

**LABORE**  
Laboratório de Estudos Contemporâneos  
**POLÊMICA**  
Revista Eletrônica

---

## O CASO “BIBI PERIGOSA”: UMA ANÁLISE DAS MICROCELEBRIDADES E DO TELEJORNALISMO APÓCRIFO <sup>1</sup>

**ANA PAULA GOULART DE ANDRADE**

*Mestranda do Curso de Comunicação Social PUC/RIO, Jornalista, Pesquisadora, Professora do Ensino Superior na Habilitação em Jornalismo do Curso do Ibmecc (Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais) e da UNESA - Curso de Comunicação Social da Universidade Estácio de Sá. Integrante da Rede Nacional de Pesquisa em Telejornalismo da Associação Brasileira de Pesquisa em Jornalismo (SBPJOR). Editora de texto da Rede Record Rio, Especialista em Telejornalismo UNESA (2006), graduada em Comunicação Social - Jornalismo UNESA (2004). Atualmente pesquisa o uso de imagens de Câmeras de Vigilância e Vídeos Amadores na Construção da Narrativa Telejornalística.*

**VANESSA FIGUEIREDO**

*Mestre pelo Programa de Pós Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ) com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Atua no campo de pesquisa, gerenciamento e produção de conteúdo para mídias sociais. Bacharel em Produção Cultural pela Universidade Federal Fluminense (UFF) em 2007. Integrou o grupo de pesquisa em Políticas Culturais do CNPq, coordenado pelo Professor Dr. José Maurício Saldanha Alvarez nos anos de 2006 e 2007. Atualmente desenvolve pesquisa sobre interações em ambientes digitais e a visibilidade adquirida por meio dessas performances.*

**Resumo:** Esse trabalho se inclina a investigar a questão do agendamento intermídia e destacar o conceito de microcelebridades, a partir do que se propõe por telejornalismo apócrifo. Cada vez mais, o compartilhamento de imagens na internet tem se tornado matéria-prima para os telejornais que aproveitam esse conteúdo como forma de garantir a audiência, através de algo que já foi visto na rede. Essa pesquisa aponta, portanto, para novos aspectos da comunicação jornalística, diante da popularização dos dispositivos digitais e, essencialmente, do fazer jornalístico no contexto da cultura contemporânea.

**Palavras-chave:** Telejornalismo apócrifo; microcelebridades; agendamento intermídia.

### “BIBI PERIGOSA”: AN ANALYSIS OF MICROCELEBRITIES AND OF APOCRYPHAL TELEVISION NEWS BULLETIN

**Abstract:** This paper purposes to investigate the intermedia agenda-setting through the microcelebrities concept, under the idea of apocryphal television news bulletin. Increasingly, the television news bulletins use audiovisual contents shared on internet basis to increase their audiences, since these contents were previously seen on the web. Therefore, this research aims at the new aspects of the journalistic communication toward popularization of digital gadgets and of, mainly, the newsmaking process in contemporary culture.

**Keywords:** apocryphal television news bulletin, microcelebrities, intermedia agenda-setting.

O presente artigo se volta para a questão do agendamento dos acontecimentos, pontuados pelas imagens oriundas da internet por meio do conceito de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação em Fortaleza - 2012.



**LABORE**  
Laboratório de Estudos Contemporâneos  
**POLÊMICA**  
Revista Eletrônica

---

microcelebridades, através do telejornalismo apócrifo (ver ANDRADE, 2010 e ANDRADE & AZEVEDO, 2010), que sedimenta-se a partir das novas tecnologias e contribui, portanto, para a construção de novos modos de interpretação. Tal fenômeno pode ser entendido como aquele que se origina (ou flerta) no exterior dos cânones tradicionais do fazer jornalístico.

Essa pesquisa se sustenta com os conceitos de microcelebridades de Adriana Braga (2008), cultura da convergência de Henry Jenkins (2006), agendamento intermídia de McCombs (2009), além da tecnologia emergente de Neil Postman (1993). Diante disso, o intuito é debruçar sobre o tema e elencar, assim, elementos constituintes necessários para a elaboração da proposição em questão.

O agendamento feito a partir do material produzido e disponibilizado na web por pessoas comuns foi abordado por McCombs, que o denomina por “agendamento intermídia” (2009, p. 12). Segundo McCombs, o agendamento intermídia se fundamenta pela construção de uma agenda da mídia com base não só na agenda pública, mas tomando por referência outros veículos, dentre os quais blogs e websites (idem).

(...) as interações e influências de vários meios de massa uns sobre os outros [caracterizam] um fenômeno chamado agendamento intermídia. Em certo sentido, essas interações reforçam e validam as normas sociais e as tradições do jornalismo (McCOMBS, 2009, p.11) <sup>2</sup>.

Como sites de redes sociais, com seus/suas milhares de usuários/as cadastrados, disponibilizam conteúdos com uma velocidade de atualização relativamente maior que as redações de telejornais, aqueles constituiriam uma boa referência para a construção de notícias. Os conteúdos se encontram quase prontos, precisando, na maioria dos casos, receber um enfoque condizente com as políticas das organizações jornalísticas.

---

<sup>2</sup> Tradução livre das autoras.



**LABORE**  
Laboratório de Estudos Contemporâneos  
**POLÊMICA**  
Revista Eletrônica

---

Ao se voltar para a web, o telejornalismo tenta renovar os seus critérios de produção, para se manter relevante. O que observamos é a apropriação de um material produzido para uma plataforma, por meio de técnicas similares, bem como o uso de elementos interativos fundamentados na web. É possível relacionar isto a uma característica das “tecnologias velhas” para evitar a obsolescência e se manterem atualizadas, incorporando-se à tecnologia emergente (POSTMAN, 1993, pp.114-115). Por outro lado, notamos a busca por esse tipo de material como uma estratégia para competir, em termos de audiência, com a web. A competição é delineada a partir do momento em que telejornais buscam destacar conteúdos que se encontram, de certa forma, popularizados nos circuitos da web (sites de redes sociais, comentários em fóruns e comunidades, blogs, por exemplo). Ao fazer menções, os noticiários estariam, em tese, tentando levar o público constituído em torno desses conteúdos compartilhados por determinadas pessoas a assistirem seus programas.

As novas tecnologias da informação e da comunicação apresentaram possibilidades para que pessoas comuns expressassem suas ideias e compartilhassem informações consideradas relevantes por elas. Ferramentas web, como sites de redes sociais, aliadas ao acesso à internet por meio de dispositivos móveis (*smartphones*, *notebooks*, *tablets*, etc.), estimularam o surgimento de pessoas cujo sucesso foi originado por meio desses suportes. Essas pessoas conseguem obter destaque, tanto pela forma quanto pelo conteúdo compartilhado. Desta maneira, estabelecem uma atuação voltada, na maioria dos casos, exclusivamente para o espaço da web.

Diante da prática de postagens de conteúdos na internet, esses indivíduos ganham status de microcelebridades, segundo definição proposta por Adriana Braga (2008):

(...) pessoas que se notabilizaram por alcançar um valor simbólico significativo a partir de sua *performance* nos ambientes digitais (...) Trata-se de processos midiáticos altamente seletivos em termos de audiência, na medida em que esses ambientes de mídia conquistam um público específico correspondente à temática tratada. O prefixo 'micro'



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

[laboreuerj@yahoo.com.br](mailto:laboreuerj@yahoo.com.br)

[www.polemica.uerj.br](http://www.polemica.uerj.br)

Polêm!ca, v. 12, n.2 , abril/junho de 2013

**LABORE**  
Laboratório de Estudos Contemporâneos  
**POLÊMICA**  
Revista Eletrônica

---

se refere à produção de fenômenos midiáticos análogos àqueles observados nos Meios de Comunicação de Massa, nos quais o/a personagem se celebra no seu ambiente, entretanto, em pequena escala. Esses processos operam como elemento importante na formação do circuito-blogue (...) na medida em que estabelecem uma hierarquização simbólica, tácita, entre blogs e seus/suas autores/as, decisiva na configuração desta dinâmica comunicacional e na consolidação de legitimidade de seus conteúdos (BRAGA, 2008, p. 280).

As microcelebridades se aproveitam das ferramentas da web e dispõem seus conteúdos de forma tal que permita a seus/suas seguidores/as acompanharem as suas produções mais recentes. Como apontou Braga (2008, p. 156), as microcelebridades demarcam um percurso no qual suas informações circularão integrando, portanto, várias ferramentas da web como, por exemplo, sites de redes sociais. Essa integração será feita, dentre outras formas, com a publicação de *links*, postagem de fotografias e vídeos, e recomendações de leitura – geralmente para seus próprios blogs.

Esses recursos, com os quais a microcelebridade direciona seu público para múltiplos conteúdos, determina o circuito no qual se estabelece a área de atuação daquele indivíduo. Essa área de atuação será composta pela área de comentário do seu blog, sua página pessoal no Twitter e/ou Facebook, seu canal de vídeos no YouTube, o seu e-mail de contato, dentre outras coisas. A interligação desses mecanismos é denominada complementaridade das mídias (BRAGA, 2008, p.279). A função da complementaridade das mídias é a de tornar acessível e “complementar a comunicação entre os/as participantes” (idem). A dinâmica de trocas de conteúdos e do contato entre participantes do “circuito-blogue” (BRAGA, 2008, p.278) e entre estes/as e a microcelebridade, em alguns casos, pode se mostrar intensa. Tal intensidade não é determinada exclusivamente pela quantidade de elementos interacionais, como comentários, mas também pela repercussão que os conteúdos postados por uma microcelebridade geram para além da web.



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

[laboreuerj@yahoo.com.br](mailto:laboreuerj@yahoo.com.br)

[www.polemica.uerj.br](http://www.polemica.uerj.br)

Polêm!ca, v. 12, n.2 , abril/junho de 2013

**LABORE**  
Laboratório de Estudos Contemporâneos  
**POLÊMICA**  
Revista Eletrônica

---

A condição de microcelebridade é determinada, portanto, pela fama construída a partir de ferramentas web, assim como pela atenção obtida a partir da postagem de informações por meio dessas ferramentas.

A visibilidade dedicada aos conteúdos produzidos por microcelebridades é amplificada no instante que o interesse de telejornais, por exemplo, é despertado. Por trás de comentários, avaliações e do “prestígio” de microcelebridades na web, existe um público em potencial, capaz de acompanhá-lo/la aonde ele/ela for. Por outro lado, ao ter um vídeo incluído em um programa telejornalístico, a microcelebridade recebe o destaque de um meio de massa.

Para demonstrar o processo de apropriação da TV do conteúdo da web, foram analisadas imagens de um blog da Fabiana Escobar, conhecida como Bibi Perigosa, esposa de Saulo de Sá Silva, ex “Barão do Pó” da Rocinha, atualmente preso em Bangu I. As imagens produzidas por ela foram utilizadas por diversos veículos telejornalísticos para compor matérias sobre a prisão de Saulo em 2008. Com base no material, analisaremos a diferenciação no enquadramento e na abordagem dados em um primeiro momento por Bibi Perigosa e depois no vídeo veiculado pela Rede Record, incorporando o conceito de telejornalismo apócrifo.

Antes da prisão de Saulo, Bibi Perigosa compartilhava imagens que retratavam a sua vida, mostrando a riqueza proporcionada pela posição ocupada por seu marido na favela da Rocinha. As fotos e os vídeos exibiam viagens, presentes, artigos e bens de luxo, revelando a vida confortável que levava, bem como os lugares que ambos frequentavam. A publicação dessas informações acabou por denunciar o paradeiro de Saulo e fazer de Bibi uma microcelebridade, com direito a blog e páginas pessoais em sites de redes sociais, como o Twitter e o YouTube, e a um público que acompanha as suas produções.

Bibi Perigosa possui uma notável popularidade na web. Sua página pessoal no Twitter <@bibiperigosa> conta com 1.055 seguidores, um número considerável para uma pessoa que não possui ligação alguma com meios de comunicação de massa. Seu



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

[laboreuerj@yahoo.com.br](mailto:laboreuerj@yahoo.com.br)

[www.polemica.uerj.br](http://www.polemica.uerj.br)

Polêm!ca, v. 12, n.2 , abril/junho de 2013

**LABORE**  
Laboratório de Estudos Contemporâneos  
**POLÊMICA**  
Revista Eletrônica

blog <<http://www.bibi-perigosa.blogspot.com.br>> possui mais de 86 mil visitas e o conteúdo publicado conta relatos sobre os momentos anteriores à prisão de Saulo, bem como revelam a atual situação de Bibi. Em seu Twitter e em sua página no YouTube, Bibi Perigosa compartilha fotos e vídeos sensuais. Em uma tentativa de se manter relevante como microcelebridade, Bibi apela para revelações e para a exibição de seu corpo.

O vídeo analisado referencia o conteúdo original publicado por Bibi Perigosa, mas a forma pela qual ele é tratado no meio televisivo, o torna diferente. A diferença essencial é no objetivo do conteúdo. Se para Bibi era legítimo o seu poder e de seu marido na Rocinha, para os noticiários era o de complementar uma denúncia e mostrar a riqueza por meios ilícitos. É exatamente nesse ponto que pretendemos tocar, pois os enquadramentos tornam o conteúdo novo e legitimam a apropriação pelos meios televisivos. Uma vez que esse conteúdo é editado e reenquadrado, o objetivo se torna telejornalístico e, portanto, o de noticiar um fato.

Com bastante frequência, telejornais têm usado como referência materiais audiovisuais disponibilizados originalmente na web. Tal fenômeno caracteriza a possibilidade de um mesmo conteúdo ser usado em suportes midiáticos distintos. Jenkins (2006) definiu essa fluidez de conteúdo entre mídias como cultura da convergência.

(...) A [cultura da] convergência não depende de qualquer mecanismo de distribuição. Em vez disso, a [cultura da] convergência representa uma mudança paradigmática – um movimento de uma produção voltada para um único meio para o conteúdo que flui através de múltiplos canais midiáticos, para a crescente interdependência dos sistemas de comunicação, e para relações ainda mais complexas de cima para baixo das corporações midiáticas e de baixo para cima da cultura participativa (JENKINS, 2006, p. 243) <sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Tradução livre das autoras.



**LABORE**  
Laboratório de Estudos Contemporâneos  
**POLÊMICA**  
Revista Eletrônica

---

Diante do cenário atual, as produções não poderiam ser exclusivas de um único meio ou, ainda, serem pensadas para permanecer somente em um suporte. Neste sentido, o telejornalismo busca se alimentar dos conteúdos dispostos na web, em uma tentativa de se aproximar de suas audiências. Por outro lado, as vozes independentes, muitas vezes sob a figura da microcelebridade, tornam-se fundamentais na renegociação do relacionamento entre telejornal e audiência.

Esse relacionamento, como Jenkins (2006, p.243) pontua, tem sido construído com base na “abertura” dada aos conteúdos produzidos por pessoas comuns nos espaços midiáticos de massa. A renegociação atua no momento em que telejornais fundamentam o seu agendamento em materiais audiovisuais produzidos por pessoas comuns, concedendo, de certa maneira, um destaque em suas produções. Busca-se, portanto, estabelecer formas de manter o público atento ao telejornalismo. Uma dessas formas é o uso de conteúdos audiovisuais produzidos por pessoas comuns, sem ligação alguma com organizações jornalísticas.

Assim, o telejornalismo apócrifo, transforma-se em mais um elemento de inspiração para se investigar os desafios impostos à atividade jornalística no mundo contemporâneo, dada à circulação excessiva e flutuante de informações num cenário digital que obriga o jornalista a repensar o seu papel e a sua forma de atuação no processo produtivo, sobretudo, nos telejornais.

Por fim, as imagens apócrifas já fazem parte da realidade construída pelo imaginário do público espectador, que deposita inúmeros conteúdos em sites de compartilhamento de vídeos da internet. Essa prerrogativa é o que viabiliza as imagens apócrifas serem acionadas pelos telejornais como objetos naturais de composição de narrativas a serem veiculadas.

**Referências bibliográficas:**



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

[laboreuerj@yahoo.com.br](mailto:laboreuerj@yahoo.com.br)

[www.polemica.uerj.br](http://www.polemica.uerj.br)

Polêm!ca, v. 12, n.2 , abril/junho de 2013

**LABORE**  
Laboratório de Estudos Contemporâneos  
**POLÊMICA**  
Revista Eletrônica

---

ANDRADE, Ana Paula Goulart de & AZEVEDO, Sandro Tôres. **Imagens cedidas e a narrativa jornalística na TV: o telejornalismo apócrifo e a dupla performance.** In: *Anais do VIII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. São Luís: CD-Rom, 2010.

McCOMBS, Maxwell & REYNOLDS, Amy. **How the News shapes our civic agenda.** In: BRYANT, J., OLIVER, M. B. **Media Effects: Advances in Theory and Research.** New York: Routledge, 2009.

BRAGA, Adriana. **Personas Materno-Eletrônicas: Feminilidade e Interação no Blog Mothern.** Porto Alegre: Sulina, 2008.

JENKINS, Henry. **Convergence Culture: Where old and new media collide.** New York: New York University Press, 2006.

POSTMAN, Neil. **Technopoly: The Surrender of Culture to Technology.** New York: Vintage Books, 1993.

SIMMEL, G. **A metrópole e a vida mental.** In: VELHO, G. O. (org.). **O fenômeno urbano.** 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.

WOLF, Mauro. **O newsmaking: critérios de importância.** In: **Teorias da comunicação.** Lisboa: Presença, 2003.

**Recebido em:** 08/10/2012

**Aceito em:** 08/03/2013



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

[laboreuerj@yahoo.com.br](mailto:laboreuerj@yahoo.com.br)

[www.polemica.uerj.br](http://www.polemica.uerj.br)

Polêmica, v. 12, n.2 , abril/junho de 2013