores, *notebooks* e *tablets*.

Esse cenário propiciou a criação e difusão de conteúdo por “pessoas comuns” de maneira cada vez mais elaborada e interativa. O alcance de canais e projetos pessoais pode não ser tão alto quanto o de meios de comunicação tradicionais, mas a possibilidade de propagação existe e é bem explorada: segundo dados do próprio YouTube²⁴, no mundo, o número de acesso de usuários conectados ao *site* passa dos dois bilhões por mês, sendo que 70% do tempo de exibição vem por meio de dispositivos móveis. No Brasil, canais do YouTube conseguem atingir públicos dos mais diversos nichos e, segundo a pesquisa do Google, Video Viewers de 2018²⁵, 70% dos brasileiros vêem a plataforma como “um lugar onde todo mundo tem voz”. Esse aspecto da difusão de conteúdos via mídias digitais foi outro tema abordado por Jenkins (2015):

Isso é o que se afirmava que iria ocorrer como consequência inevitável da revolução digital: a tecnologia colocaria nas mãos de pessoas comuns, para sua expressão criativa, ferramentas de baixo custo e fáceis de usar. Derrube as barreiras da participação e forneça novos canais de publicidade e distribuição, e as pessoas irão criar coisas extraordinárias (JENKINS, H., 2015, pos. 3965 na edição Kindle)

O estudo Video Viewers de 2018 registrou entre seus dados o panorama brasileiro de consumo de vídeos. Chama a atenção o YouTube figurar em segundo lugar - estando atrás apenas da TV Globo - e as redes sociais e plataformas de *streaming* somadas representarem uma fatia de 20% do total. O gráfico da pesquisa, replicado a seguir, ilustra bem o panorama:

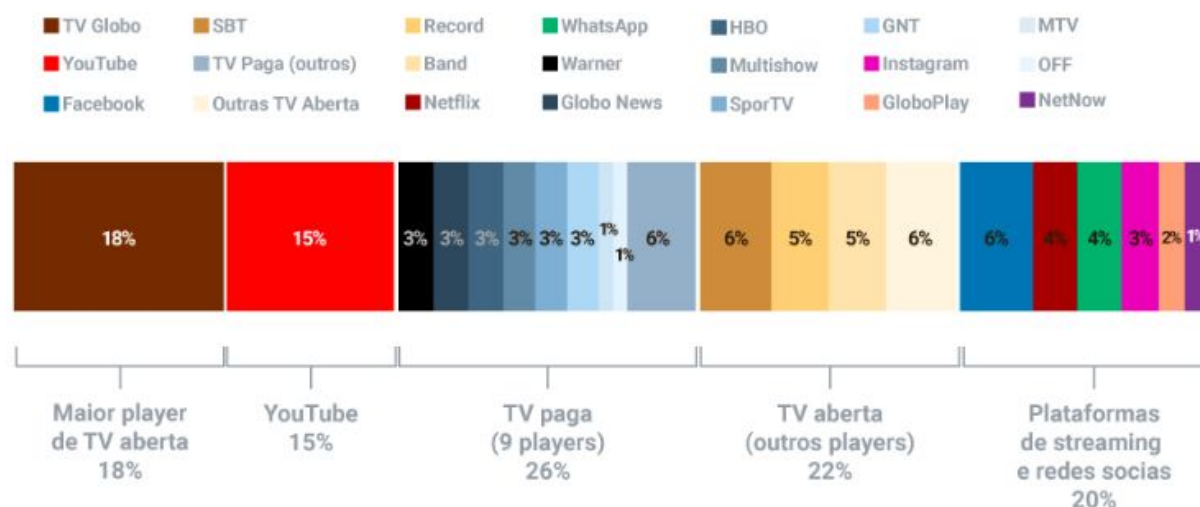
²³ Estudo divulgado pelo site da Época Negócios. Disponível em <<https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2019/04/brasil-tem-230-milhoes-de-smartphone-s-em-uso.html>>. Último acesso em 02 jun. 2020.

²⁴ Dados disponíveis na seção “Imprensa” do YouTube <<https://www.youtube.com/intl/pt-BR/about/press/>>. Último acesso em 02 jun. 2020.

²⁵ Disponível no site Think with Google <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/pesquisa-video-viewers-como-os-brasileiros-estao-consumindo-videos-em-2018/>>. Último acesso em 02 jun. 2020.

Figura 09 - Gráfico do *share* de vídeos assistidos no Brasil em 2018.

O YouTube já tem o **segundo maior share** de vídeos assistidos no Brasil.



Fonte: Video Viewers, 2018. Último acesso em 02 jun. 2020.

A coexistência entre diferentes meios possibilitou a convergência apontada por Jenkins (2015) e também trouxe novas possibilidades do ponto de vista mercadológico. Essa tendência foi constatada por Kotler (2017), ao salientar as mudanças nos meios comentando que “as mídias tradicionais e contemporâneas para comunicação de marketing, como televisão e mídia social, também se complementarão.” (pos. 409 na edição Kindle) e seguir com seu argumento observando, também, as mudanças no comportamento dos consumidores/usuários: “as características dos novos consumidores nos levam a perceber que o futuro do marketing será uma mescla contínua de experiências on-line e off-line.” (KOTLER, P., 2017, pos. 414 na edição Kindle)

Infelizmente nem só novidades positivas acompanharam a internet e seu crescimento, essa “democratização” de meios e distribuição também trouxe consigo aspectos negativos: a mesma facilidade de se propagar conteúdos incríveis para os mais diversos públicos permitiu a difusão de materiais nocivos das mais diferentes categorias. O exemplo mais notório é o da *Deep Web* [rede profunda, em tradução livre], uma rede além da *internet* comum, de mais difícil acesso e que, segundo

reportagem da BBC Brasil²⁶ de 2018, “concentra todo o conteúdo que circula em redes criptografadas, as darknets, que usam a World Wide Web (internet comum), mas exigem programas especiais ou autorizações de acesso”. A matéria ainda detalha que a *Deep Web* possibilita o comércio de drogas, armas, pornografia infantil e ter contato com outros conteúdos ilegais.

Na *internet* comum, os problemas são menos chocantes, mas têm sua importância. Assim como se simplificou a criação e divulgação de conteúdo autoral, propagar notícias e informações - sejam elas verdadeiras ou falsas - também ficou mais fácil. Essa nova dinâmica foi destacada por Kotler (2017) no exemplo: “Vemos ainda como os indivíduos agora recorrem ao Twitter para saber as últimas notícias a partir de outros cidadãos, quando no passado uma grande rede de televisão como a CNN seria o canal confiável.” (KOTLER, P., 2017, pos. 159 na edição Kindle)

Algumas táticas já conhecidas nos meios tradicionais foram adaptadas para o meio digital, como o sensacionalismo. A tiragem do jornal impresso, ou a audiência dos telejornais passou a ser medida pelo número de visualizações que a matéria teve, o que viabilizou o nascimento de uma nova modalidade de sensacionalismo: o *clickbait* [*isca de cliques, em tradução livre. Também chamado de “caça-cliques”*]. O emprego do *clickbait* é uma modalidade tão comum que o termo foi incorporado ao dicionário inglês da Oxford²⁷, e consiste em batizar materiais digitais com nomes ou manchetes chamativas, alarmistas e/ou exageradas, sem que haja necessariamente uma preocupação com o conteúdo. O autor estadunidense Ryan Holiday (2012) se descreve como um “manipulador de mídia” e, sobre esse contexto, diz que “a economia da internet criou um conjunto distorcido de incentivos que tornam o tráfego mais importante – e mais rentável – do que a verdade.” (HOLIDAY, R., 2012, pos. 313 na edição Kindle)

Em seu livro “Acredite, estou mentindo”, Holiday (2012) explicita que *sites* se valeram de manipulação de manchetes caça-cliques e de conteúdos nem sempre idôneos para conseguir mais visitas em suas páginas e se estabelecerem no meio digital, contrapondo com o cenário dos meios já consolidados:

²⁶ Disponível no site da BBC Brasil <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-36920676>>. Último acesso em 03 jun. 2020.

²⁷ Disponível em Lexico.com <<https://www.lexico.com/definition/clickbait>>. Último acesso em 03 jun. 2020.

Os meios de comunicação tradicionais não têm esse problema [*fabricar ou roubar furos (e enganar leitores e anunciantes nesse processo)*]. Eles não estão ansiosos por reconhecimento, porque já o têm. Em vez de flexibilizar as regras (e a verdade) para obtê-lo, a preocupação principal de seu modelo de negócios é proteger sua reputação. Essa é uma diferença crítica. A preocupação da mídia já foi proteger seu nome; na internet a preocupação é construir um nome. (HOLIDAY, R., 2012, pos. 642 na edição Kindle)

A *internet* é um meio muito mais interativo e dinâmico que os meios de comunicação tradicionais e conta com a participação das pessoas para difundir seus conteúdos, “ao contrário da TV, a internet não induz ao consumo passivo. Os blogs estimulavam o engajamento e o ativismo dos cidadãos.” (HOLIDAY, R., 2012, pos. 2368 na edição Kindle). Esse é um fator importante e levado em conta por quem pretende manipular informações no meio digital, incluindo a difusão das cada vez mais infames e comuns *fake news* (notícias falsas, em tradução livre). Holiday (2012) detalha o funcionamento deste mecanismo:

Para aqueles que sabem quais elementos fazem as pessoas compartilhar, a manipulação de mídia torna-se simplesmente uma questão de embalagem e apresentação. Tudo que se precisa é a imagem certa, o ângulo correto, e milhões de leitores enviarão de boa vontade sua ideia ou imagem ou anúncio para seus amigos, familiares e colegas de trabalho. (HOLIDAY, R., 2012, pos. 1141 na edição Kindle)

E, para piorar o panorama, Holiday (2012) ainda sugere que o problema pode ser sistemático; além de termos espaço para diversas pessoas e veículos menores propagarem notícias falsas, segundo o autor, poucos averiguam a qualidade de suas fontes de informações, inclusive os jornais já consagrados:

Hoje o ciclo online da notícia viaja um milhão de quilômetros por minuto em um milhão de direções. Talvez o New York Times ainda tente verificar suas fontes, mas duvido que isso importe, porque essa é uma coisa que ninguém mais faz. (HOLIDAY, R., 2012, pos. 874 na edição Kindle)

A questão da privacidade na *internet* é um tema delicado, pois, ao mesmo tempo em que o anonimato favorece a confecção e o alastramento de notícias falsas

e conteúdos ilegais, é inegável o direito de seus usuários terem suas vidas privadas respeitadas. Todavia, privacidade e anonimato online são conceitos cada vez mais frágeis, já que, nossos dados de acesso dizem muito sobre nossa identidade. Jenkins (2015) explica como isso ocorre na rede:

Numa época em que todas as fontes de informação estão interconectadas e a privacidade está sendo demolida num ritmo alarmante, há uma quantidade imensa de informações que, com tempo e determinação, uma equipe de várias centenas de pessoas pode descobrir sobre uma pessoa. (JENKINS, H., 2015, pos.1012 na edição Kindle)

Este trabalho não se propõe a fazer previsões ousadas sobre como a mídia será daqui para frente, mas podemos conjecturar que teremos equipamentos cada vez mais potentes, versáteis e conectados. O debate sobre pontos como privacidade, uso de informações e propagação de notícias falsas, aparentemente, seguirá intenso e pode até ser um dos casos em que, infelizmente, nunca tenhamos um cenário ideal. Em temas mais leves, a produção e difusão de conteúdo de entretenimento e a comunicação entre pessoas têm o potencial de seguir se beneficiando dos avanços tecnológicos e das projeções de maior oferta de dispositivos eletrônicos.

5. A deusa Mídia em Deuses Americanos

A guerra entre divindades de Deuses Americanos se dá entre entidades clássicas (deuses antigos de diferentes mitologias que vieram de fora dos Estados Unidos) e modernas (diversos elementos da sociedade americana que são venerados como se fossem deuses). Dentre os novos deuses, a Mídia é uma das mais importantes e influentes: dispõe de seu poder de atração para tentar conquistar novos integrantes para o seu lado no *front*, mesmo que precise manipular e ludibriar. Sempre preocupada com a imagem e reputação, se vende como sendo do “lado vencedor”, agindo em conjunto com os novos deuses Technical Boy (tecnologia e informática) e Mr. World (globalização), líder do grupo.

Assim como a mídia em si, a personagem Mídia passa por transformações nas versões escrita e televisiva do romance. Para uma análise mais apurada, devemos considerar os diferentes meios em que a história foi veiculada, suas características e datas de lançamento.

A seguir, abordaremos as diversas representações da mesma personagem, seus traços em cada meio e sua evolução e aumento de profundidade de acordo com o tempo e serão traçados paralelos entre as diversas descrições da personagem e as mudanças ocorridas na mídia e meios de comunicação.

5.1. Representação no livro

O romance foi publicado em 2001, então temos, neste caso, uma personagem fixa, imutável. As referências deste retrato da personagem compreenderão elementos midiáticos desse período, portanto é esperado que não haja elementos tão dinâmicos e atuais quanto a *internet* e redes sociais, por exemplo. Contudo, isso não diminui sua relevância na trama, nem sua particularidade de servir como objeto de crítica à mídia da época.

A primeira aparição da deusa Mídia no livro ocorre em quarto de hotel, enquanto Shadow está assistindo TV e quase dormindo, ela conversa com ele sob a forma da personagem Lucy Ricardo, do seriado “*I Love Lucy*”, o que já pode ser visto como uma metacrítica à mídia, já que Lucy é conhecida por almejar fama no ramo do entretenimento. Ela explica que é mais que a televisão em si “A TV é o altar. Eu sou a quem as pessoas fazem sacrifícios” (GAIMAN, N., 2012, p. 188,

tradução nossa) e que as pessoas sacrificam “seu tempo na maior parte das vezes” e “às vezes uns aos outros” (GAIMAN, N., 2012, p. 188, tradução nossa) para ela. Em seguida, mostra seu caráter sedutor e tenta persuadir o protagonista a se juntar aos novos deuses, argumentando que são o “agora e o amanhã” (GAIMAN, N., 2012, p. 188, tradução nossa) e finalizando sua fala em um tom bastante diferente da ingenuidade da personagem, perguntando se ele quer ver os “peitos da Lucy” (GAIMAN, N., 2012, p. 190, tradução nossa).

Por ser uma obra focada no ponto de vista do protagonista, a deusa Mídia não é tão presente no livro, mas ainda assim é uma personagem importante para o enredo e para servir como crítica à mídia em si. Mesmo sendo fundamental e forte, apresenta um tom afetuoso ao tentar persuadir Shadow. Seu tom polido auxilia também nas alusões e críticas ao telejornalismo, tendo falas escritas com grifos aparentemente aleatórios, o que gera a impressão de uma entonação artificial, de um discurso que segue *script* (ou um *teleprompter*), como no trecho a seguir:

A tela piscou e ficou preta. As palavras ‘AO VIVO’ pulsaram em branco no canto inferior esquerdo da tela. Uma voz tranquila feminina, narrando, ‘Sem dúvidas ainda não é tarde para mudar para o lado *vencedor*. Mas você sabe, você também tem a liberdade para permanecer *exatamente* onde está. É isso que significa *ser* um americano. *Esse* é o milagre da América. Liberdade para acreditar significa liberdade para acreditar na coisa errada, no fim das contas. Assim como liberdade de *expressão* lhe dá o direito de permanecer calado. (GAIMAN, N., 2012, p. 437, grifos do autor, tradução nossa)

Além do discurso, ao tratar sobre a aparência da Mídia no livro, Neil Gaiman atribui a ela características de repórteres televisivos em diversas passagens, como quando ela chega ao local onde está prestes a ocorrer a batalha dos deuses:

Houve ainda um ônibus de passeio que chegou naquela manhã, liberando uma dúzia de homens e mulheres com bronzeados perfeitos e sorrisos brilhantes e tranquilizadores. Eles pareciam como âncoras de jornal, e quem os visse poderia até imaginar que havia um aspecto de pontos de fósforo neles: pareciam borrar suavemente enquanto se moviam. (GAIMAN, N., 2012, p. 536, tradução nossa)

Levando em conta as falas que emulam ser “roteirizadas”, a aparência genérica de âncoras de jornal ou emprego de personagem de TV para se comunicar e a coalização com o novo deus Mr. World, que representa a globalização, podemos inferir que há uma crítica à mídia e sua manipulação e a criação e difusão de “realidades” artificiais, como pontua Arbex (2001):

Reproduz-se através da TV uma certa estruturação de mundo que não é “natural”, mas fabricada segundo a ótica de quem controla os meios e a tecnologia para essa fabricação. Só que essa é uma lógica oculta, apresentada sob o signo de uma “verdade” que a identificação visual eleva à categoria indestrutível de “realidade”. (ARBEX, J., 2001, p. 14)

Conforme citado na **seção 4.1.** deste trabalho, o relatório da União Internacional de Telecomunicações apontou para o número reduzido de usuários e as baixas velocidades de conexão de alguns países no ano 2000, portanto era esperado que o livro concentrasse sua crítica ao meio de comunicação de massa que já havia se consolidado e era o predominante da época: a televisão. Assim como Neil Gaiman, o brasileiro Arbex (2001) também salienta essa preponderância ao declarar que percebeu que “a televisão não era *um*, mas sim o meio de comunicação de massas. Mesmo a imprensa escrita tende no mundo inteiro a imitar os procedimentos televisivos” (p. 18, grifos do autor.) e complementar que até os jornais vinham se transformando em “televisões impressas” (p. 18).

Pudemos observar que Neil Gaiman empregou elementos midiáticos da época de lançamento do romance *Deuses Americanos*, no ano de 2001, para criar uma personagem carregada de críticas. O poder da televisão, sua lealdade à globalização [*no caso do livro, representada por Mr. World*], a persuasão e a manipulação se mostraram bem presentes no mundo real e na caracterização da Mídia, uma das novas divindades americanas.

5.2. Representação na primeira temporada da série

A deusa Mídia, interpretada por Gillian Anderson na primeira temporada do seriado, possui características gerais semelhantes às da personagem do livro: é igualmente polida e sedutora e utiliza principalmente a televisão como meio para tentar persuadir Shadow. A versão audiovisual não é contada somente pelo ângulo

do protagonista, o que permite conferir maior profundidade e complexidade a outros personagens, inclusive à deusa Mídia. É relevante também considerarmos que a série foi lançada em 2017, em um cenário muito diferente do da publicação em livro: a *internet* estava mais difundida - inclusive a própria obra é veiculada em muitos países por um meio *online*, o Amazon Prime Video - e os meios de comunicação, o entretenimento e a propagação de informações passaram por transformações que alteraram suas dinâmicas.

A primeira vez que a deusa Mídia se manifesta ao protagonista é também sob a forma da personagem Lucy Ricardo em um aparelho de TV - desta vez em um supermercado, em vez de um quarto de hotel como na obra escrita - logo no episódio *“The secret of the spoons”* [*“O segredo das colheres” em tradução livre; segundo episódio da primeira temporada*]. O diálogo dela com Shadow é bastante parecido com o do livro, mas em vez de usar o termo “TV”, diz que “a *tela* é o altar” [*transcrição, tradução e grifo nossos*] e “é a ela que as pessoas fazem sacrifícios” ao dedicarem seu tempo e atenção, o que, segundo ela, é “melhor que sangue de cordeiro” [*transcrição e tradução nossas*]; em seguida, cita outras telas menores (menção à celulares, *tablets* e *notebooks*) que as pessoas utilizam para “não se entediarem com a tela grande” [*transcrição e tradução nossas*]. Essa contundente apresentação da deusa Mídia parece ser uma resposta direta ao comentário de Jenkins (2015) sobre a edição de 2003 da convenção de filmes, videogames, mídia e debates, New Orleans Experience:

Dentro do auditório, pôsteres gigantes retratando olhos, ouvidos, bocas e mãos instavam os presentes a “venerar no Altar da Convergência”, mas não ficou claro diante de que tipo de divindade se ajoelhavam. (JENKINS, H., 2015, posição 435 na edição do Kindle).

A fala desse primeiro contato da deusa Mídia com Shadow parece preparar o terreno para seu desenvolvimento mais focado na ideia de convergência da segunda temporada, que será visto mais detalhadamente na seção seguinte. A sutileza na mudança de alguns termos e adição de outros mostra que o seriado é mais que uma mera adaptação do livro, que houve uma atenção ao contexto de seu desenvolvimento, e demonstra consonância com o discurso de Jenkins (2015) ao

dizer que “os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias.” (pos. 585), ou seja, as outras “telas” não estão matando a TV, mas, sim, dando novas formas ao modo de consumo de conteúdos audiovisuais.

Um traço novo acrescido à personagem que lhe confere mais complexidade é o de mostrar escancaradamente influência do culto à personalidades e ídolos, podendo ser classificada também como a deusa do entretenimento e cultura *pop*. Mesmo se mostrando como uma mulher madura, a deusa Mídia nunca revela sua verdadeira face, sempre se vale da imagem de alguma celebridade em suas aparições, além da já citada Lucy Ricardo, aparece também como o icônico cantor David Bowie com terno e maquiagem azul, como no clipe “*Life on Mars?*”²⁸, a atriz e cantora Marilyn Monroe e a personagem Hannah Brown, do clássico filme “Desfile de Páscoa”, de 1948 - vale ressaltar que todas as caracterizações tiveram resultados impecáveis de semelhança com os famosos representados. Fica evidente que as personas referenciadas pela deusa Mídia são clássicas, o que possibilita realizarmos a inferência de que ela utiliza figuras igualmente consagradas e consolidadas para se manifestar, mesmo que sejam inocentes como Lucy Ricardo e Hannah Brown, ou ousados como David Bowie e Marilyn Monroe. O poder que personagens e ídolos podem exercer no imaginário dos espectadores é um ponto relevante dos meios de comunicação de massa, como bem abordou Arbex (2001) no contexto brasileiro “os telespectadores depositam nas personagens de telenovela expectativas que transcendem o mundo do faz-de-conta, como se elas fossem mesmo pessoas vivas, de carne e osso.” (p. 23)

²⁸ Disponível no YouTube <<https://www.youtube.com/watch?v=AZKcl4-tcuo>> . Último acesso em 28 maio 2020.

Figura 10 - Montagem com as personas com as quais a deusa Mídia se manifestou na primeira temporada do seriado.



Fonte: Imagem publicada no Twitter do produtor Bryan Fuller²⁹, com o texto “As muitas faces da Mídia”. Último acesso em 28 maio 2020.

A televisão é o principal meio criticado pela nova deusa Mídia na primeira temporada do seriado, mas também há alusões a outros meios: algumas mais claras como utilizar as imagens de David Bowie (cantor e ator) ou de Marilyn Monroe (atriz de cinema e TV), e outras mais sutis como quando é mencionado o poder do rádio. Em um diálogo entre a Mídia e Technical Boy no episódio “*Lemon scented you*” [“Você com aroma de limão” em tradução livre; quinto episódio da primeira temporada], ela reprime seu colega, pedindo para ele pensar em sua “marca” e se desculpar por seu comportamento explosivo e por uma agressão inconsequente a Shadow Moon. Seguindo a conversa, o jovem deus responde intempestivamente que a situação é um “delírio coletivo” [tradução nossa] e ela retruca dizendo “eu sou tão antiga quanto os delírios coletivos. Eu estava lá quando os marcianos invadiram em 1938.” [tradução nossa] em clara menção à narração da adaptação da obra de ficção-científica “Guerra dos Mundos”, de H. G. Wells, no rádio por Orson Welles. Mesmo sendo avisado no início e nos intervalos da transmissão de que o conteúdo era ficcional, muitos ouvintes não souberam de todo o contexto, o que gerou enorme

²⁹ Disponível no Twitter do produtor Bryan Fuller <<https://twitter.com/BryanFuller/status/843968461197869056>>. Último acesso em 28 maio 2020.

pânico na população. Em artigo no *site* da History³⁰, Christopher Klein (2019) detalha o ocorrido:

O susto que Welles deu na América, entretanto, foi muito maior do que imaginou. Mesmo o programa tendo incluído um aviso no intervalo de que era uma dramatização, milhares de ouvintes ansiosos e confusos acreditaram que era realidade. Inundaram delegacias de polícia, jornais e a [emissora] CBS com ligações telefônicas. Em Nova Jérsei, marco zero da invasão ficcional, guardas nacionais procuraram informações sobre onde deveriam se alistar, e a delegacia de polícia de Trenton registrou 2000 ligações em menos de duas horas. (KLEIN, C., 2019, tradução nossa)

Figura 11 - Mídia apresentada como David Bowie durante conversa com Technical Boy.



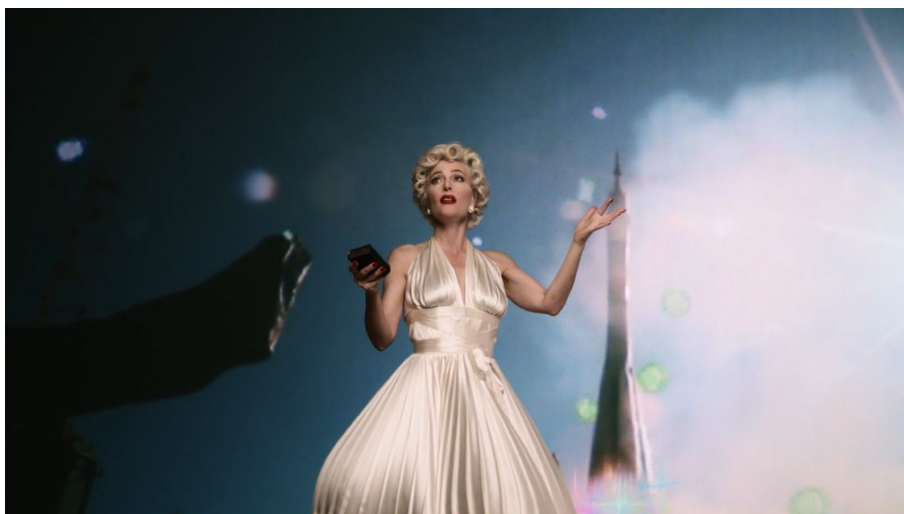
Fonte: quadro do episódio “Lemon scented you” (quinto episódio da primeira temporada), 2017. Disponível no Amazon Prime Video <<https://www.primevideo.com/detail/0G0W6BJZ788WKCTROOHJ2ZGC1T/>>. Último acesso em 22 maio 2020.

Mais adiante em “Lemon scented you”, Shadow e Wednesday estão aguardando serem interrogados em uma delegacia, enquanto Mídia surge caracterizada como Marilyn Monroe, com ela estão Mr. World e Technical Boy. O encontro é motivado, primariamente, para que Technical Boy peça desculpas a Shadow, porém os novos deuses aproveitam a oportunidade para oferecer uma “fusão” e um “upgrade” [melhoramento] a Wednesday, com direito a Mídia exibir uma

³⁰ Disponível [em inglês] no site da History <<https://www.history.com/news/inside-the-war-of-the-worlds-broadcast>>. Último acesso em 29 maio 2020.

projeção nas paredes com a imagem de um míssil, batizado de “*ODIN guidance satellite*” [“*Satélite de orientação ODIN*”, em tradução livre], a ser lançado na Coreia do Norte em nome dele. A oferta é recusada e, no final da cena, observamos a deusa Mídia repreender Technical Boy novamente: o jovem deus responde Mr. World de maneira petulante e usando termos de baixo calão para desdenhar do conceito de respeito, em seguida Mídia sopra um beijo que lhe quebra dois dentes. Por fim, Mr. World diz a Wednesday e Shadow que aquilo era um presente para os dois.

Figura 12 - Mídia, sob a forma de Marilyn Monroe, oferecendo uma “fusão” a Wednesday.



Fonte: quadro do episódio “*Lemon scented you*” (quinto episódio da primeira temporada), 2017. Disponível no Amazon Prime Video <<https://www.primevideo.com/detail/0G0W6BJZ788WKCTROOHJ2ZGC1T/>>. Último acesso em 22 maio 2020.

A última aparição da Mídia ocorre em “*Come to Jesus*” [“*Venha a Jesus*”, em tradução livre; oitavo e último episódio da primeira temporada], sob a forma de Hannah Brown. Neste capítulo, durante uma festividade de primavera, ela confronta Ostara a fim de conseguir informações sobre Wednesday e seus planos. Mídia mostra novamente seu lado sedutor e sua agressividade contida: tenta trazer Ostara para seu lado decretando: “somos a plataforma e o mecanismo de distribuição. Nós controlamos a história, nós controlamos os fluxos” [transcrição e tradução nossas]. Mesmo assim, tem sua oferta recusada, e procura atingir a antiga deusa dizendo

que ela só está viva por ter se relacionado à Páscoa cristã. O resultado é uma enorme demonstração de força por parte dos deuses antigos: Wednesday revela, de forma triunfante, ser Odin e faz um lindo dia de primavera se tornar um céu escuro e repleto de trovões; Ostara choca os novos deuses ao “roubar” a primavera e deixar o cenário com feições de paisagem de outono.

Figura 13 - Mídia, utilizando a imagem de Hannah Brown, e Ostara na festividade da primavera.



Fonte: quadro do episódio “Come to Jesus” (“Venha a Jesus”, em tradução livre; oitavo episódio da primeira temporada), 2017. Disponível no Amazon Prime Video <<https://www.primevideo.com/detail/0G0W6BJZ788WKCTROOHJ2ZGC1T/>>. Último acesso em 22 maio 2020.

A adaptação da personagem para o meio televisivo teve a mesma base da versão escrita, já que ela aparece “pessoalmente” em vários momentos e as alusões ao poder televisivo estão fortemente presentes, mas não podemos descartar as características novas. O meio audiovisual permitiu que pudéssemos ver de fato a deusa Mídia sendo personificada através da identidade de celebridades icônicas, e o modo como a história é contada no seriado conferiu uma maior mais profundidade a ela. Essa maior complexidade propiciou que fossem trabalhadas novas facetas da divindade e que, com isso, ela pudesse acompanhar mudanças nos dezesseis anos entre o lançamento do livro e do seriado.

5.3. Representação na segunda temporada da série

A segunda temporada de Deuses Americanos, lançada em 2019, foi marcada por diversas modificações, inclusive nos bastidores: a saída dos produtores Bryan Fuller e Michael Green foi um dos motivos que fez Gillian Anderson, atriz que interpretou a deusa Mídia na primeira temporada, deixar a série. A inevitável troca de atriz culminou numa troca de personagem: a deusa Mídia passa a ser chamada de Nova Mídia, interpretada por Kahyun Kim.

Na trama, após a demonstração de poder de Wednesday e Ostara, a deusa Mídia fica reclusa no começo da segunda temporada. No segundo episódio, *“The beguiling man”* [“O homem sedutor”, em tradução livre] há uma cena em que Technical Boy procura pela Mídia na Times Square e ela só se comunica por meio de imagens em *outdoors* luminosos e com voz que, aparentemente, só o novo deus consegue escutar. Na conversa, ela se mostra acuada, mas segue tecendo críticas mesmo assim, como quando mostra o texto que diz “A propaganda é a maior forma de arte do século XX” (em tradução livre), conforme veremos na imagem a seguir:

Figura 14 - Mídia se comunicando com Technical Boy por meio de um *outdoor* luminoso.



Fonte: quadro do episódio *“The beguiling man”* (“O homem sedutor”, em tradução livre; segundo episódio da segunda temporada), 2019. Disponível no Amazon Prime Video <<https://www.primevideo.com/detail/0PHY84FWJEEXQDIZID2FK89GTV/>>. Último acesso em 22 maio 2020.

O comentário da Mídia é rechaçado por Technical Boy, que diz que “o século XX é pré-histórico” [*transcrição e tradução nossas*], mas está de acordo com a volatilidade que era percebida por teóricos da época, a exemplo de Arbex (2001):

Os termos “cultura” e “arte” descrevem, cada vez mais, um certo circuito de consumo de obras-mercadoria em que as obras (forma e conteúdo) em si mesmas importam cada vez menos, já que esse circuito de consumo é extremamente volúvel: alimenta-se de um sem número de modismos propagados com a tremenda velocidade de reprodução permitida pelas novas tecnologias” (ARBEX, J., 2001, p. 85)

A cena termina com Technical Boy “dentro de si mesmo”, em um fundo branco, conversando com a Mídia - que aparece como uma espécie de fagulha ou embrião luminoso. Em sua fala, o jovem deus diz que a colega não pode se esconder dele e deve se recompor, pois Mr. World precisa dela.

Figura 15 - Technical Boy convencendo Mídia, vista como uma espécie de fagulha, a voltar a aparecer ativamente.



Fonte: quadro do episódio “The beguiling man” (“O homem sedutor”, em tradução livre; segundo episódio da segunda temporada), 2019. Disponível no Amazon Prime Video <<https://www.primevideo.com/detail/0PHY84FWJEEXQDIZID2FK89GTV/>>. Último acesso em 22 maio 2020.

A partir daí, a Mídia reaparece com alterações em sua aparência, nome e comportamento. Começemos pela mudança de nome: a Nova Mídia está muito mais

relacionada à *internet* e ao mundo digital. Em entrevista concedida ao *podcast World Book Club*³¹, de 2013, Neil Gaiman já dava sinais de que gostaria de “atualizar”, dentre outros aspectos do livro, a personagem Mídia. O autor diz que a obra escrita tem “ocasionalmente um ar muito 1999” para ele, e lembra que há o termo “*beeper*” em uma fala em que Wednesday descreve os novos deuses. Acerca da deusa Mídia, Gaiman aponta vontade de abranger a veneração que *smartphones* e computadores recebem:

Atualmente, acredito que iria definitivamente explorar o nível de adoração e atenção que damos às mídias sociais. A ideia de que, se uma espécie alienígena estivesse observando a humanidade neste momento, estariam nos vendo de cima e tentando descrever o que fazemos: o fato de todos termos essas lindas chapas parecidas com vidro às quais prestamos tanta atenção, como se estivéssemos espiando dentro de bolas de cristal, despendendo atenção que normalmente seriam dadas a deuses ou ao divino. (Trecho da fala de Neil Gaiman em entrevista no *podcast World Book Club*, 2013. Transcrição e tradução nossas)

A Mídia ressurge sob a forma de Nova Mídia no episódio “Muninn” [*terceiro da segunda temporada*], com feições bem diferentes das vistas anteriormente: a deusa madura, polida e contida dá lugar a uma jovem debochada, espontânea e, até mesmo, agressiva. Essa juventude e impulsividade pode ser lida como uma crítica à mídia atual, baseada na *internet* e redes sociais: um ambiente novo, instável e que ainda não está consolidado como os meios tradicionais. Outro ponto patente em sua transfiguração é o de a Nova Mídia mostrar sua verdadeira face em vez de utilizar traços de celebridades e personagens, o que permite inferir que é uma referência ao surgimento dos influenciadores digitais (os chamados *influencers*, no termo em inglês): pessoas que não necessariamente são celebridades conhecidas por um público mais amplo, como o caso de David Bowie ou Marilyn Monroe, por exemplo, mas que são tratadas como sumidades em seus nichos específicos, em especial nas redes sociais. Instantes após aparecer para Technical Boy e Mr. World, vemos a nova deusa utilizar *emojis* para emular cabelo e lábios de Marilyn Monroe, explicitando a diferença na apresentação entre nova e “velha” mídia - Technical Boy,

³¹ Disponível [*em inglês*] em: <<https://www.bbc.co.uk/programmes/p01fznhb>>. Último acesso em: 05 jun. 2020.

ao presenciar a cena, comenta “como que isso é um aprimoramento?” *[transcrição e tradução nossas]*.

Figura 16 - Mídia apresentada como Marilyn Monroe na primeira temporada.



Fonte: quadro do episódio “Lemon scented you” (quinto episódio da primeira temporada), 2017. Disponível no Amazon Prime Video <<https://www.primevideo.com/detail/0G0W6BJZ788WKCTROOHJ2ZGC1T/>>. Último acesso em 22 maio 2020.

Figura 17 - Nova Mídia, na segunda temporada, utilizando *emojis* para simular a imagem de Marilyn Monroe.



Fonte: quadro do episódio “Muninn” (terceiro episódio da segunda temporada), 2019. Disponível no Amazon Prime Video <<https://www.primevideo.com/detail/0PHY84FWJEEXQDIZID2FK89GTV/>>. Último acesso em 22 maio 2020.

Ela passa a agir mais proximamente de Technical Boy a partir de então, simbolizando a enorme interdependência entre mídia e tecnologia vista a partir dos anos 2000, e seguindo tendências apontadas por Holiday (2012) no comentário “a mídia, assim como qualquer grupo de animais, galopa em rebanho.” (HOLIDAY, R., 2012, pos. 503 na edição Kindle) e por Jenkins (2015): “Se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas.” (JENKINS, H., 2015, pos. 416). Empregar os dois jovens deuses para representar o consumo de conteúdos por meio de diferentes telas é outro feito primoroso do seriado que condiz com a realidade:

Uma pesquisa do Google revela que 90% de nossas interações com a mídia passaram a ser facilitadas por telas: de smartphone, tablet, laptop e televisão. As telas estão se tornando tão importantes em nossas vidas que passamos mais de quatro horas de nosso tempo diário de lazer usando várias telas de modo sequencial e simultâneo. E a internet tem sido a espinha dorsal dessas interações baseadas em telas.” (KOTLER, P., 2017, pos. 355 na edição Kindle)

Parte desta ligação com a tecnologia - em especial a *internet* - é demonstrada com a deusa jovem sendo concebida através de uma tela com diversos *emojis* flutuantes, traçando uma alusão às redes sociais e aplicativos de troca de mensagens.

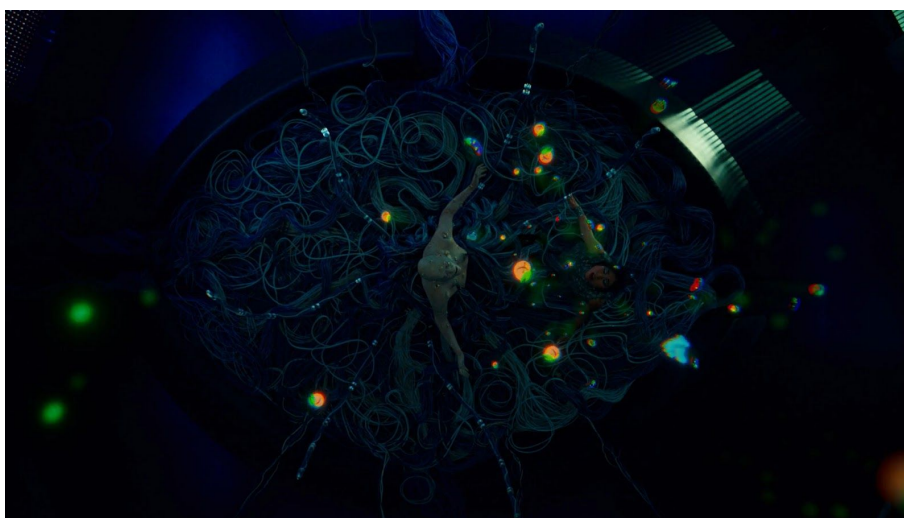
Figura 18 - Instante do nascimento da Nova Mídia, rodeada por *emojis*.



Fonte: quadro do episódio “Muninn” (terceiro episódio da segunda temporada), 2019. Disponível no Amazon Prime Video <<https://www.primevideo.com/detail/0PHY84FWJEEXQDIZID2FK89GTV/>>. Último acesso em 22 maio 2020.

Assim que nasce, Nova Mídia já recebe uma missão do líder Mr. World: a de ir, em companhia de Technical Boy, visitar o deus Argus - que, no seriado e no mito grego, representa a vigilância; vale ressaltar que Argus não está presente no livro Deuses Americanos. O ápice desta passagem ocorre quando é mostrada a conjunção quase carnal entre Argus e Nova Mídia, com diversos *emojis* ascendendo pela tela. A cena termina com Laura Moon matando Argus e Nova Mídia e Technical Boy fugindo, mas não deixa de servir como metáfora para o enorme alcance da mídia e a já citada frágil privacidade (ver seção 4.2) que temos na internet atualmente.

Figura 19 - O enlace repleto de *emojis* entre Nova Mídia e Argus, deus da vigilância.



Fonte: quadro do episódio “Muninn” (terceiro episódio da segunda temporada), 2019. Disponível no Amazon Prime Video <<https://www.primevideo.com/detail/0PHY84FWJEEXQDIZID2FK89GTV/>>. Último acesso em 22 maio 2020.

A manipulação da mídia, na segunda temporada, é mais ostensiva, assim como a Nova Mídia. Presenciamos este aspecto nitidamente no oitavo e último episódio da segunda temporada, “Moon Shadow” [que pode ser tanto um trocadilho

com o nome do protagonista, *Shadow Moon*, quanto “*Sombra lunar*”, em tradução livre], quando a jovem deusa utiliza seu poder para incriminar injustamente Shadow, Wednesday e Salim, um humano aliado dos deuses antigos. Esse trecho mostra também a ligação que os diversos meios de comunicação apresentam atualmente e o ainda presente poder da televisão, já que o próprio Salim passa a duvidar do ocorrido - mesmo tendo estado com Shadow e Wednesday e sabendo que as acusações mostradas na TV eram falsas.

Figura 20 - Nova Mídia incriminando Shadow Moon e Mr. Wednesday.



Fonte: quadro do episódio “*Moon Shadow*” (oitavo episódio da segunda temporada), 2019. Disponível no Amazon Prime Video <<https://www.primevideo.com/detail/0PHY84FWJEEXQDIZID2FK89GTV/>>. Último acesso em 22 maio 2020.

A nova deusa é jovem, mas emprega um método antigo: o de colocar a opinião pública contra alvos selecionados. Chomsky (2013) cita a ocorrência de procedimento parecido em uma greve no ano de 1937: “O plano era imaginar formas de colocar a população contra os grevistas, apresentando-os como desordeiros, nocivos à população e contrários ao interesse geral.” (CHOMSKY, N., 2013, pos. 137 na edição Kindle)

As táticas ofensivas mais acintosas da Nova Mídia condizem com o desejo de Mr. World de dominar pelo medo, que também é um stratagema antigo aplicado em um contexto atual. Na cena de abertura do episódio “*Moon Shadow*” vemos uma

família ouvindo no rádio a narração de “Guerra dos Mundos” por Orson Welles e entrando em pânico. No decorrer da cena, Mr. World profere - para o telespectador, não para a família que escutava a transmissão de rádio - um discurso sobre como o medo, segundo ele, é importante e incisivo:

As pessoas gostam da ideia de que o amor faz o mundo girar. Ele não faz. Você não tranca suas portas à noite porque ama vosso vizinho, você passa travas de aço reforçado porque teme vosso vizinho. Medo é ordem. Medo é controle. Medo é segurança. Medo é ficção” (fala de Mr. World no episódio “Moon Shadow”, 2019. Transcrição e tradução nossas)

A mensagem do líder dos novos deuses se assemelha bastante com uma estratégia, citada por Chomsky (2013), de como “guiar” a população, ou, como nas palavras dele: “O rebanho desorientado representa um problema. Temos de impedir que saia por aí urrando e pisoteando tudo.” (CHOMSKY, N., 2013, pos. 168 na edição Kindle). O autor prossegue detalhando como funciona esse recurso de controle em que se tenta impedir o pensamento crítico através do medo:

Você tem de mantê-lo bem assustado, porque, a menos que esteja suficientemente assustado e amedrontado com todo tipo de demônio interno, externo ou sabe-se lá de onde que virá destruí-lo, ele pode começar a pensar, o que é muito perigoso, porque ele não é preparado para pensar. Portanto, é importante distraí-lo e marginalizá-lo.” (CHOMSKY, N., 2013, pos. 170 na edição Kindle; grifos nossos)

Percebemos que, na segunda temporada, Nova Mídia se torna, de fato, uma nova personagem. Há, sim, semelhanças com a Mídia do livro e da primeira temporada, sua relevância e incumbência no grupo dos novos deuses seguem firmes; entretanto, ela não possui mais a maturidade de antes, é imatura, frenética e impulsiva, como a própria *internet*. A polidez dá lugar a ao ímpeto, sua feição pode ser jovem, mas é inegável seu potencial destrutivo.

6. Conclusão

A mídia e os meios de comunicação de fato passaram por enormes transformações nas últimas três décadas. O alcance da internet e de dispositivos eletrônicos aumentou vertiginosamente e abalou o paradigma vigente: a televisão não reinava mais sozinha, agora vemos o mundo por muitas telas.

Em “Deuses Americanos”, o autor Neil Gaiman conseguiu captar muito bem a essência do cenário midiático em dois determinados momentos: em 2001, quando publicou a história em forma de romance e em 2017, quando a adaptou para o meio audiovisual. Em ambas versões da história é notável a metacrítica à mídia, retratada como deusa Mídia, adorada e venerada, encantadora e manipuladora.

No livro, estão presentes características da mídia do final da década de 1990: a deusa Mídia é venerada por uma tela de TV, é marcada por sua polidez, poder de sedução e manipulação. Mesmo não tendo tanto destaque no romance - acompanhamos o desenrolar da trama majoritariamente pela perspectiva do protagonista Shadow Moon-, a deusa Mídia ainda representa uma boa crítica à mídia da época.

No seriado, a personagem tem uma fase diferente em cada temporada. Na primeira, vemos uma deusa Mídia madura, polida e que nunca mostra sua real face, parecida com a do livro, mas a dinâmica e os recursos do meio audiovisual somados à mudança do foco narrativo - no seriado, a história é contada por diversos pontos de vista - conferiram maior profundidade à personagem e permitiram que ela fosse “atualizada” para o ano de 2017. Além das características que apresentava no livro, a influência da internet e de dispositivos eletrônicos é mencionada, mas o principal diferencial em relação à versão escrita é o de mostrar escancaradamente - e de maneira muito bem executada - o poder do culto à personagens e celebridades. Na segunda temporada, a personagem muda completamente, a deusa Mídia passa a ser chamada de Nova Mídia, que é representada por uma jovem impulsiva e desbocada, que deixa as imagens de famosos de lado e passa a se comunicar “de cara limpa” - com eventuais *emojis*, vale ressaltar.

Verificamos a riqueza da construção e da renovação da personagem: são abordados os aspectos técnicos dos diferentes meios e épocas (as falas com entonação artificial aludem aos telejornalistas e seus *teleprompters*, as celebridades

aludem à TV e seus ídolos, os *emojis* aludem às redes sociais etc) e todo seu poder. As críticas e comparações à mídia de fato estão bem presentes e de acordo com os fundamentos teóricos: seu poder de manipulação e distorção de fatos são parte do aspecto negativo da mídia no mundo real, e foram incorporados ao lado vilão da personagem.

A importância maior deste trabalho foi a de constatar que é, sim, possível extrair conhecimento crítico e teórico de uma obra de cultura *pop*, de fantasia e ficção. A mensagem de que a mídia, quando aliada à interesses mal intencionados, pode ser vista como uma vilã destrutiva, é um dos motes de Deuses Americanos e uma das verdades de nosso mundo.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES. **Relatório de acompanhamento do setor de telecomunicações**. Brasília, 2018. Disponível em: https://www.anatel.gov.br/institucional/index.php?option=com_anexarlink&hash=415ecc55f33f3b0277433ec78527a093&name=Relat%C3%B3rio%20de%20Servi%C3%A7o%20de%20Comunica%C3%A7%C3%A3o%20Multim%C3%ADia.pdf. Último acesso em: 28 maio 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO POR ASSINATURA. **Histórico**. Disponível em: <http://www.abta.org.br/historico.asp>. Último acesso em: 28 maio 2020.

AMERICAN Gods. Produção de: Bryan Fuller, Michael Green, Neil Gaiman, David Slade, Stefanie Berk, Craig Cegielski, Adam Kane, Christopher J. Byrne, Scott Hornbacher, Ian McShane, Padraic McKinley, Jesse Alexander. Toronto (Canadá) e Oklahoma (Estados Unidos): Living Dead Guy, J.A. Green Construction Corp., The Blank Corporation, Fremantle USA, Starz Originals. 2017 e 2019. 16 vídeos (50-63 min). Disponível em: <https://www.primevideo.com/detail/0G0W6BJZ788WKCTROOHJ2ZGC1T/>. Último acesso em: 28 maio 2020.

ARBEX, José. **O poder da TV**. 1ª ed. São Paulo: Scipione, 2001.

BBC WORLD SERVICE: World Book Club - Neil Gaiman. Entrevistador: Harriett Gilbert. Entrevistado: Neil Gaiman. Londres, BBC, 08 set. 2013. Podcast. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/programmes/p01fznhb>. Último acesso em: 05 jun. 2020.

BENTLEY, Jean. Gillian Anderson Confirms She's Exiting Fox's 'The X-Files,' Starz's 'American Gods'. **The Hollywood Reporter**, Los Angeles, 10 jan. 2018. Disponível em:

<https://www.hollywoodreporter.com/live-feed/gillian-anderson-confirms-x-files-exit-1073547>. Último acesso em: 04 jun. 2020.

COMPUTER HISTORY MUSEUM. **Timeline of Computer History**. Disponível em: <https://www.computerhistory.org/timeline/1998/#169ebbe2ad45559efbc6eb35720b6348>. Último acesso em: 26 maio 2020.

CHOMSKY, Noam. **Mídia: propaganda política e manipulação**. 1ª ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2013. *[versão digital Kindle]*

DEL BIANCO, Nélia. **Tendências da Programação Radiofônica nos Anos 90 sob o Impacto das Inovações Tecnológicas**. In: Rádio no Brasil: Tendências e Perspectivas. Rio de Janeiro, EDUERJ; Brasília-DF, UnB, 1999.

FINGER, Cristiane. Crossmedia e Transmedia: desafios do telejornalismo na era da convergência digital. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 121-132, jul./dez. 2012.

FULLER, Bryan. **THE MANY FACES OF MEDIA**. Los Angeles, 20 mar. 2017. Twitter: @BryanFuller. Disponível em: <https://twitter.com/BryanFuller/status/843968461197869056>. Último acesso em: 28 maio 2020.

GAIMAN, Neil. **No, Gillian Anderson is Media. New Media is another character**. [S.l.], 04 jun. 2018. @neilhimsel. Disponível em: <https://twitter.com/neilhimsel/status/1003793164417708032>. Último acesso em: 04 jun. 2020.

GAIMAN, Neil. **American Gods**. 1ª ed. Londres: Headline Publishing Group, 2012. *[versão digital Kindle]*

GANIKO, Priscila. Amazon libera ranking com as séries mais assistidas de 2017 no Prime Video. **Jovem Nerd**, [S.l.], 09 jan. 2018. Disponível em: <https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/amazon-libera-ranking-com-as-series-mais-assistidas-de-2017-no-prime-video/>. Último acesso em: 27 maio 2020.

GOULART, Alexander. Contextos e programação dos últimos 30 anos de TV no Brasil – Parte 8. **Observatório de Imprensa**, [S.l.], 2011. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/contextos-e-programacao-dos-ultimos-30-anos-de-tv-no-brasil-parte-8/>. Último acesso em: 28 maio 2020.

HOLIDAY, Ryan. **Acredite, estou mentindo: confissões de um manipulador de mídia**. 1ª ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2012. *[versão digital Kindle]*

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua (PNAD Contínua)**. [S.l.], 2017. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101631_informativo.pdf. Último acesso em: 23 maio 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua (PNAD Contínua)**. [S.l.], 2018. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101705_informativo.pdf. Último acesso em: 23 maio 2020.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2015. *[versão digital Kindle]*

KLEIN, Christopher. How 'The War of the Worlds' Radio Broadcast Created a National Panic: Orson Welles' radio drama is the most famous broadcast in radio history. **History**, 2013 (publicação original) e 2019 (atualização). Disponível em: <https://www.history.com/news/inside-the-war-of-the-worlds-broadcast>. Último acesso em: 28 maio 2020.

KOTLER, Philip. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. 1ª ed. Rio de Janeiro: GMT Editores, 2017. *[versão digital Kindle]*

KUSUMOTO, Meire. Os 20 livros de ficção mais vendidos de 2018. Quantos você leu?. **Veja**, [S.l.], 28 dez. 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/entretenimento/os-20-livros-de-ficcao-mais-vendidos-de-2018-quantos-voce-leu/>. Último acesso em: 26 maio 2020.

MCLUHAN, Marshall. **Understanding media: the extensions of man**. 1ª ed. Massachusetts: The MIT Press, 1994.

NAÇÕES UNIDAS. **Em 15 anos, número de usuários de internet passou de 400 milhões para 3,2 bilhões, revela ONU**. [S.l.], 2015. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/em-15-anos-numero-de-usuarios-de-internet-passou-de-400-milhoes-para-32-bilhoes-revela-onu/>. Último acesso em: 25 maio 2020.

NEIL GAIMAN. **American Gods**. Disponível em: <https://www.neilgaiman.com/works/Books/American+Gods/>. Último acesso em: 12 maio 2020.

NEIL GAIMAN. **Biography**. Disponível em: https://www.neilgaiman.com/About_Neil/Biography. Último acesso em: 12 maio 2020.

OMG AMERICAN GODS. [Site institucional]. Disponível em: <http://omgamericangods.com/#introduction>. Último acesso em: 12 maio 2020.

OPEN UNIVERSITY. **A brief history of communication: hieroglyphics to emojis.**

1ª ed. Londres: [S.n.], 2018. *[versão digital Kindle]*

ROWNEY, Jo-Anne. American Gods episode 6: Illegal immigrant Jesus feels like show sticking its finger up at Trump. **Mirror**, [S.l.], 05 jun. 2017. Disponível em:

<https://www.mirror.co.uk/tv/tv-news/american-gods-episode-6-illegal-10552716>.

Último acesso em: 14 maio 2020.

THE NEIL GAIMAN VISUAL BIBLIOGRAPHY. [Site institucional]. Disponível em:

<https://www.neilgaimanbibliography.com/>. Último acesso em: 12 maio 2020.