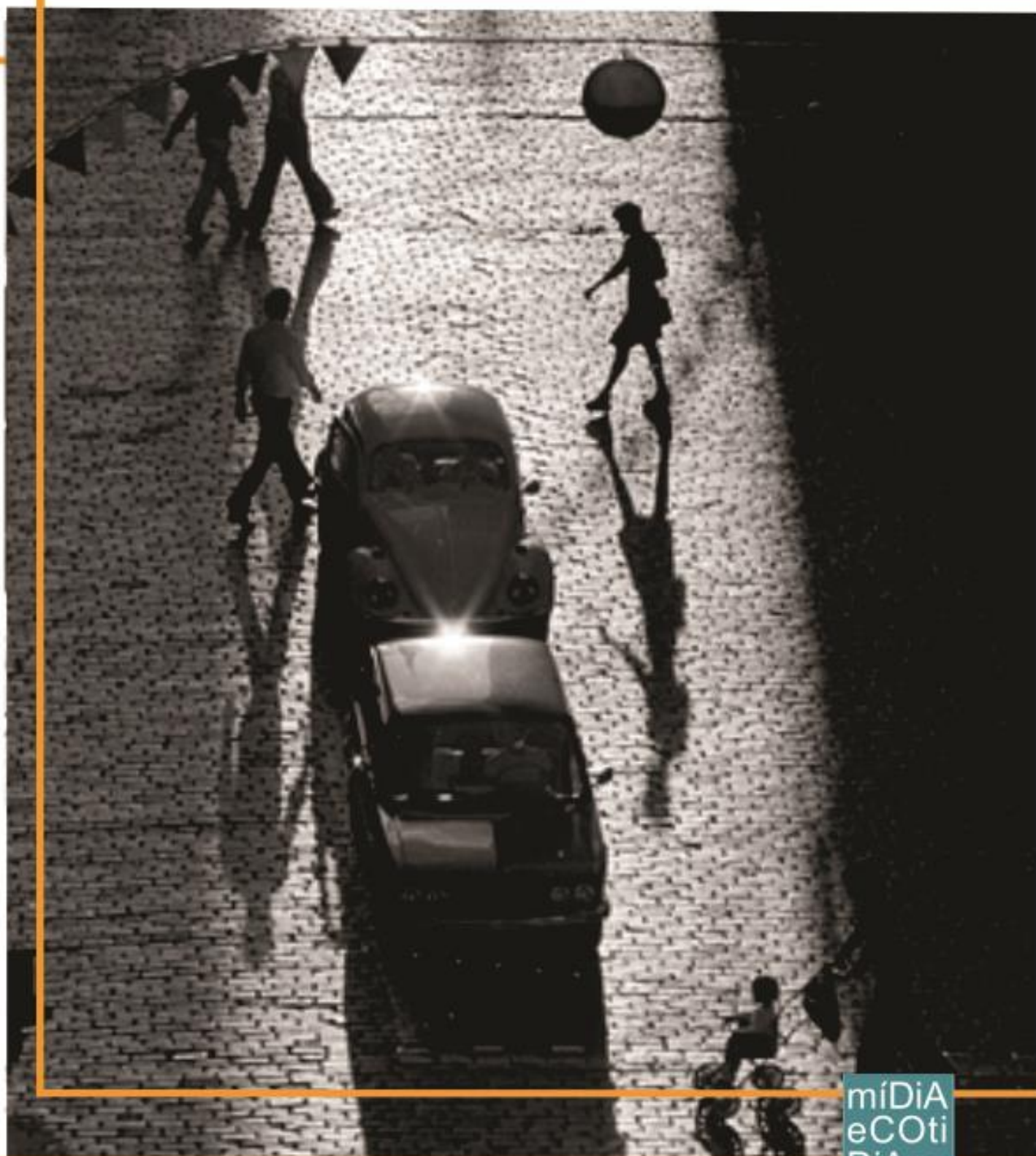


Revista mídia e cotidiano

Mídia e (neo) conservadorismo: aspectos teóricos, dilemas éticos e questões práticas



míDiA
eCOTi
DiAno

Volume 14 | número 3 | Setembro-Dezembro de 2020
ISSN 2178-602X

uff

PPGMC
PPGMC

Revista Mídia e Cotidiano

ISSN: 2178-602X

Universidade Federal Fluminense

Revista do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano

Revista Mídia e Cotidiano, Niterói-RJ, v. 14, n. 3, set./dez. 2020.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Volume 14, Número 3, set./dez. de 2020

Expediente

Equipe Editorial

EDITORAS

- Denise TAVARES, Universidade Federal Fluminense – UFF, Brasil
- Isabella REGA, Bournemouth University, Reino Unido
- Renata TOMAZ, Universidade Federal Fluminense – UFF, Brasil

EDITORES DA SEÇÃO TEMÁTICA

- Larissa MORAIS, Universidade Federal Fluminense – UFF, Brasil
- Carlos Alberto ZANOTTI, Pontifícia Universidade Católica – PUC-Campinas, Brasil

EDITORES ASSISTENTES

- Davi REBOUÇAS – Universidade Federal Fluminense – UFF, Brasil
- Diego de Souza COTTA – Universidade Federal Fluminense – UFF, Brasil
- Pedro Henrique Conceição dos SANTOS – Universidade Federal Fluminense – UFF, Brasil

CAPA

- Denise TAVARES, Universidade Federal Fluminense - UFF, Brasil

(com projeto gráfico de Vitor Silva CHAGAS e fotografia de Rogério REIS para o Jornal do Brasil).

FOTO CAPA

- “Luz e Sombras”, de Nelson Chinalia. (Campinas, 1988, um ano antes da primeira eleição direta para Presidente da República do Brasil, após o fim da Ditadura Militar).

Conselho Científico

- Aimée Vega-Montiel, Universidad Nacional Autónoma de México - UNAM, México
- Ana Carolina Rocha Pessoa Temer, Universidade Federal de Goiás - UFGO, Brasil
- Carlos Alberto Zanotti, Pontifícia Universidade Católica de Campinas - PUC-Campinas, Brasil
- Christina Ferraz Musse, Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF, Brasil

- Cristiane Freitas Gutfreind, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil
- Clementina Galera Casquet, Universidad de Extremadura, Espanha
- Dênis de Moraes, Universidade Federal Fluminense - UFF, Brasil
- Denise da Costa Oliveira Siqueira, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil
- Edson Dalmonte, Universidade Federal da Bahia - UFBA, Brasil
- Francisco Karam, Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Brasil
- Gabriela Borges Martins Caravela, Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil
- Gabriel Kaplún, Universidad de la República Uruguay, Uruguai
- Helena Sousa, Universidade do Minho, Portugal
- Joseph Straubhaar, University of Texas at Austin, Estados Unidos da América do Norte
- Katia Lerner, Fundação Oswaldo Cruz, Brasil
- Liriam Sponholz, Department of Media and Communication, Alemanha
- Lucília de S. Romão, Universidade de São Paulo - USP, Brasil
- Luis Albornoz, Universidad Carlos III de Madrid, Espanha
- Marcius Freire, Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP, Brasil
- Marcos Palácio, Universidade da Beira Interior - UBI, Portugal
- Maria Aparecida Baccega, Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM, Brasil
- Marta Martín Llaguno, Universidad de Alicante - UA, Espanha
- Massimo Canevacci, Università degli Studi di Roma La Sapienza, Itália
- Mauricio Ribeiro da Silva, Universidade Paulista - UNIP/SP, Brasil
- Muniz Sodré, Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Brasil
- Nelson Zagalo, Universidade de Aveiro, Portugal
- Nilda A. Jacks, Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, Brasil
- Nísia Martins do Rosário, Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRS, Brasil
- Raquel Paiva, Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Brasil
- Salvatore Scifo, Bournemouth University, Reino Unido
- Sandra Fisher, Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba
- Tanja Dreher, University of New South Wales, Sydney, Austrália

Data da Publicação: 4 de setembro de 2020

www.ppgmidiaecotidiano.uff.br
revistamidiacotidianouff@gmail.com

Sumário

EDITORIAL – A mídia e o espírito do tempo - <i>Carlos Alberto Zanotti e Larissa Morais</i>	Erro!
Indicador não definido.	
Zeitgeist à direita: o viés neoliberal dos movimentos conservadores e sua influência na definição de políticas públicas - <i>Aryovaldo De Castro Azevedo Junior</i>	8
A pesquisa de grupos de direita: questões éticas e metodológicas - <i>Richard Romancini</i>	53
Feitos da bolha: conservadorismo e militância digital no caso Queermuseu - <i>Leandro de Paula e João Domingues</i>	76
Conservadorismo acima de tudo e de todos: imaginários sociodiscursivos nos discursos de posse presidencial de 2019 - <i>Mariana Procópio e Maurício Vieira Filho</i>	97
Do jornalismo informativo ao de posição: a “guinada à direita” do jornal Gazeta do Povo - <i>Camilla Tavares</i>	118
Narrativas de resistência da página #UERJResiste no Facebook em tempos de ódio às universidades públicas e à ciência - <i>André Tropicano e Neiva da Cunha</i>	137
Os Jovens Baumann e o filme encontrado: estratégia singular na ficção de horror brasileira - <i>Laura Cánepa</i>	163
A encenação midiática da política no filme <i>O processo</i> - <i>Márcio Zanetti Negrini, Cristiane Gutfreind e Helena Antonine Stigger</i>	182
Narrativa e animação: representações da maternidade na websérie <i>Conception</i> - <i>Christina Ferraz Musse e Isabella Gonçalves</i>	199
Realidade Virtual em 360° e Inovação: Potencialidades e ausências nos portais Correio 24 horas e NE10 - <i>Rostand Melo e Antônio Menezes</i>	219
Aportes da micro-história italiana para a análise da reportagem A guerra do começo do mundo, de <i>Eliane Brum</i> - <i>Francisco Queirós</i>	243
As contribuições da publicidade de causa na construção de um novo lugar para o consumo - <i>Bruno Pompeu e Clotilde Perez</i>	262
Educomunicação e Autoetnografia: diálogos e aproximações - <i>Teresa Mary Melo e André Luiz Camargo</i>	283

Pensando a sociedade incivil, suas manifestações e alternativas: entrevista com Muniz Sodré de Araújo Cabral - <i>Pedro Barreto Pereira</i>.....	303
---	------------

Revista Mídia e Cotidiano

ISSN: 2178-602X

Editorial

Volume 14, Número 3, set./dez. de 2020

A mídia e o espírito do tempo

The media and the spirit of the time

Los medios y el espíritu de la época

Carlos Alberto ZANOTTI¹

Larissa MORAIS²

A foto de capa para esta edição temática de *Mídia e Cotidiano*, cedida pelo repórter fotográfico Nelson Chinalia, pode ser considerada particularmente emblemática para o momento que estamos vivendo. “Luz e Sombra” ilustra à perfeição o espírito do tempo – ou o *zeitgeist* – de que nos fala o autor do primeiro de nossos textos. No artigo, Ary de Castro Azevedo Júnior recorre à expressão alemã para remeter a uma atmosfera do tempo presente marcada por uma inflexão mundial em valores que já não mais acompanham o léxico do humanismo, como solidariedade, tolerância, respeito às diferenças, civilidade, compaixão. Apontar quais reflexos esses novos tempos trazem ao universo midiático foi o desafio lançado para o dossiê desta edição que propôs discutir as áreas de afeto entre mídia e neoconservadorismo.

Alguns desses reflexos os profissionais de imprensa que atuam na cobertura da presidência sentem na própria pele, como ficar confinados a um “cercadinho”, lado a lado com os que gritam “mito” à porta do Palácio do Alvorada. A antiga mediação que competia à mídia foi substituída por pronunciamentos insólitos em redes sociais,

¹ Professor da Faculdade de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte, da PUC-Campinas. E-mail: zanotti@puc-campinas.edu.br. ORCID: 0000-0002-6644-7206.

² Professora adjunta do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense e professora e pesquisadora do PPG Mídia e Cotidiano. E-mail: larissamorais@uol.com.br. ORCID: 0000-0001-6906-1635.

desconexos em sua grande maioria, e pouco críveis em sua quase totalidade. A civilidade, que marca o avanço no processo civilizatório, cedeu lugar a xingamentos, ofensas e ameaças – que a rigor não são práticas inauguradas pela atual chefia da nação. De forma menos ruidosa, não foram poucos os profissionais de imprensa que enfrentaram a ira dos poderosos, em especial quando eram apoiados ou mesmo oriundos da própria caserna. A novidade do tempo presente é que o xingamento, a ofensa e as ameaças são agora desferidas à luz do dia, tendo se transformado em estratégia política à caça de admiradores. E o que é pior: parece que têm surtido bons dividendos a quem aposta no retrocesso.

Da hipótese mais rasa de que a direita deixou de se envergonhar dos valores que cultiva, inúmeros são os pesquisadores que têm procurado explicar o crescimento de posturas conservadoras no mundo contemporâneo. Parodiando o título de um longa-metragem de grande sucesso, Castro (2016), por exemplo, derivou de sua tese de doutorado um texto no qual faz um necessário convite: “Precisamos falar sobre o (neo)conservadorismo no Brasil”. Pelo campo do Direito, ele observa que o pensamento conservador contamina todo o arcabouço jurídico do país, descrevendo-o como “uma espécie de primo pobre, menos afamado, das duas principais correntes ideológicas herdeiras do iluminismo: o liberalismo e o socialismo”. Seus adeptos já não se apegam à regulação da economia, mas dedicam esforços para defender a ideia de que o grande mal do mundo ocidental “seria a profunda crise de valores que destrói as fundações da moralidade social”.

Pelo terreno da Sociologia, Vares (2016) aponta que o conservadorismo – expressão originalmente datada da década de 1800, nos EUA – é entendido como uma doutrina de cunho reativo. O autor recolhe ao menos cinco leituras a justificarem o caráter do conservadorismo: a aristocrática, a pragmática, a situacional, a que se assenta na força do hábito e a ideológica. De um modo geral, as explicações trazem em comum a hipótese de que os conservadores têm uma enorme aversão à mudança, seja por receio de que as coisas possam lhes sair do controle, seja pela perda do poder político ou econômico. Assim, o autor resume: “pode-se afirmar que [...] o descaso revolucionário em relação à autoridade, aos privilégios, à hierarquia e às tradições soa como um grande absurdo” (VARES, 2016, p. 82). Não é sem razão, portanto, que entre as demandas do

neoconservadorismo está o profundo apreço ao poder militar (TEIXEIRA; CALANDRELLI, 2017) e o controle do sistema educacional (LIMA; HYPOLITO, 2019), quando não a sua mera redução à condição de pragmática mercadoria (PINHEIRO, 2019).

Também não foi por acaso que uma pesquisa qualitativa, de larga abrangência, patrocinada pela Fundação Tide Setubal (O CONSERVADORISMO..., 2019), revelou que a vitória do capitão reformado do Exército Jair Bolsonaro, nas eleições de 2018, se deveu a uma percepção generalizada de que estaria faltando “ordem” na sociedade brasileira. Este, que é um dos binômios inscritos no coração do pavilhão traduz o temor de que – saindo do controle – as coisas possam ficar “piores”, notadamente no território dos costumes. A instituição que patrocinou a pesquisa – uma importante *think tank* brasileira, para aproveitar terminologia adotada no primeiro de nossos textos – partiu da constatação de que, como registra o artigo, a emersão da nova direita e, claro, a eleição de Jair Bolsonaro, aguçaram as pesquisas sobre as tendências conservadoras presentes na sociedade brasileira.

Do texto inicial de Azevedo Júnior, nosso dossiê parte para o artigo de Renata Correia Lima Ferreira Gomes, Regiane Miranda de Oliveira Nakagawa e Tarcísio de Sá Cardoso, que explora a construção de crenças a partir de mutilações epistemológicas. Ao espírito do tempo, o mecanismo desvenda a gênese de credos negacionistas, movimento que acompanha a divulgação (mesmo que, por vezes, inconsciente) de mentiras propagadas no formato de notícias. No terceiro artigo, Richard Romancini faz uma importante reflexão ética e metodológica a respeito de pesquisas que têm atores e movimentos de direita como objeto de estudo, em especial no espaço digital. Suas reflexões confrontam dilemas de ordem prática que advém da abordagem de entrevistados dos quais o pesquisador discorda.

O texto seguinte parte de uma analogia do *slogan* que inspira grupos de direita para observar os imaginários sociodiscursivos nos pronunciamentos de posse de Jair Bolsonaro nos primeiros dias de 2019. “Conservadorismo acima de tudo e de todos”, de Mariana Ramalho Procópio Xavier e Maurício João Vieira Filho, adota o aporte da Teoria Semiolinguística, de Patrick Charaudeau, para apontar os imaginários mobilizados pelo ex-capitão do Exército para se oferecer enquanto alternativa de poder, até porque,

predestinado que se apresenta, sobreviveu a um atentado a faca para cumprir sua tarefa messiânica. Já o sexto texto, de Camila Quesada Tavares, vai a um ator do sistema de mídia – o jornal *Gazeta do Povo*, do Paraná – que abandonou a edição impressa depois de 98 anos para se dedicar exclusivamente a uma plataforma digital, na qual implementou uma nova linha editorial, agora focada no público à direita do espectro ideológico. No lugar da clássica doutrina do jornalismo informativo, a publicação adotou uma perspectiva politicamente alinhada, conforme revela a autora. Já no sétimo texto, o último da sessão temática, André Luis Cardoso e Neiva Vieira da Cunha apresentam um estudo de caso focado no movimento de resistência em defesa da Uerj (Universidade do Estado do Rio de Janeiro), ocorrido no primeiro trimestre de 2017. Desde uma perspectiva antropolítica, centrada na descrição etnográfica, quatro categorias analíticas (políticas midiáticas, discurso do resistir, partilhas educativas e poéticas da identidade) emergiram da pesquisa de campo, sendo exploradas no artigo.

Já a seção livre inicia com o texto de Laura Cánepa que discute o filme “Os Jovens Baumann”, de Bruna Carvalho Almeida, cuja narrativa alinha-se ao estilo conhecido como *found footage* (filme encontrado). A autora destaca que, entre outras singularidades desta produção paulista que articula horror e fantasia, sua trama, centrada na década de 1990, investe em uma série de opções temáticas e estilísticas que conferem singularidade à obra. Do horror passamos à política (ou não?) mas continuamos no cinema com o texto “A encenação midiática da política no filme *O Processo*”. Escrito pelo trio Márcio Zanetti Negrini, Cristiane Freitas Gutfreind e Helena Maria Antonine Stigger, o artigo problematiza a obra da diretora Maria Augusta Ramos de modo a percebermos como o documentário – observado como documento de uma época – acaba por desvelar, entre outras questões, a atual “encenação midiática da política”.

Mudando o foco, agora, para o jornalismo, mas mantendo a relação com o audiovisual, a seção segue com o artigo “Narrativa e animação: representações da maternidade na websérie *Conception*”. No texto, as autoras Christina Musse e Isabella de Souza Gonçalves discutem esta produção do *New York Times* que tem como temática a maternidade, abordada em linguagem multimídia, o que resulta, entre outros pontos, em uma narrativa híbrida ou “jornalismo de animação”, como cunharam as autoras. Na sequência, o texto de Rostand de Albuquerque Melo e Antônio Simões Menezes também

vai se concentrar na ideia de inovação no jornalismo a partir dos portais nordestinos Correio 24 horas e NE10. Desta vez, o foco é o uso da realidade virtual em 360° como experimentação (ou não) da linguagem. E, para fechar este grupo de textos que se volta sobre o jornalismo, na sequência temos o artigo de Francisco Aquinei Timóteo Queirós, que se debruça sobre a reportagem “A guerra do começo do mundo”, de Eliane Brum. A proposta de Queirós é problematizar os “sujeitos ordinários” presentes no trabalho de Eliane Brum, a partir das bases teóricas da micro-história italiana, estabelecendo um diálogo interdisciplinar profícuo com este “trânsito” teórico.

Também os dois últimos textos da seção procuram adensar as discussões da comunicação pautando-se por abordagens interdisciplinares. Em “As contribuições da ‘publicidade de causa’ na construção de um novo lugar para o consumo”, Bruno Pompeu e Clotilde Perez, baseados em uma ampla revisão bibliográfica da publicidade em aproximações com a teoria política, trazem as discussões que envolvem “a publicidade de causa” percebendo-a como uma expressão de “uma nova dinâmica social do consumo”. Na sequência, fechando a seção, temos o artigo de Teresa Mary Pires de Castro, intitulado “Educomunicação e Autoetnografia: diálogos e aproximações” que tendo como premissa a ideia de “Comunicação como um direito humano”, recorre a autores basilares da Educomunicação, tais como Paulo Freire, Mário Kaplún e Grácia Lopes Lima, para discutir as relações entre conceito e metodologia que aborda.

Finalmente, fechando esta edição trazemos a entrevista realizada por Pedro Barreto com o professor e pesquisador Muniz Sodré. Realizada em dois momentos – antes de Sodré ter sido internado em decorrência da Covid-19 e agora, após ter ficado 45 dias no hospital, passando por momentos críticos – a entrevista, entre outras questões abordadas pelo titular da Escola de Comunicação da UFRJ (e, sem dúvida, uma das referências fundamentais de todos que investigam o fenômeno comunicacional), aborda a “sociedade incivil”, conceito que vem trabalhando junto com a professora e pesquisadora Raquel Paiva. Além desta questão, Sodré também aborda as sociabilidades contemporâneas atravessadas pelo uso das redes sociais e, claro, analisa, ainda o Jornalismo, a Educação e o papel do professor neste difícil momento em que estamos. Com a entrevista, além das contribuições sempre tão substantivas com que nos brinda Muniz Sodré, pretendemos expressar nesta edição a alegria de todos nós da Comunicação,

e particularmente do Programa de Pós-Graduação Mídia e Cotidiano, o quanto comemoramos o restabelecimento deste colega e mestre tão querido.

Na esperança de que os esforços de nossos colaboradores venham a jogar um pouco de luz nas áreas de sombra da foto de Chinalia - uma imagem colhida no aparentemente longínquo anos 1988, quando vivíamos a véspera da primeira eleição direta para presidente no período da última redemocratização do Brasil e que resultou na eleição de Fernando Collor de Mello (com todo o envolvimento midiático que nos parece tão fortemente cíclico quando olhamos para 2018...) -, desejamos a todos uma boa leitura.

Carlos Alberto Zanotti e Larissa Morais (Editores da Seção Temática)

Denise Tavares, Isabella Rega e Renata Tomaz (Editoras-chefes)

Referências

CASTRO, F. A. Precisamos falar sobre o (neo)conservadorismo no Brasil. **Justificando**. 6 nov. 2018, p. 1-4. Disponível em: <https://www.justificando.com/2018/11/06/precisamos-falar-sobre-o-neoconservadorismo-no-brasil/>.

LIMA, I. G.; HYPOLITO, A. M. A expansão do neoconservadorismo na educação brasileira. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 45, 2019, p. 1-15. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/ep/article/view/162556/156377>.

O CONSERVADORISMO E AS QUESTÕES SOCIAIS. **Fundação Tide Setubal**. Plano CDE – Pesquisa, Inovação e Impacto. São Paulo, 2019. Disponível em: <http://conteudo.fundacaotidesetubal.org.br/downloadconservadorismo>.

PINHEIRO, M. C. de O. Marcos Cesar de Oliveira Pinheiro. A “crise da educação” em tempos de neoconservadorismo: a contribuição da história da educação para compreender o presente. **Cadernos GPOSSHE On-line**, Fortaleza, v. 2, n. 1, p. 120-142, 2019.

TEIXEIRA, C. G.; CALANDRELLI, J. F. R. Donald Trump e o Neoconservadorismo. **Revista Esboços**, Florianópolis, v. 24, n. 38, p. 380-395, dez. 2017.

VARES, S. F. A sociologia durkheimiana e a tradição conservadora: elementos para uma revisão crítica. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 20, Brasília, p. 79-120, mai./ago. 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/0103-335220162003>.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Temática
Volume 14, Número 3, set./dez. de 2020
Submetido em: 01/06/2020
Aprovado em: 11/08/2020

Zeitgeist à direita: o viés neoliberal dos movimentos conservadores e sua influência na definição de políticas públicas

Zeitgeist on the Right Wing: The Neoliberal Bias of Conservative Movements and Their Influence on Public Policymaking

Zeitgeist a la derecha: el sesgo neoliberal de los movimientos conservadores y su influencia en la formulación de políticas públicas

Aryovaldo de Castro AZEVEDO JUNIOR¹

Resumo

O crescimento de movimentos conservadores baseados em valores neoliberais, que reduzem a relevância do Estado ao propor a substituição de variados serviços públicos, oferecidos por entidades governamentais, por empresas privadas, segue um roteiro baseado na redução de direitos sociais e na ampliação da área de atuação de organizações privadas, que agora ocupam o espaço antes restrito a órgãos públicos. Isto é realizado através de ações coordenadas por organizações (*think tanks*) que influenciam a opinião pública e a classe política. Para entender esse processo, foram realizadas pesquisas exploratórias, de caráter documental, indicando a forma de atuação destas organizações no agendamento da mídia e, conseqüentemente, influenciando a opinião da sociedade, a fim de naturalizar a substituição de serviços públicos por serviços privatizados.

Palavras-chave: Propaganda. Agenda setting. Consenso de Washington. Lobby. Think tanks.

Abstract

The growth of conservative movements based on neoliberal values, which reduce the relevance of the State by proposing the replacement of various public services offered by government entities, by private companies, follows a script based on the reduction of social rights and the expansion of the activity areas of private organizations, which now occupy the space previously restricted to public agencies. This is done through actions coordinated by organizations (*think tanks*) that influence public opinion and the political class. In order to understand this process, exploratory research, of documentary character, was carried out, indicating the way in which these organizations act in guiding the media

¹ Doutor em Multimeios pelo IAR/Unicamp. Professor Associado do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Paraná. E-mail: castroazevedo@ufpr.br. ORCID 0000-0001-6545-1206.

and, consequently, influencing the society's opinion, in order to naturalize the replacement of public services by privatized services.

Keywords: Propaganda. Agenda setting. Washington Consensus. Lobby. Think tanks.

Resumen

El crecimiento de movimientos conservadores basados en valores neoliberales, que reducen la relevancia del Estado al proponer el reemplazo de varios servicios públicos, ofrecidos por entidades gubernamentales, por empresas privadas, sigue una hoja de ruta basada en la reducción de los derechos sociales y la expansión del área de operación. organizaciones privadas, que ahora ocupan el espacio anteriormente restringido a agencias públicas. Esto se realiza a través de acciones coordinadas por organizaciones (think tanks) que influyen en la opinión pública y la clase política. Para comprender este proceso, se llevó a cabo una investigación exploratoria, de carácter documental, que indica la forma en que estas organizaciones actúan en la programación de los medios y, en consecuencia, influyen en la opinión de la sociedad, a fin de naturalizar la sustitución de los servicios públicos por servicios privatizados.

Palabras clave: Publicidad. Agenda setting. Consenso de Washington. Lobby. Think tanks.

Introdução

O crescimento da interação global alavancada pelo aumento das relações comerciais internacionais evidenciou que o fluxo econômico era a locomotiva deste processo de integração internacional, trazendo atreladas as dimensões relacionadas a finanças, pessoas, tecnologias, ideologias e *medias* (APPADURAI, 1994, p. 13). Esta constituição multifacetada da globalização robusteceu a participação corporativa na liderança deste processo, tornando imperioso que a integração multidimensional destes fluxos vinculados à globalização fosse conduzida por seus interesses e, desta forma, reforçando a primazia da ideologia capitalista que estimula o desenvolvimento tecnológico com novos meios de produção e distribuição, os quais interferem nas relações pessoais e sociais ao redor do globo, impactadas por uma comunicação midiaticizada global vinculada a interesses corporativos, construindo um círculo vicioso que enreda a humanidade.

Levantamento da consultoria Price Waterhouse Coopers Brasil (PWC Brasil) aponta que o valor de mercado das 100 maiores empresas globais em 2019 é de US\$ 21,1 trilhões. Os EUA lideram o ranking com 54 empresas, secundados pela China, com 15

empresas. O Brasil possui uma empresa listada, a Petrobras (PWC BRASIL, 2019). Em termos comparativos, a estimativa de Produto Interno Bruto (PIB) norte americano, maior do planeta, é de US\$ 20 trilhões, seguido pela China, com US\$ 13 trilhões enquanto o PIB brasileiro é estimado em US\$ 1,8 trilhão, estabelecendo o país como a sétima maior economia mundial (IMF, 2020). Referencialmente, dos 193 países-membros das Nações Unidas, 161 têm menos recursos que as 2 mil principais empresas do mundo (ROTHKOPF, 2012).

O objetivo deste artigo é apontar o funcionamento parcial desta imbricada rede de interesses, desnudando a atuação multidimensional de organizações que patrocinam a disseminação de valores inerentes ao funcionamento do capitalismo. Para tanto, foi utilizada metodologia exploratória, com pesquisa bibliográfica e documental, acerca da operação de atores corporativos que interferem na construção social da realidade ao estimular ideias e valores consensuais que naturalizam a dominância dos interesses corporativos ao esmaecimento do poder governamental na determinação de políticas públicas, interferindo na condução das sociedades nacionais enquanto reforça a predominância dos interesses do capital sobre o social.

Onda conservadora

A onda conservadora não é um fenômeno local, embora o Brasil possa ser identificado como um caso extremo de ascensão e consolidação de uma doutrina que prega valores caros à direita neoliberal, como redução do Estado e implementação de programas de privatizações, fomento ao livre mercado com redução da carga tributária para o setor empresarial e estímulo a políticas de desregulamentação, com a redução de direitos sociais e trabalhistas sob o pretexto de geração de empregos (SCHEEFFER, 2014).

Estes valores estão relacionados às diretrizes macroeconômicas do Consenso de Washington (BRESSER-PEREIRA, 1990) com a defesa do livre mercado e a redução da ingerência do Estado na economia, num receituário propagado pelo acordo de *Bretton Woods* (1944) e implementado pelas instituições financeiras multilaterais Fundo Monetário Internacional (FMI) e Banco Mundial (BIRD), que integram a Organização das Nações Unidas (ONU), tendo centenas de países cotistas que participam destas

instituições. A despeito desta multiplicidade de cotistas, suas gestões estão sob influência das principais economias mundiais integrantes do G7 (Alemanha, Canadá, Estados Unidos, França, Itália, Japão e Reino Unido), que nomeiam o corpo diretivo destas instituições multilaterais e determinam a agenda de ação destes organismos, com características eminentemente neoliberais.

Tanto o FMI quanto o BIRD defendem disciplina fiscal, redução dos gastos públicos, reforma tributária, juros de mercado, câmbio de mercado, abertura comercial, eliminação de restrições ao investimento estrangeiro direto, privatização de empresas estatais, desregulamentação de leis econômicas e trabalhistas e direito à propriedade intelectual.

Esta cartilha neoliberal tem gerado aumento crescente da concentração de renda global, principalmente para a elite dos países membros do próprio G7 e aumento da pobreza, disperso entre os demais países do planeta (AZEVEDO JR., 2019). Estudo de 2019 da organização não governamental britânica Oxfam constatou que a riqueza dos 2.153 bilionários do mundo é maior que a de 4,6 bilhões de pessoas, aproximadamente 60% da população mundial (OXFAM, 2020).

A mesma Oxfam apontou, em 2015, que a riqueza acumulada pelo 1% mais rico da população mundial, aproximadamente 70 milhões de pessoas, equivalia à riqueza dos 99% restantes, aproximadamente 6 bilhões e 930 milhões de pessoas (REUBEN, 2016). Ou, numa exposição ainda mais dramática, as 67 pessoas mais ricas do mundo têm o equivalente de dinheiro dos 3,5 bilhões mais pobres - metade de toda a humanidade (MULLER, 2018).

Para a plutonomia – em termos mais estritos, uma diminuta fração na estreitíssima ponta mais alta –, os privilégios e a abastança abundam, enquanto para a grande maioria as perspectivas são invariavelmente lúgubres, e muitos chegam inclusive a enfrentar problemas de sobrevivência num país com vantagens incomparáveis (CHOMSKY, 2017 [po. 1412]).

[...] a riqueza se tornou extremamente concentrada (de forma acentuada na faixa do 0,1% da população mais abastada), gerando uma concentração de poder político e, conseqüentemente, uma legislação para aprofundar o ciclo e levá-lo ainda mais longe: revisão de tributação e outras políticas fiscais, desregulamentação, mudanças nas regras da

administração corporativa – o que permitiu imensos ganhos para os executivos – e assim por diante (CHOMSKY, 2017 [po. 1597]).

Estes efeitos deletérios da globalização estimulam o florescimento de lutas contra as perdas de direitos, que ocorrem no âmbito dos Estados-Nação. Na América Latina, a *The Economist Intelligence Unit* listou variáveis que aumentam a instabilidade política na região, como desigualdade de renda, seguridade social, governança, corrupção, desemprego entre jovens e instabilidade econômica, gerando um índice de insatisfação na região, com destaque negativo para Nicarágua e Brasil (ECONOMIST, 2019).

Imagem 1 – Índice de instabilidade política na América Latina

Political instability risk heat map

Country	Income inequality	Adequacy of social insurance	Government effectiveness	Corruption	Youth unemployment	Economic malaise	Change in democracy index	Average
Argentina	16.5	42.8	56	85	23.7	-7.6	0.4	3.1
Bolivia	28.4	34.4	72	132	6.9	-0.5	-0.4	3.3
Brazil	41.9	48.4	59	105	28.5	-5.1	-0.4	3.9
Chile	19.9	23.4	22	27	18.1	-5.4	0.1	3.6
Colombia	27.9	38.2	50	99	18.5	-2.8	0.4	3.1
Costa Rica	23.1	32.7	31	48	22.0	-1.1	0.0	3.1
Dominican Republic	19.7	27.0	63	129	13.5	1.5	0.3	3.3
Ecuador	21.1	41.8	69	114	7.9	-3.9	0.6	3.1
El Salvador	11.6	30.5	63	105	9.6	-0.4	-0.4	3.1
Guatemala	22.1	22.3	69	144	5.0	-0.4	-0.5	3.9
Haiti	14.9	34.6	88	161	15.6	-0.1	0.7	3.1
Honduras	34.3	27.9	78	132	10.7	0.1	-0.6	3.7
Mexico	21.8	37.2	63	138	6.9	-1.6	-0.6	3.6
Nicaragua	18.6	17.1	94	152	8.5	-1.5	-2.4	4.1
Panama	34.3	31.5	50	93	10.2	-3.5	-0.3	3.4
Paraguay	23.1	28.1	63	132	14.5	-0.9	-0.2	3.6
Peru	19.0	19.9	59	105	14.7	-3.4	0.3	3.4
Uruguay	12.9	45.7	25	23	25.9	-4.3	0.3	2.6

Fonte: The Economist Intelligence Unit. Disponível em:

http://www.eiu.com/public/thankyou_download.aspx?activity=download&campaignid=latinamerica2019.

Este cenário subcontinental fomenta a disseminação de populismos demagógicos que propõem soluções simplistas para questões complexas, mas que despertam esperanças para eleitores que passam a seguir lideranças com discurso antipolítico, carregado de críticas à política tradicional, associando-a à manutenção de privilégios, escândalos de corrupção e submissão a interesses internacionais.

No contexto de industrialização da América Latina, ocorrido nas décadas de 1940 e 1950, populismo era o termo empregado para categorizar a emergência de líderes desenvolvimentistas carismáticos, com realçado viés nacionalista, que contavam com apoio construído em forte base popular contra as oligarquias estabelecidas (GONZALES,

2007). No contexto contemporâneo internacional, uma ampla crise de confiança nas democracias liberais, decorrente de severos problemas socioeconômicos subsequentes à crise financeira global de 2008, conduz ao crescimento daquilo que Stuart Hall (1978) definiu como populismo autoritário, numa combinação entre retórica nacionalista e política neoliberal, representadas por lideranças como Donald Trump (EUA) e Jair Bolsonaro (Brasil), dentre outros.

De forma geral, o populismo representa reações contra o *establishment* enquanto produz novos mecanismos de engajamento público e político, produzindo uma moralidade dicotômica que opõe “o povo” contra “a elite”, numa narrativa maniqueísta que contrapõe a pureza de uma vontade coletiva popular contra a forma corrupta da política encampada pela “elite” (NARITA; MORELOCK, 2019, p. 285).

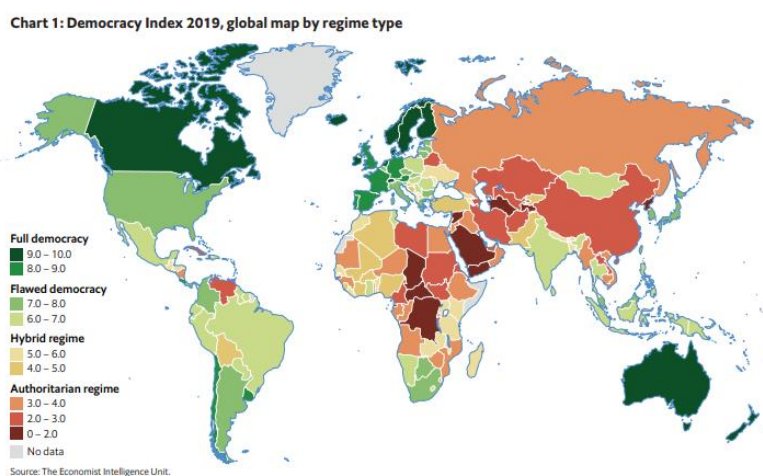
Considerado o cenário global, o Index da Democracia 2019, da própria *The Economist* (2019, p. 6), aponta como principais elementos da crise das democracias contemporâneas as seguintes variáveis:

- Choque de interesses entre elites empresariais e econômicas, com forte capacidade de influenciar políticas públicas, em detrimento de interesses populares difusos;
- Crescente influência de instituições e órgãos multilaterais com receituário escorchante para classes populares;
- Redução de autonomia nacional em virtude de acordos supranacionais;
- Dissociação entre os interesses das elites políticas e o dos eleitores, insuflando a rejeição à política e abrindo espaço para *outsiders* populistas;
- Declínio nas liberdades civis, incluindo a liberdade da mídia e de expressão.

Decorrente deste conjunto de variáveis, em muitos países, a direita tem ganhado mais representatividade com discurso antiglobalista e com forte viés nacionalista, apontando políticas de integração internacional como responsáveis por problemas econômicos e sociais. Países como Itália, Hungria, Turquia, Rússia, Polônia, Filipinas, Colômbia, EUA, Indonésia, Brasil, dentre outros, passam a questionar a plenitude do funcionamento do sistema democrático para a governança nacional.

Em 2019, o Índice de Democracia da *The Economist* apontou o declínio da saúde democrática em 70 países, usando critérios como respeito ao devido processo legal, liberdade religiosa e o espaço dado à sociedade civil. Hoje em dia, cerca de metade das nações da Terra podem ser consideradas democracias – imperfeitas ou não – enquanto os outros 50% tendem ao autoritarismo.

Imagem 2 – Índice de democracia internacional da revista *The Economist*



Fonte: The Economist Intelligence Unit. Disponível em:
<https://www.eiu.com/topic/democracy-index>.

Naomi Klein (2017) destaca que, em todo o mundo, forças de extrema-direita estão ganhando terreno ao explorar o poder do nacionalismo nostálgico e a raiva dirigida a burocracias econômicas remotas – seja Washington, o Nafta, a OMC, a União Européia ou a ONU – e combiná-los a racismo e xenofobia, oferecendo uma ilusão de controle por meio do esmagamento dos imigrantes, da difamação dos muçulmanos e da degradação das mulheres.

Neste sentido, Trump seria produto e representação deste *zeitgeist* contemporâneo, que classifica a vida humana com base em raça, religião, gênero, orientação sexual, aparência e capacidades físicas, e que usa sistematicamente a raça como uma arma para fazer avançar políticas econômicas focadas na lucratividade corporativa em detrimento do bem estar social.

Inegável que a Presidência dos Estados Unidos tem impacto sobre todo o planeta, seja pela relevância da ainda maior economia do mundo, seja pelo poder advindo pelo

controle do maior arsenal militar do globo. Nesta vitrine planetária, Donald Trump implementa uma espécie de *reality show* global, pleno de comportamento autocrático e burlesco, com o agendamento midiático conseguido por factóides: pseudo acontecimentos carregados de teatralidade e polêmica, com potencial de gerar ampla cobertura jornalística (SILVA, 2015).

Esta atuação espetacular e midiática (RUBIM, 2004, p. 181), com forte impacto na opinião pública, influencia comportamentos políticos em variados países, aproveitando a mentalidade de manada que caracteriza a política internacional, na qual líderes mundo afora observam uns aos outros, aprendem uns com os outros, e imitam uns aos outros, materializando o efeito *copycat*, no qual a ocorrência de um determinado fenômeno *dispara* uma onda de ocorrências similares.

Observam para onde se dirigem seus colegas, o que está ao seu alcance, e como podem aumentar e perpetuar seu poder. Madeleine Albright, secretária de estado de Bill Clinton, em seu livro *Fascismo, um alerta* (2018) explicita este raciocínio indicando as principais variáveis que têm caracterizado a ascensão da direita:

Governos repressores mundo afora aprendem uns com os outros. Se isso fosse uma faculdade para déspotas, daria para imaginar os nomes dos cursos: Como Fraudar um Plebiscito Constituinte; Como Intimidar a Mídia; Como Destruir Rivais Políticos via Investigações Fajutas e Notícias Falsas; Como Criar uma Comissão de Direitos Humanos que Esconda Violações de Direitos Humanos; Como Cooptar o Poder Legislativo; Como Dividir, Reprimir e Desmoralizar Oponentes para Ninguém Acreditar na Possibilidade de Derrotá-lo [po. 2593]

Como influenciar o espírito do tempo?

A forma de o indivíduo pensar numa sociedade é subjetiva, construída num conjunto de referências sociais que interferem na singularidade do ser, de modo sutil ou ostensivo. O pensamento coletivo que caracteriza um local ou uma época, resultado de um somatório de variáveis que forjam a identidade coletiva e interferem na construção da própria identidade pessoal, pode ser identificado como *zeitgeist* – o espírito do tempo.

É baseado neste filtro coletivo presente no ideário contemporâneo que fazemos recortes particulares para desenvolver nossa visão de mundo. É neste *zeitgeist* que se formam as opiniões públicas e, neste *espírito do tempo* capitalista, é difundida a ideia de

que bens comuns causam a ruína enquanto a posse privada é valorizada como projeção de sucesso, segundo organizações que atuam para induzir comportamentos sociais que privilegiam a manutenção do *status quo*.

Há importantes ramos de atividade devotados a essa tarefa: o setor de relações públicas, a área da publicidade, o segmento do marketing em geral, os quais, somados, respondem por uma considerável fatia do Produto Interno Bruto. Essa indústria dedica-se àquilo que o formidável economista político Thorstein Veblen chamou de “fabricação de necessidades”. Nas palavras dos próprios líderes empresariais e homens de negócios, a tarefa consiste em manipular as pessoas direcionando-as para as “coisas superficiais” da vida, como “o consumo do que está na moda”. Dessa forma, as pessoas podem ser atomizadas, apartadas umas das outras, buscando exclusivamente o ganho pessoal, entretidas e afastadas das perigosas tentativas de pensar por si mesmas e de questionar a autoridade (CHOMSKY, 2017 [po. 1843]).

Numa sociedade global quase que integralmente capitalista, as organizações comerciais têm um papel fundamental. David Rothkopf, diretor da revista *Foreign Policy*, referência global para cobertura das relações internacionais, destaca que o gigantismo das corporações e o enorme poder político amalhado por elas subvertem as regras da democracia:

As duas mil principais empresas do mundo são maiores e controlam mais recursos que os menores países do mundo e seus governos nacionais. Em vez de um sistema internacional de Estados que se comunicam com outros Estados, temos hoje um sistema de Estados interagindo com atores privados, que controlam recursos significativos e podem orientar e moldar os resultados da forma que lhes convém, atrasando a regulação dos mercados financeiros globais e pressionando por mais abertura de mercados, mesmo que isso cause problemas (ROTHKOPF, 2012).

A relevância que as corporações têm no cenário globalizado, com forte ação de interesses e *lobbies* corporativos para influenciar na definição de políticas públicas, é inequívoca. O *lobby* é a representação política de interesses em nome e em benefício de organizações identificáveis que se valem de credibilidade e relações institucionais construídas para reunir informações, preparar projetos de política e desenvolver estratégias adequadas para a defesa desses projetos (GRAZIANO, 1997).

Nos Estados Unidos, pesquisadores renomados forneceram evidências contundentes de que “elites econômicas e grupos organizados representantes de interesses comerciais causam substanciais impactos independentes sobre as políticas governamentais dos EUA, ao passo que cidadãos comuns e grupos de interesse de massas exercem pouca ou nenhuma influência independente” (GILENS; PAGE *apud* CHOMSKY, 2017 [po.77]).

Parcialmente decorrente do financiamento de campanhas eleitorais, a pressão corporativa na formulação de políticas públicas gerou incremento da concentração econômica com políticas fiscais, normas de governança corporativa, desregulamentação etc. consonantes aos interesses empresariais, convergindo para criar um círculo vicioso de extrema concentração da riqueza, primordialmente na fração do 1% mais abastado da população: altos executivos e presidentes de empresas, gestores de fundos de investimento de alto risco e afins (CHOMSKY, 2017 [po. 1113]).

Assim, ressalta-se que a ação de grupos de interesse junto à classe política é esperada quando feita de modo claro e transparente, podendo ser questionado se tal pressão atende somente a interesses comerciais e corporativos ou se considera também aspectos sociais relevantes para a maioria da população. Os resultados notados com a globalização têm indicado que potencializar o lucro é o objetivo central.

Esta *mercadocracia* tem levado ao esvaziamento do protagonismo dos anteriormente poderosos Estados-Nação, fazendo com que se tornem coadjuvantes e chancem pautas neoliberais em que pessoas jurídicas sejam privilegiadas em detrimento das pessoas físicas, o que reforça a animosidade entre eleitores e lideranças político-partidárias responsáveis pela definição de diretrizes para políticas públicas dos Estados-Nação. Torna-se ainda mais preocupante quando corporações agem de modo orquestrado, instaurando sua influência ideológica por meio do financiamento a cientistas, pesquisadores, jornalistas e formadores de opinião, desde que reforcem suas ideias e valores, gerando visibilidade e atuando para a construção de consensos sociais.

Esta forma de influenciar a opinião pública a fim de gerar aceitação social para uma ideia remete ao conceito de propaganda, que consiste na manipulação inteligente e consciente dos hábitos e opiniões organizados das massas por meio da manipulação dissimulada da sociedade por lideranças políticas e/ou empresariais que constituem-se como um ubíquo poder invisível (BERNAYS [1928] 2005, p.09) .

E é assim que atua a Atlas Network, organização de estrutura global que atende às necessidades de empresas e políticos quanto à construção de opinião pública para facilitar o desenvolvimento de legislações em favor de políticas neoliberais. Para tanto, a Atlas Network, importante *think tank* norte americano, financia instituições ou organizações dedicadas a produzir e difundir conhecimento sobre temas políticos, econômicos ou científicos, com o objetivo de pautar debates por meio da publicação de estudos, artigos, vídeos, podcasts, eventos, entrevistas e outras formas variadas de influenciar a opinião pública através de porta vozes com visibilidade midiática. Corporações como Philip Morris, Exxon Mobil, Mastercard e mega investidores como os irmãos Kock e John Templeton tiveram (ou têm) com vínculos com a organização.

De modo geral, *think tanks* são organizações que geram conhecimento em diferentes áreas do saber, tendo como característica primordial alimentar e influenciar a massa crítica responsável pela formulação de políticas públicas. Essas organizações costumam atuar como uma ponte entre o meio acadêmico, gestores públicos e sociedade civil, servindo como uma fonte idônea que traduza a pesquisa aplicada e básica em um idioma que seja compreensível, confiável e acessível para os formuladores de políticas e o público. Para McGann (2020) podem ser classificados como organizações independentes e semi-independentes, governamentais e semi-governamentais, universitárias, político-partidárias e corporativas.

Quadro 1 – Categorias de afiliações de *think tanks*

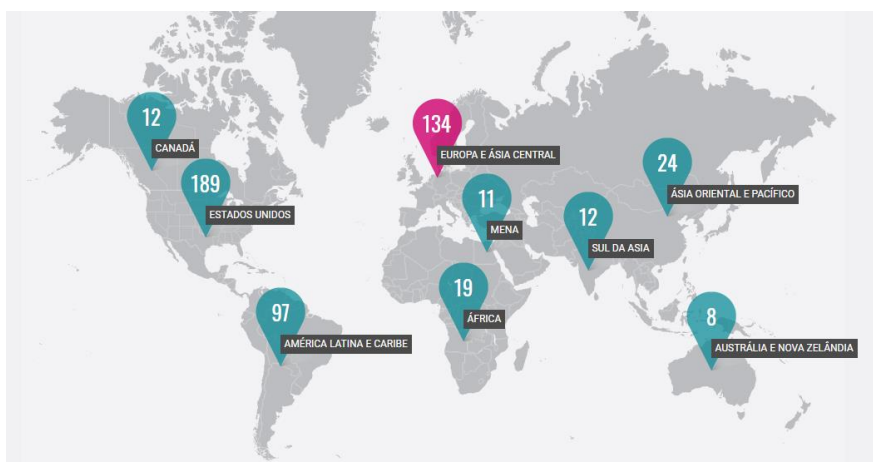
Independentes	Significativa autonomia de qualquer grupo de interesse, doador e governo
Semi-Independente	Controlado por um grupo de interesse, doador ou agência contratante que fornece a maioria do financiamento e tem influência significativa sobre as operações do <i>think tank</i>
Governamental	Vinculada à estrutura burocrática estatal
Semi-Governamental	Financiada com verbas e contratos públicos, mas desvinculada da estrutura burocrática estatal
Universitária	Vinculada a centro de pesquisa política em uma universidade
Político-partidária	Vinculada a partidos políticos
Corporativa	Vinculada a empresas privadas

Fonte: Adaptado pelo autor de McGANN, James C. (2020, p. 14).

Estudo da University of Pennsylvania (EUA) estima a existência de mais de oito mil *think tanks* variados (independentes, governamentais, universitários, políticos e corporativos), disputando credibilidade e espaço para influenciar na opinião pública mundial, demonstrando a guerra de bastidores de grandes atores globais pela disputa de corações e mentes ao redor da Terra, com destacada participação dos países membros do G7 neste rol de organizações: EUA (1.871), Reino Unido (321), Alemanha (218), França (203), Japão (128), Itália (114) e Canadá (100) (McGann , 2020).

Se há forte presença de *think tanks* vinculados aos países integrantes do G7, pressupõe-se que, em termos destes atores ligados à área econômica, o posicionamento neoliberal que caracteriza o FMI e o BIRD deve ser predominante na enorme gama de conteúdo por eles gerado. *Think tanks* como Atlas Organization, Heritage Foundation, Cato Institute, Rand Corporation, American Enterprise Institute, do Manhattan Institute, do Mercatus Center e do Competitive Enterprise Institute compartilham do mesmo viés ideológico conservador e liberal. Especificamente, a Atlas Network declarou possuir 506 parceiros regionais em 98 países, capilarizando e customizando as mensagens de acordo com as audiências locais enquanto mantém a unidade ideológica de conteúdos neoliberais (ATLAS NETWORK, 2020).

Imagem 3 – Distribuição dos parceiros da Atlas Network



Fonte: Atlas Network <https://www.atlasnetwork.org/partners/global-directory>.

Conservadorismo à brasileira

No Brasil, o estudo supracitado da University of Pennsylvania aponta a presença de 103 organizações existentes com o objetivo de servir de referência para influenciar na construção de políticas públicas em áreas como economia, meio ambiente, saúde, segurança, tecnologia, governança, relações internacionais, social e militar. Cotejando-se estes dados às informações do *website* da Atlas Network, no país são listadas como parceiras da organização, com ideologia eminentemente neoliberal: Instituto Atlantos, Instituto de Estudos Empresariais, Instituto de Formação de Líderes (IFL-SP, IFL-MG e IFL-SC), Instituto Liberal (IL-RJ e ILISP-SP), Instituto Liberdade (IL-RS), Instituto Líderes do Amanhã, Instituto Ludwig von Mises Brasil, Instituto Millenium, Livres, Centro Mackenzie para Liberdade Econômica e Alunos Pela Liberdade (ATLAS NETWORK, 2020).

O Instituto Millenium, por exemplo, tem como um de seus fundadores Paulo Guedes, atual ministro da Economia do governo Jair Bolsonaro (sem partido). Outra figura ilustre em seus quadros é o presidente do Banco Central no governo de Fernando Henrique Cardoso (PSDB), Armínio Fraga. Isto demonstra factualmente a integração entre a pauta econômica e administradores públicos de viés neoliberal. O instituto foca no âmbito jurídico e organiza eventos e palestras econômicas em benefício do livre mercado, recebendo apoio de grandes corporações, como: Bank of America, AmCham-Brasil, Merrill Lynch, Grupo RBS e Gerdau (FANG, 2017).

O avanço conservador internacional tem reflexos na América Latina, com destaque para a situação brasileira onde, além do viés conservador, há um ascendente líder da direita global exercendo o mandato de presidente, Jair Messias Bolsonaro, eleito em 2018.

O programa de governo da coligação *Brasil acima de tudo, Deus acima de todos* dos então candidatos Jair Bolsonaro (PSL) presidente e general *Mourão (PRTB)* vice, intitulado *O caminho da prosperidade*, consistia em um conjunto de princípios gerais calcados em forte inspiração neoliberal e privatista (na gestão da economia e do Estado), moralista e conservadora (nos campos social, cultural e educacional) e punitivista (nos planos jurídico, policial e militar). Com discurso ufanista e de forte apelo religioso, a coligação conservadora alavancou estes partidos nanicos ao ápice do poder Executivo em Brasília.

No pleito de 2018, o até então minúsculo PSL foi a legenda que mais ganhou cadeiras na comparação com as eleições de 2014. Vinculado a Jair Bolsonaro, então filiado ao PSL, o partido saltou de um deputado federal para uma bancada com 52 deputados, a segunda maior da Câmara Federal, atrás somente do Partido dos Trabalhadores (PT).

De modo geral, o crescimento dos partidos mais à direita do espectro político, normalmente com pouca tradição ou identificação de posicionamento *marcário*, reforça a ampliação do fenômeno do personalismo político, com clara transferência de votos do concorrente ao cargo majoritário da nação, o presidente eleito Jair Bolsonaro, às candidaturas de seu partido.

Ou refletindo positivamente em políticos que aderiram à “onda Bolsonaro” como João Dória (PSDB/SP), Wilson Witzel (PSC/RJ) e Romeu Zema (Novo/MG), todos eleitos governadores e, embora formalmente vinculados a outros postulantes à Presidência da República, como Geraldo Alckmin (PSDB), Álvaro Dias (Podemos) e João Amoedo (Novo), apoiaram efusivamente Bolsonaro na corrida presidencial, emulando seu discurso conservador.

As temáticas predominantes da onda conservadora foram calcadas numa retórica antissistema, fazendo a apologia de que as instituições são reféns de uma estrutura corrompida e viciada no poder desde a redemocratização e que ganhou força nos governos petistas. A narrativa bolsonarista associou o PT a desmandos, à ideologia de esquerda (marxismo cultural e comunismo), a fracassos econômicos presentes em decorrência da implementação de políticas sociais perdulárias e ineficientes no passado recente das administrações Lula e Dilma, à possibilidade de o país se tornar uma Venezuela e chegar em breve a uma convulsão social, caso a velha política continuasse a gerir a nação.

Esta retórica do medo foi a estratégia-chave da campanha bolsonarista, com apelos que estimularam uma reação passional instintiva, em contraste com o ideal democrático no qual os debates são focados na racionalidade. A solução para evitar o desastre nacional estava na escolha de homens de bem, íntegros, nacionalistas, com fortes valores morais, que dariam um novo rumo ao Brasil. No entanto, sem apresentarem propostas que possibilitassem uma avaliação crítica e racional, limitando-se a

generalidades simplistas para a resolução de problemas ligados predominantemente à segurança pública e à corrupção.

Este discurso emocional foi fortemente baseado em distorções da realidade, com forte uso da desinformação enquanto ferramenta de comunicação. Mentiras, boatos, descontextualizações, deturpações, críticas à imprensa. Isto redundou na explosão de *fake news* alimentadas por redes sociais, como Facebook e Whatsapp, e nas redes sociais físicas, com forte participação de igrejas evangélicas na caça ao voto, pressão variada de lideranças empresariais e, também nas relações familiares, com a vitalização de discursos críticos ao politicamente correto e à exposição de preconceitos contra pobres, negros, mulheres, LGBTQ+, esquerdistas, intelectuais etc.

O uso de desinformação ganhou força nos últimos anos nas mãos de estrategistas de marketing político, com maior alcance graças ao desenvolvimento tecnológico, à massificação e à popularização de ferramentas de mídia, de modo a transformar mentiras em relevante instrumento de comunicação política, utilizada de modo vertiginoso no último processo eleitoral brasileiro. Para ilustrar, as agências de informação Lupa e Aos Fatos e o projeto *Fato ou Fake* tiveram de desmentir pelo menos 104 *fake news* contra Haddad e o PT e outras 19 prejudiciais a Bolsonaro (MACEDO, 2018).

Embora as agências de checagem verificassem os boatos, com a indicação quanto a sua veracidade, não foram suficientes para evitar a influência da desinformação no pleito, tornando o compromisso do TSE contra as *fake news* um retumbante fracasso, com consequências vigentes até hoje, junho de 2020, com a Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) das *fake news* reverberando numa crise institucional que interfere na administração de Bolsonaro (PADUAN, 2020).

Neoliberalismo à Bolsonaro

No campo da economia, com uma pauta neoliberal, em consonância ao Consenso de Washington, capitaneada por seu ministro da Economia, Paulo Guedes, a administração Bolsonaro tem realizado reformas que atendem interesses do mercado, contando com apoio majoritário no Congresso Nacional.

A reforma Trabalhista, iniciada na administração Temer com a sanção da lei 13.467 de 2017 (BRASIL, 2017), reduziu vários direitos trabalhistas com o intuito de

diminuir custos empresariais para potencializar a geração de empregos, medida que tem se mostrado inócua em ambos os sentidos. Retomada em 2019, sendo chamada de minirreforma trabalhista ou, eufemisticamente, Medida Provisória da Liberdade Econômica (BRASIL, 2019a) flexibilizando ainda mais os direitos trabalhistas com o mesmo intuito da reforma anterior, de gerar crescimento econômico e reduzir o desemprego.

A reforma da Previdência, com tramitação célere, foi aprovada por 353 a 118 votos, principalmente com apoio de parlamentares de partidos considerados de centro, centro-direita e direita, como PSL, PP, PL, PRB (Republicanos), MDB, DEM, PSDB, PSD, PTB, Solidariedade, Novo e Podemos. A Emenda 103/2019 (BRASIL, 2019b) foi promulgada, alterando o sistema previdenciário, com destaque para adoção de idade mínima (65 anos para homens e 62 para mulheres), mudança no cálculo para o valor do benefício, instituição de normas de transição para os trabalhadores da ativa, alteração do sistema de pensões, elevação da taxa de funcionários públicos, além de outros aspectos, com estimativa de economia de R\$ 855 bilhões aos cofres públicos para os próximos dez anos (GUIMARÃES, 2019).

Novamente a conta do ajuste recaiu sobre os trabalhadores, sendo benéfica para empresas e empresários, como ficou nítido com a declaração do presidente da Câmara dos Deputados, Rodrigo Maia (DEM), em evento da Fundação Estudar, vinculada ao empresário Jorge Paulo Lemann, realizado em São Paulo em agosto de 2019:

Os empresários, não estou criticando todos, foram muito patriotas na Previdência, mas eles não são atingidos pela Previdência. O que a gente quer deles agora é o mesmo patriotismo na reforma tributária. Há um sistema distorcido, em que uns pagam muitos impostos e outros não pagam impostos no Brasil. É isso que a gente tem que cobrar de todo mundo. Não adianta querer ser patriota no tema do outro (MAIA, 2019).

Vale lembrar que Lemann, líder do ranking de bilionários brasileiros da revista Forbes 2019, possui influência no Congresso Nacional ao apoiar a formação de integrantes de movimentos de renovação na política, como Renova BR e Acredito. A chamada bancada Lemann, composta por jovens deputados de partidos políticos de diferentes searas ideológicas (PDT e PSB considerados mais à esquerda e NOVO,

eminentemente neoliberal, à direita) reforça o esvaziamento das legendas partidárias e o fortalecimento do personalismo político focado em candidaturas independentes, alheias às diretrizes partidárias (MONTESANTI, 2019).

A última etapa das reformas liberais a ser implementada é a reforma Tributária, ainda em fase de gestação dentro do corpo técnico do Ministério da Economia, mas com alguns balões de ensaio impulsionados pelo ministro Paulo Guedes, como unificação de impostos, criação de uma versão atualizada da anterior CPMF e outras variantes a serem negociadas com o Congresso Nacional (CORRÊA, 2019).

Além, claro, das tentativas de inclusão de privatizações de empresas e patrimônio públicos, como Telebras, Correios, Serviço Federal de Processamento de Dados (Serpro), Empresa de Tecnologia e Informações da Previdência Social (Dataprev), terminais do porto de Santos, aeroportos da Infraero, subsidiárias da Eletrobrás, campos de petróleo, etc. (BRANT, 2019).

Também programas em setores estratégicos que visam beneficiar a iniciativa privada como o *Compromisso Nacional pela Educação Básica* e o *Future-se*, ambos com viés privatizante na área de Educação (PROIFES, 2019) e propostas de enxugamento das verbas direcionadas à manutenção do Sistema Único de Saúde (SUS) e incorporação de parceiros privados, na área da Saúde (VILARDAGA, 2019).

Quanto à agenda conservadora nos costumes, que recebe forte sustentação cristã, Bolsonaro tem implementado uma verdadeira guerra cultural contra os valores que associa a rupturas comportamentais contra os interesses da maioria dos brasileiros. Destacam-se projetos na área de Educação, como a propalada *Escola sem Partido* e também a questão da *Ideologia de Gênero*, termos sem validade científica, mas reiterados pela bancada evangélica de apoio ao presidente e que também está vinculada ao Estatuto da Família e a normas mais rígidas quanto ao aborto. Derrotas junto ao Supremo Tribunal Federal e morosidade quanto à tramitação no Congresso têm esvaziado estas pautas e postergado de modo imprevisível seu andamento.

No front do combate à corrupção e à violência, o governo, representado pelo então ministro Sérgio Moro, da Justiça e Segurança Pública, encontrou dificuldades em implantar suas propostas, listadas no *Pacote Anticrime* como excludente de ilicitude e legítima defesa de policiais, *plea bargain* e *whistleblower*, prisão após segunda instância,

endurecimento de penas, principalmente para crimes hediondos e organizações criminosas (NEVES, 2019).

Interferências no Conselho de Controle de Atividades Financeiras (COAF), Ministério Público Federal e Polícia Federal, por parte do presidente Bolsonaro, reforçam a percepção de que a gestão do presidente tem objetivos reeleitorais para 2022 por minar a autonomia de seu ex-ministro, e possível adversário político, enquanto blinda possíveis problemas da família com a Justiça. Some-se a isto o uso ou criação recorrente de pseudo-acontecimentos que mantém Jair Bolsonaro como figura destacada na cobertura jornalística.

Oras histriônico, oras beligerante, o presidente mantém sua verborragia ativa para manter o engajamento de seu eleitorado fiel, muito mais atento ao jogo emocional da retórica presidencial que aos fatos que demonstram o afastamento de seu discurso de *outsider* antissistema, que combateria o patrimonialismo e corrupção que caracterizaria a velha política, para se vincular aos partidos do Centrão, tidos como símbolos do sistema de *toma lá, dá cá*, com a cessão de cargos em ministérios, secretarias e outros setores da administração pública, em troca de apoio no Congresso a fim de evitar eventual *impeachment*. Ou a inflação de militares inseridos na administração pública de modo a reforçar seu vínculo às Forças Armadas, o que simbolizaria a garantia de apoio a eventual ruptura institucional capitaneada pelo presidente.

Histriônico ou beligerante, o presidente, que oscila da negociação com caciques da velha política às declarações ameaçadoras de ruptura institucional, eletriza a nação e transforma sua gestão num incerto espetáculo com consequências nefastas para o país (FOLHA DE S. PAULO, 2020).

Considerações finais

A imbricada rede de relações entre os interesses privados e públicos ganha uma dinâmica persuasória complexa e multidimensional com a percepção de que a dominação subliminar é muito mais efetiva e produtiva para a manutenção do funcionamento sistêmico, evitando que eventuais choques de realidade possam conturbar a percepção de ordem e naturalidade de se viver num sistema onde o lucro é naturalizado enquanto mola mestre da coesão social (BERNAYS, 1947; CHOMSKY, 2017).

O uso da cultura e dos *media* em busca da acomodação de interesses é mais efetiva que a imposição de valores. Nesta manufatura do consenso, vale a máxima *orwelliana* quando afirma que “Cães de circo pulam quando o treinador estala o seu chicote, mas o cachorro realmente bem treinado é aquele que dá o seu salto mortal quando não há nenhum chicote” (ORWELL *apud* CHOMSKY, 2003, p. 128).

A neblina ideológica patrocinada por atores globais interfere na percepção de funcionamento do sistema capitalista, que está calcado na geração de lucro para pessoas jurídicas com dividendos distribuídos para uma elite global de pessoas físicas, responsáveis pela condução das corporações, as quais têm forte influência na definição de políticas, corporativas e governamentais, com potencial de aumentar a exclusão e a miséria de bilhões de pessoas físicas que são relegadas pelo sistema pela impossibilidade inerente à sua inclusão, o que colocaria em xeque seu funcionamento e sua própria existência.

O espírito do tempo que ainda viceja de modo dominante no planeta, com o estímulo ao individualismo hedonista que caracteriza a sociedade de consumo global, é questionado por movimentos antissistema, como o *Leap Manifesto* (KLEIN, 2017 [po. 291]), com reflexões e ações críticas quanto aos limites de funcionamento do próprio sistema produtivo e de consumo como o *Green New Deal* (CHOMSKY, 2020), todos na busca do estabelecimento de uma sociedade sustentável, mais justa e fraterna, sob a premissa de uma nova forma de globalização (SANTOS, 2006, p. 20).

Referências

ALBRIGHT, Madeleine. **Fascismo**: Um alerta. São Paulo: Crítica, 2018. [e-book versão Kindle]

APPADURAI, Arjun. **Dimensões da globalização**. In: FEATHERSTONE, Mike et al. *Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade*. Petrópolis (RJ): Vozes, 1994.

ATLAS NETWORK. Partners. **Atlas Network**, Arlington, EUA. Disponível em <https://www.atlasnetwork.org/partners/global-directory>. Acesso em: 10 maio 2020.

AZEVEDO JÚNIOR; Aryovaldo C. Soft Power e a construção simbólica da realidade: a influência da mídia no comportamento da sociedade – o caso da reforma da previdência no Brasil. **Revista Signos do Consumo**, vol. 11, n. 1, 2019. Disponível em <https://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/150747>. Acesso em: 20 maio 2020.

BERNAYS, E. L. (1947). The engineering of consent. **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, 250 (1): 113-120. American Academy of Political & Social Science. Reprinted by permission of SAGE Publications, Inc.

BERNAYS, E. L. (1928). **Propaganda**. Reimpressão, New York: Ig Publishing, 2005.

BRANT, Danielle. Governo levanta R\$ 78,6 bilhões com privatizações no ano, diz ministério. **Jornal Folha de S. Paulo**, 03 out. 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/10/governo-levanta-r-786-bilhoes-com-privatizacoes-no-ano-diz-ministerio.shtml>. Acesso em: 30 maio 2020.

BRASIL. Lei n. 13.467, 13 de jul. de 2017. **Reforma trabalhista**. Brasília, 14 jul. 2017. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/113467.htm. Acesso em: 30 maio 2020.

BRASIL, Lei n. 13.874, 20 set. 2019a. **Medida Provisória da Liberdade Econômica**. Brasília, 20 set. 2019. Disponível em: <http://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-13.874-de-20-de-setembro-de-2019-217365826>. Acesso em: 30 maio 2020.

BRASIL, Emenda Constitucional n. 103, 13 nov.2019b. **Alteração do sistema de previdência social**. Brasília, 13 nov. 2019. Disponível em: <http://www.in.gov.br/en/web/dou/-/emenda-constitucional-n-103-227649622>. Acesso em: 30 maio 2020.

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. **A crise da América Latina: Consenso de Washington ou crise fiscal?** Aula Magna no XVIII Encontro Nacional de Economia da ANPEC, Brasília, 4 de dezembro 1990. Disponível em: <http://www.bresserpereira.org.br/view.asp?cod=240>. Acesso em: 20 maio 2020.

CHOMSKY, Noah. **Propaganda e consciência popular**. São Paulo: Edusc, 2003. [e-book versão Kindle].

CHOMSKY, Noah. **Quem Manda no Mundo?** São Paulo: Editora Planeta, 2017. [e-book versão Kindle].

CHOMSKY, Noah. A Green New Deal Can Create Jobs and Livelihoods. **Literary Hub**. Disponível em: <https://lithub.com/noam-chomsky-a-green-new-deal-can-create-jobs-and-livelihoods/>. Acesso em: 30 maio 2020.

CORRÊA, Marcello. Reforma tributária: proposta de governo autorizada apenas com PIS e Cofins. **Jornal O Globo Economia**, 10 set. 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/reforma-tributaria-proposta-do-governo-comecara-com-unificacao-apenas-do-pis-cofins-23938859>. Acesso em: 30 maio 2020.

ECONOMIST, Democracy Index 2019: A year of democratic setbacks and popular protest. **The Economist Intelligence Unit**. Disponível em: <https://www.eiu.com/topic/democracy-index>. Acesso em: 10 maio 2020.

ECONOMIST, Where next and what for Latin America? **The Economist Intelligence Unit**. Disponível

em:https://www.eiu.com/public/topical_report.aspx?campaignid=latinamerica2019>. Acesso em: 10 maio 2020.

FANG, Lee. A esfera de influência: Como os libertários americanos estão reinventando a política latino-americana. **The Intercept Brasil**, 11 ago. 2017. Disponível em: <https://theintercept.com/2017/08/11/esfera-de-influencia-como-os-libertarios-americanos-estao-reinventando-a-politica-latino-americana/>. Acesso em: 2 fev. 2020.

FOLHA DE S. PAULO. 'Tudo aponta para uma crise', diz Bolsonaro ao citar ações do Judiciário sobre governo. **Jornal Folha de S. Paulo**, 30 maio 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/05/tudo-aponta-para-uma-crise-diz-bolsonaro-ao-citar-acoes-do-judiciario-sobre-governo.shtml>. Acesso em: 30 maio 2020.

GONZALES, Osmar. Los Orígenes Del populismo latinoamericano. **Cuadernos del Cendes**, v. 24, n. 66, 2007. Disponível em: http://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1012-25082007000300005&script=sci_arttext. Acesso em: 15 jul. 2020.

GRAZIANO, Luigi. O lobby e o interesse público. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 12, n. 35, fev. 1997. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/26361397_O_Lobby_e_o_Interesse_Publico. Acesso em: 5 maio 2020.

GUIMARÃES, Lígia. Reforma da Previdência: na versão final aprovada no Senado, quais mudanças podem ajudar a economia?. **BBC News Brasil**, 22 out. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-50148479>. Acesso em: 30 maio 2020.

HALL, Stuart et al. **Policing the crisis: Mugging, the State, and Law and Order**. Londres, Macmillan, 1978.

IMF (International Monetary Fund). **World Economic Outlook Database, October 2019**. Disponível em: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2019/02/weodata/index.aspx>. Acesso em: 30 maio 2020.

KLEIN, Naomi. **Não basta dizer não [e-book versão Kindle]**. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2017.

MACEDO, Isabel. Das 123 fake news encontradas por agências de checagem, 104 beneficiaram Bolsonaro. **Congresso em foco**, 26 out. 2018. Disponível em <https://congressoemfoco.uol.com.br/eleicoes/das-123-fake-news-encontradas-por-agencias-de-checagem-104-beneficiaram-bolsonaro/>. Acesso em: 10 maio 2020.

McGANN, James G., **2019 Global Go To Think Tank Index Report**. The Lauder Institute, University of Pennsylvania, 2020. Disponível em: https://repository.upenn.edu/think_tanks/17/. Acesso em: 10 maio 2020.

MONTESANTI, Beatriz. "Bancada Lemann": os políticos apoiados pelo 2º homem mais rico do Brasil. **UOL Política**, 22 maio 2019. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/05/22/com-trajetoria-parecida-deputados-associados-a-lemann-divergem-na-politica.htm>. Acesso em: 30 maio 2020.

MULLER et al. Os verdadeiros donos do mundo. **Revista Superinteressante** (14/06/2018). Disponível em: <https://super.abril.com.br/comportamento/os-verdadeiros-donos-do-mundo/>. Acesso em: 10 maio 2020.

NARITA, F. Z.; MORELOCK, J. **O Problema do Populismo: Teoria, Política e Mobilização**. Jundiaí, Paco Editorial, 2019.

NEVES, Rafael. Pacote anticrime de Moro ponto a ponto. **Congresso em Foco**, 5 fev. 2019. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/governo/pacote-anticrime-de-moro-ponto-a-ponto-veja-como-a-lei-e-hoje-e-o-que-pode-mudar/>. Acesso em: 30 maio 2020.

OXFAM, Bilionários do mundo têm mais riqueza do que 60% da população mundial. **Oxfam Brasil**, 19 jan. 2020. Disponível em: <https://www.oxfam.org.br/noticias/bilionarios-do-mundo-tem-mais-riqueza-do-que-60-da-populacao-mundial/>. Acesso em: 20 maio 2020.

PADUAN, Roberta. Como funciona e o que teme a bancada das ‘fake news’ no Congresso. **Revista Veja**, edição 268608, 13 maio 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/com-funciona-e-o-que-teme-a-bancada-das-fake-news-no-congresso/>. Acesso em: 30 maio 2020.

PROIFES. Governo assume a privatização da educação e terá como resposta o povo nas ruas contra os seus ataques. **Notícias Proifes**, 19 jul. 2019. Disponível em: <https://www.proifes.org.br/noticias-proifes/governo-assume-a-privatizacao-da-educacao-e-tera-como-resposta-o-povo-nas-ruas-contras-os-seus-ataques>. Acesso em: 30 maio 2020.

PWC BRASIL. **100 maiores empresas globais (2019)**. PricewaterhouseCoopers Brasil. Disponível em: <https://www.pwc.com.br/pt/estudos/servicos/auditoria/2019/100-maiores-empresas-globais.html>. Acesso em: 30 maio 2020.

ROTHKOPF, David. O poder das empresas tornou-se um risco global. **Revista Época**, 22/08/2012. Entrevista concedida a Rodrigo Turrer. Disponível em: <http://www.pnbe.org.br/david-rothkopf-o-poder-das-empresas-tornou-se-um-risco-global.html>. Acesso em: 5 maio 2020.

RUBIM, Antonio A.C. Espetacularização e Mídiação da Política. In: **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. São Paulo, Record, 2006.

SCHEEFFER, Fernando. (2014). **Esquerda e direita: velhos e novos temas**. Anais do 38º Encontro Anual da Anpocs. Disponível em: <https://anpocs.com/index.php/papers-38-encontro/gt-1/gt27-1/9084-esquerda-e-direita-velhos-e-novos-temas/file>. Acesso em: 10 maio 2020.

SILVA, Daniel Reis. **Astroturfing: lógicas e dinâmicas de manifestações de públicos simulados**. Belo Horizonte: PPGCOM/UFMG, 2015.

TUON, Ligia. Por que Maia apelou ao “patriotismo” dos empresários na reforma tributária. **Revista Exame**, 10 ago.2019. Disponível em: <https://exame.com/economia/por-que-maia-apelou-ao-patriotismo-dos-empresarios-na-reforma-tributaria/>. Acesso em: 30 maio 2020.

VILARDAGA, Vicente. O impasse na saúde. **Revista Istoé**, ed. 2.608, 20 dez. 2019. Disponível em: <https://istoe.com.br/o-impasse-na-saude/>. Acesso em: 30 maio 2020.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Temática
Volume 14, Número 3, set./dez. de 2020
Submetido em: 20/06/2020
Aprovado em: 14/08/2020

Epistemologias mutiladas e a exploração política de vieses cognitivos: o negacionismo engendrado pela retórica bolsonarista em grupos de WhatsApp

Crippled epistemologies and the political exploitation of cognitive biases: the negationism engendered by Bolsonaroian rhetoric in WhatsApp groups

Epistemologías mutiladas y exploración política de sesgos cognitivos: el negacionismo engendrado por la retórica bolsonarista en los grupos de WhatsApp

Regiane Miranda de Oliveira NAKAGAWA¹
Renata Correia Lima Ferreira GOMES²
Tarcísio de Sá CARDOSO³

Resumo

Este artigo apresenta uma análise de mensagens acerca do novo coronavírus que circularam em grupos bolsonaristas de WhatsApp, na tentativa de apreender em que medida elas se articulam segundo o que Hardin (2002) e Sunstein e Vermeule (2009) conceituam como epistemologias mutiladas, ou seja, um universo epistemologicamente limitado e isolado de informações, pautado pela falsificação de inferências lógicas e pelo desenvolvimento de crenças que negam qualquer posição contrária. Para isso, monitoramos grupos bolsonaristas pela plataforma Monitor de Whatsapp durante o período de dois meses, em que detectamos a constituição de uma grande narrativa acerca da Covid-19, estruturada por meio de dois dominantes que, igualmente, indicam modos distintos de concatenação das sequências narrativas: a indução retórica e o argumento pelo exemplo. Com isso, buscamos pontuar de que maneira as epistemologias mutiladas constroem uma retórica própria.

Palavras-chave: Epistemologias mutiladas. Crenças. Narrativas. Retórica.

¹ Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP, profa. permanente do PPG em Comunicação da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) e do Centro de Culturas, Linguagens e Tecnologias Aplicadas (CECULT) da UFRB, Santo Amaro, Bahia, Brasil. E-mail: regianemo@uol.com.br. ORCID: 0000-0002-2039-7610.

² Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP e profa. do Centro de Culturas, Linguagens e Tecnologias Aplicadas (CECULT) da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), Santo Amaro, Bahia, Brasil. E-mail: renatafgomes@ufrb.edu.br. ORCID: 0000-0001-6509-654X.

³ Doutor em Tecnologias da Inteligência e Design Digital pela PUC/SP, prof. do Depto. de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, Bahia, Brasil. E-mail: tcardoso@gmail.com. ORCID: 0000-0002-1093-5307.

Abstract

This article presents an analysis of messages that circulated in pro-Bolsonaro WhatsApp groups regarding the new coronavirus, in an attempt to apprehend to what extent they articulate according to what Hardin (2002) and Sunstein and Vermeule (2009) conceptualize as crippled epistemologies, an epistemologically limited and isolated universe of information, based on the falsification of logical inferences and the creation of beliefs that deny any contrary position. For this purpose, we monitored pro-Bolsonaro WhatsApp groups through the WhatsApp Monitor platform during two months, and were thus able to detect the establishment of a vast narrative related to Covid-19, arranged by the presence of two dominants that indicate distinct ways of structuring the narrative sequences: the rhetorical induction and the argument by example. With this, we seek to demonstrate how crippled epistemologies build their own rhetoric.

Keywords: Crippled epistemologies. Beliefs. Narratives. Rhetoric.

Resumen

Este artículo presenta un análisis de los mensajes que circularon en los grupos de WhatsApp sobre el nuevo coronavirus, en un intento por comprender en qué medida estos mismos se articulan según lo que Hardin (2002) y Sunstein y Vermeule (2009) conceptualizan como epistemologías mutiladas, es decir, un universo de información epistemológicamente aislado y limitado, guiado por la falsificación de inferencias lógicas y el desarrollo de creencias que niegan cualquier posición contraria. Para eso, monitoreamos grupos bolsonaristas por intermedio de la plataforma Monitor de Whatsapp durante el período de dos meses, por lo cual se detectó la constitución de una gran narrativa sobre el nuevo coronavirus, estructurada mediante la presencia de dos dominantes que, igualmente, indican diferentes formas de concatenar las secuencias narrativas: inducción retórica y argumento por el ejemplo. Con eso, buscamos señalar cómo las epistemologías mutiladas construyen su propia retórica.

Palabras clave: Epistemologías mutiladas. Creencias. Narrativas. Retórica.

Introdução

Em fevereiro de 2020, a pandemia de coronavírus teve seu primeiro caso oficial no Brasil reconhecido pelo Ministério da Saúde. Dali em diante, o debate público seria fortemente marcado por um descompasso alarmante entre os dados e as diretrizes chancelados pelas autoridades científicas nacionais e internacionais e as políticas públicas do governo de Jair Bolsonaro, que, mesmo assim, mantém uma base de apoio popular em torno de 30% do eleitorado (KLEIN, 2020), o qual se coloca como fiel defensor das ideias do chefe de governo. Em face disso, uma pergunta parece emergir: qual é a configuração

dos grupos bolsonaristas, que os leva a compartilhar crenças marcadamente pseudocientíficas disseminadas pelo presidente ou por seus assessores?

Neste artigo, trabalhamos a hipótese de que esse fenômeno se organiza e se sustenta por meio da criação e manutenção, entre a base de apoiadores do bolsonarismo, de epistemologias mutiladas⁴ (HARDIN, 2002; SUNSTEIN; VERMEULE, 2009), ou seja, um universo epistemologicamente isolado e limitado de fontes informacionais, que leva seus membros a desenvolver crenças injustificadas e possivelmente nocivas sobre a realidade, disfarçando de pensamento lógico um processo que falsifica cadeias de inferências lógicas. Para isso, as epistemologias mutiladas são alicerçadas em teorias conspiratórias, de fundo eminentemente narrativo, as quais, junto a outros dispositivos, mantêm esse grupo de pessoas fortemente coeso e cativo em relação ao candidato/presidente, assim como às suas propostas.

Acreditamos também que tal feito é realizado por meio de uma estratégia sistematizada de comunicação, em grande medida centrada na manutenção de uma rede de grupos de WhatsApp, que compartilham conteúdos entre si pela presença de alguns usuários em mais de um grupo (RESENDE et al., 2019), seja de forma espontânea, em grupos formados mais organicamente – amigos, colegas, familiares, igrejas etc. – seja pela intervenção deliberada de agentes externos, com diversos graus de ligação à campanha e/ou ao governo, por vezes alimentando os grupos de forma automatizada, com “disparos em massa” (CAMPOS MELLO, 2018).

Tal configuração em rede retroalimenta os grupos com conteúdos endógenos e, em certa medida, bloqueia os conteúdos exógenos advindos da rede mais ampla e diversa, promovendo, portanto, os níveis de isolamento epistemológico necessários à geração e à manutenção da “mutilação” nos sistemas de crença. Essas epistemologias mutiladas possibilitariam, assim, a criação e manutenção de uma espécie de realidade paralela, mantida pela constante reafirmação das crenças por parte do grupo, atravessada também por sentimentos de lealdade (SUNSTEIN, 2009), fazendo com que a comunidade se “blinde” mutuamente do contato com a diversidade informacional da sociedade, cujas

⁴ Propomos esta tradução para o original *crippled epistemologies*, em vez do literal “aleijadas”, que carrega conotação ofensiva, ofuscando a compreensão do conceito.

contradições e informações novas poderiam ameaçar as crenças solidificadas no grupo mais restrito, criando “dissonância cognitiva” e colocando em xeque a relação com o líder e suas propostas.

Para investigar nossa hipótese, retomaremos alguns fundamentos sobre as crenças com base no semioticista Charles Sanders Peirce e na psicologia cognitiva para, em seguida, analisar a articulação narrativa e retórica de um corpus de mensagens obtido a partir do Monitor de WhatsApp, um sistema desenvolvido pelo Departamento de Ciência da Computação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), dentro do projeto Eleição sem Fake News, que monitora diariamente mais de 300 grupos públicos de WhatsApp, extraindo deles conteúdos de imagem, mensagens de texto, vídeos, áudios e links, e disponibilizando-os para uma rede de pesquisadores, após anonimizar os dados dos usuários originais (RESENDE et al., 2019, p. 10). Dentre o conteúdo disponível no Monitor, escolhemos nos deter sobretudo nas imagens, o formato de mídia mais comum e mais compartilhado entre os grupos (RESENDE et al., 2019, p. 2), de modo a utilizar os demais formatos apenas para auxiliar na compreensão do contexto em que tais imagens se inserem, quando necessário. Fizemos também um recorte temático – a pandemia do novo coronavírus – e temporal, que vai de 12 março, dia em que o referido tema chega de vez aos grupos, até 20 de maio, data a partir da qual a narrativa perde força nos grupos, sem que nenhum novo elemento estruturante tenha se apresentado até o fim da redação deste artigo⁵.

Como estratégia metodológica, tomou-se por base o reconhecimento de dominantes (JAKOBSON, 1983), relativos a dois recursos retóricos que se mostraram recorrentes na forma como a narrativa sobre a pandemia foi construída no material analisado: a indução retórica e o argumento pelo exemplo. Por meio deles, reconhecemos assim a presença de vetores pelos quais as epistemologias mutiladas constroem uma grande narrativa mediante uma retórica própria que, por sua vez, elucida modos específicos de difusão de crenças.

⁵ A partir daí, a narrativa da cloroquina acelera sua “migração” dos grupos de WhatsApp para a esfera das políticas públicas oficiais do governo, com a saída do ministro da saúde Nelson Teich e a publicação de um novo “protocolo” para administração off label do medicamento, agora para casos leves de Covid-19.

Crenças mutiladas e vieses cognitivos

Em um texto de 1877, chamado “A fixação das crenças”⁶ o filósofo norte-americano Charles Sanders Peirce apresenta uma reflexão sobre os modos alternativos pelos quais é possível aos humanos sair do estado de dúvida para o de crença. Antes de tudo, vale notar que, por dúvida, Peirce entendia “um estado [mental] desagradável e incômodo, de que lutamos por libertar-nos e passar ao estado de crença” (PEIRCE, 1975, p. 77) e, por crença, compreendia o estado mental que opera como uma tendência à ação, isto é, um estado mental que “não nos leva a agir de imediato, mas nos coloca em situação tal que, chegada a ocasião, nos comportaremos de certa maneira” (PEIRCE, 1975, p. 77).

Para Peirce (1975), as formas de se fixar uma crença se traduzem em quatro métodos: o da tenacidade; o da autoridade; o *a priori*; e o científico. De modo geral, podemos dizer que os traços distintivos de cada um deles são, respectivamente: a negação de toda posição contrária (como um gesto de agarrar-se à crença frente a tudo o que poderia ameaçá-la); a adoção de doutrinas coletivas estimadas como melhores que outras (como um sistema de crenças de um grupo); o diálogo entre opiniões e a busca por uma conclusão a partir da comparação de ideias (pelo juízo racional); o diálogo entre a comunidade de investigadores e a manifestação estável de um exterior às próprias representações dessa comunidade (tal como o mecanismo empregado nas ciências em geral).

Uma discussão complementar aos modos de produzir crenças é a que versa sobre os vieses cognitivos. Fugindo da questão do método, a interferência dos vieses nos modos pelos quais os indivíduos em comunidades adquirem suas crenças influencia a própria base de discernimento e a crença das mentes, tendo por isso relevância epistemológica. No que tange às crenças, McIntyre argumenta que nós, humanos, não somos tão racionais quanto gostaríamos de ser e, para defender essa ideia, apresenta diversos conceitos relacionados ao “viés cognitivo”⁷, que ajudam a perceber como tendemos a reagir quando

⁶ O texto *A fixação das crenças* é o primeiro de um conjunto de textos que compreendem o período de 1877 a 1888, que os especialistas na filosofia peirceana costumam chamar de ilustrações da lógica da ciência. Para mais detalhes ver *The Essential Peirce* (PEIRCE, 1998). Neste artigo, será utilizada a versão traduzida para o português, publicada em 1975.

⁷ No original: “cognitive bias”.

somos confrontados com verdades inesperadas e desconfortáveis (MCINTYRE, 2018, p. 35).

[...] Gostaríamos de pensar que deveríamos sempre [mudar] a crença que se mostrou errada. Se estivermos errados sobre uma questão da realidade empírica – e finalmente formos confrontados com as evidências –, seria mais fácil trazer nossas crenças de volta à harmonia, alterando aquela de que agora temos bons motivos para duvidar. Mas isso nem sempre é o que acontece. Existem muitas maneiras de ajustar um conjunto de crenças, algumas racionais, outras não (MCINTYRE, 2018, p. 36)⁸.

De acordo com McIntyre (2018, p. 38), a psicologia experimental chama “dissonância cognitiva”⁹ a formação cognitiva de um “efeito surpresa” por conta da quebra de expectativa de uma crença que não foi confirmada pelos fatos apresentados. Mais importante que notar a existência de uma surpresa, no entanto, é tentar entender como o ser humano tende a resolvê-la. Isto é, diante de uma quebra de expectativa experimentada com a inclusão de um fato novo (altamente dissonante), como a mente dá conta de entendê-lo (reduzindo a dissonância cognitiva)?

Apesar de os vieses cognitivos da mente humana já serem conhecidos desde os anos 1960, as condicionantes da pós-verdade só se deram nos anos 2000, quando se somaram a tais aspectos cognitivos o extremismo político expresso em preconceitos partidários e o ambiente midiático favorável à perpetuação de ideias radicais e sem contato com o diferente, o que McIntyre chama de “silo da rede social” (2018, p. 43)¹⁰. É justamente esta articulação do bolsonarismo entre o extremismo e a mídia digital que será o foco da nossa análise de mensagens de caráter político circuladas via WhatsApp, em que, muitas vezes, são utilizadas formas lógicas inconsistentes, mas que exercem um importante efeito na constituição e reafirmação das crenças dos referidos grupos.

⁸ No original: “One would like to think that it should always be the belief that was shown to be mistaken. If we are wrong about a question of empirical reality – and we are finally confronted by the evidence – it would seem easiest to bring our beliefs back into harmony by changing the one that we now have good reason to doubt. But this is not always what happens. There are many ways to adjust a belief set, some rational and some not”.

⁹ No original: “cognitive dissonance”.

¹⁰ No original: “social media ‘silos’”.

De um modo geral, o que a psicologia ajudou a revelar foi que, muitas vezes, podemos ser levados a uma tendência irracional de acomodar crenças a nossos sentimentos. O autor explica ainda o “efeito backfire” (ou tiro que saiu pela culatra) e o “efeito Dunning-Kruger” (viés de excesso de confiança). O primeiro caso ocorre quando um partidário é apresentado à evidência de que seu posicionamento político é falho, mas, em vez de questioná-lo, tende a negar a evidência e dobrar a aposta na crença refutada (chegando até a aumentar a força da crença prévia, que se mostrou equivocada). No segundo caso, trata-se de uma espécie de viés cognitivo “arrogante”, pois diz da inabilidade de um indivíduo em reconhecer a própria incapacidade sobre algo. O efeito recebe este nome porque foi sistematizado em 1999 por um experimento de Dunning e Kruger, no qual os autores chegaram a uma conclusão surpreendente: a maior inflação na avaliação da autocapacidade de um indivíduo vem justamente daqueles com a menor performance demonstrada nos experimentos (MCINTYRE, 2018, p. 53).

Os experimentos sobre vieses cognitivos apontam para o fato de que “especialmente quando estamos comprometidos emocionalmente em um assunto, todas as evidências experimentais mostram que nossa capacidade de raciocinar bem provavelmente será afetada” (MCINTYRE, 2018, p. 55)¹¹. Assim, apesar de todos os apelos aos procedimentos investigativos, ao criticismo e à comunidade, muitas vezes, tais atitudes são deliberadamente ignoradas, quando não evitadas, na tentativa de se criar formas não críticas de proteger uma crença.

Ao estudar a relação entre extremismos e teorias da conspiração, Sunstein e Vermeule (2009) defendem que as teorias conspiratórias não são meramente crenças falsas, pois delas diferem quando criam mecanismos de blindagem.

[...] os mecanismos que explicam as teorias da conspiração se sobrepõem aos que representam crenças falsas e perigosas de todo tipo, incluindo aqueles que alimentam a raiva e o ódio. Mas [...] as teorias da conspiração têm características distintas, principalmente por causa de sua qualidade de autovedação; os próprios argumentos que as originam e explicam sua plausibilidade dificultam que seus opositores as refutem

¹¹ No original: “But especially when we are emotionally invested in a subject, all of the experimental evidence shows that our ability to reason well will probably be affected”.

ou mesmo questionem (SUNSTEIN; VERMEULE, 2009, p. 206–207)¹².

Ainda segundo os autores, há uma relação “entre cascatas [isto é, a transmissão adiante de ideias] e o fenômeno bem estabelecido de polarização de grupos, pelo qual os membros de um grupo de deliberação geralmente terminam em uma posição mais extrema” (SUNSTEIN; VERMEULE, 2009, p. 216)¹³. Quando chegam nesse tipo de atitude mais extrema, no entanto, os grupos passam a se comportar dogmaticamente, de acordo com o que foi definido por Peirce como método da autoridade, sustentando crenças coletivas e hábitos de ação vinculados com a efetivação de ideais políticos e desejos de dominação sobre indivíduos que não compactuam com determinado sistema de crenças.

Desse modo, as formas de validação das crenças próprias das epistemologias mutiladas parecem trazer vieses de todo tipo, reincidentes nas esferas da psicologia social, que não apenas não gozam de validade racional como também expressam uma radicalização de posicionamentos epistêmico-políticos de grupos, reforçando extremismos.

Como vimos, radicalizar uma aversão ao dissonante (HARDIN, 2002; SUNSTEIN; VERMEULE, 2009) e formar escudos protetores a evidências contrárias por meio de sabotagens emocionais promovem uma espécie de isolamento e blindagem à realidade externa. Em tais mecanismos de falseamento de evidências para manter as crenças, nota-se que a frustração da expectativa implica não a revisão das teorias, postulados e explicações, mas, ao contrário, o reforço das crenças frustradas pela experiência e pela exploração de emoção (ódio) contra a teoria oposta (muitas vezes, contra uma teoria científica, por exemplo). Para tal, é possível detectar a utilização de determinados recursos retóricos e de linguagem no processo de constituição de

¹² No original: “[...] the mechanisms that account for conspiracy theories overlap with those that account for false and dangerous beliefs of all sorts, including those that fuel anger and hatred. But [...] conspiracy theories have distinctive features, above all because of their self-sealing quality; the very arguments that give rise to them, and account for their plausibility, make it more difficult for outsiders to rebut or even to question them”.

¹³ No original: “[...] between cascades [...] and the well-established phenomenon of group polarization, by which members of a deliberating group typically end up in a more extreme position [...]”.

mensagens que, justamente, visam a reafirmar tais sistemas de crenças. Vejamos como isso se articula nos grupos de WhatsApp selecionados para este estudo.

A indução retórica

Antes de adentrarmos na análise do material selecionado, cumpre ressaltar que compreendemos as teorias conspiratórias construídas nos grupos de WhatsApp bolsonaristas analisados como casos particulares do pensamento narrativo, o qual é estruturado por meio da contínua atualização de uma “sequência de ações” (ECO, 2004, p. 88) que se sucedem cronologicamente e linearmente no decurso do tempo, resultando na constituição daquilo que Santaella (2001, p. 331) define como “narrativa sucessiva”. Com isso, nota-se de que maneira as teorias conspiratórias promovem a reorganização de diferentes eventos em cadeias temporais baseadas na volição e, sobretudo, nas crenças de agentes individualizados, que são tomadas como índices de uma causalidade mais ampla e propositalmente degradada, na tentativa de reduzir teias complexas de ocorrências a cadeias temporais simplórias.

Ainda segundo Santaella (2001, p. 331), uma sequência narrativa pode ser apreendida quando, no exercício de “metalinguagem analítica”, é possível nomear diferentes ações que mantêm algum traço em comum. Assim, nos grupos de WhatsApp observados, foi detectada a presença de determinados recursos retóricos que tanto permitem agrupar e conferir um nome para uma série de ações quanto exercem papéis muito pontuais na grande narrativa bolsonarista. Conforme indicamos anteriormente, neste artigo, enfatizaremos dois deles que, apesar das suas especificidades, apresentam um traço em comum: a necessidade de apresentar uma comprovação e/ou prova relativa a uma conspiração que somente aqueles diretamente relacionados aos grupos bolsonaristas costumam aceitar.

O primeiro reporta-se àquilo que Barthes (2001), em alusão à retórica de Aristóteles, indica ser a “indução retórica”, na qual “procede-se de um particular a outro particular pelo elo implícito do geral: de um objeto infere-se a classe; depois, dessa classe, defere-se outro objeto” (BARTHES, 2001, p. 55). Trata-se do tipo de argumento em que, pela junção de uma série de ocorrências que mantêm alguma similaridade entre si,

constrói-se uma generalização que, inclusive, seja igualmente válida para outras situações que possuam alguma analogia com aquelas diretamente explicitadas no argumento.

Antes de aludirmos mais detalhadamente ao modo de funcionamento desse tipo de argumento, cumpre ressaltar a proximidade (aparente) que ele mantém com a indução. Como Peirce (1975) indica, por indução entende-se uma forma de raciocínio lógico¹⁴ que opera por estimativa ou probabilidade. Assim, o raciocínio indutivo constrói uma generalização com base na recorrência de certo número de casos em que “algo é verdadeiro” (PEIRCE, 1975, p. 148) e, a partir deles, inferimos que a mesma proporção valerá para a totalidade da classe a qual pertencem os casos observados.

Apesar da proximidade entre a indução retórica e a indução lógica, ambas não se confundem. Isso decorre da própria distinção existente entre retórica e lógica, uma vez que uma e outra se caracterizam por propósitos muito distintos. Quanto a isso, Perelman é preciso ao afirmar que:

A retórica, em nosso sentido da palavra, difere da lógica pelo fato de se ocupar não com a verdade abstrata, categórica ou hipotética, mas com a adesão. Sua meta é produzir ou aumentar a adesão de um determinado auditório a certas teses e seu ponto inicial será a adesão desse auditório a outras teses (PERELMAN, 2004, p. 70).

Em correlação a Perelman, Barthes (2001) afirma que, diferentemente da ética, a retórica não possui compromisso com o verdadeiro, mas, sim, com o verossímil, ou seja, aquilo que pode parecer verdadeiro ou plausível para um determinado auditório com o intuito de persuadi-lo acerca de uma determinada questão. Por consequência, qualquer prática retórica articula-se em função do repertório e do sistema de crenças do público para o qual é direcionado, de modo que aquilo que pode ser verossímil a um grupo pode não ser a outro.

Por outro lado, a lógica relaciona-se à articulação formal mais abstrata do raciocínio, livre de qualquer sujeição a algo que lhe seja externo. Além disso, em conformidade com o quadro das ciências filosóficas formulado por Peirce, estética, ética e lógica fazem parte das chamadas ciências normativas. Com isso, a estética estabelece

¹⁴ Para Peirce, os demais tipos de raciocínio são a dedução e a abdução.

os princípios norteadores para a ética, que, por sua vez, define os princípios norteadores da lógica. Dessa forma, o “bem racionar” não se encontra destituído de um direcionamento ético e estético, pois deve, antes de tudo “[...] possuir não apenas virtudes como as da honestidade intelectual, da sinceridade e um real amor pela verdade, mas sim as concepções morais mais altas” (PEIRCE, 1990, p. 22).

Assim, enquanto a retórica diz respeito a uma relação comunicativa constituída com o intuito de provocar um determinado efeito sobre um auditório específico, a lógica reporta-se àquilo que deve pautar o próprio ato de raciocinar, cuja meta consiste em subsidiar ações responsáveis, território este da ética, com a qual, conforme indicamos, a lógica se vincula, diferentemente da retórica.

Ao se utilizar da indução retórica, os *posts* veiculados em grupos bolsonaristas parecem querer simular a formalização que caracteriza a indução lógica com o intuito de gerar um “efeito de verdade” a uma conspiração, ou de comprová-la por meio de uma pseudocientificidade que resulta por produzir um efeito persuasivo voltado a, meramente, reafirmar as crenças vinculadas a esses mesmos grupos. Quanto a isso, Barthes lembra que, em Aristóteles, a retórica “[...] é uma lógica voluntariamente degradada, adaptada ao nível do ‘público’, isto é, do senso comum, da opinião corrente” (BARTHES, 2001, p. 16). Tal forma de articulação argumentativa reporta-se, justamente, às chamadas “provas dentro-da-*technè*”¹⁵ (BARTHES, 2001, p. 54), ou seja, argumentos que são criados pela própria linguagem, cuja verossimilhança subsiste apenas nela própria¹⁶.

É justamente essa degradação da lógica que caracteriza boa parte das mensagens analisadas, ao mesmo tempo que evidencia a constituição de uma sequência narrativa construída por meio de uma similaridade forjada pela linguagem, de modo que acontecimentos complexos são correlacionados de forma simplória a causas totalizantes e secretas.

No âmbito do material analisado, a “chegada” aos grupos de WhatsApp do tema “coronavírus” se dá de forma definitiva em 12 de março de 2020, um dia após a

¹⁵ Por outro lado, as provas fora-da-*technè* são aquelas edificadas com base em “fragmentos de real que entram diretamente na *dispositio*” (BARTHES, 2001, p. 53).

¹⁶ Para Barthes, aliada à indução, outra forma de constituição desse tipo de argumento reporta-se à dedução, pela qual ocorre a formulação do entimema, um silogismo também constituído por meio da verossimilhança interna da linguagem, sem relação necessária com algo que subsista “fora” dela.

Organização Mundial da Saúde (OMS) dar oficialmente à Covid-19 o status de pandemia. Antes dessa data, há apenas poucas menções ao vírus, esporádicas e satíricas. Essa primeira entrada acontece de forma simultânea em diferentes grupos, com o mesmo material sendo compartilhado em vários deles, contendo um único argumento: a defesa das manifestações bolsonaristas de 15 de março, as quais estavam sendo criticadas publicamente em função das novas diretrizes de combate ao vírus, que condenavam as aglomerações. Nessa primeira incursão já é possível apreender, claramente, a criação de induções retóricas que, a partir da quantidade, da repetição e da justaposição, buscam criar uma lógica que, na verdade, é falaciosa, como podemos ver na figura 1:

Figura 1 – Posts de 12/03/2020 a favor da manifestação pró-Bolsonaro prevista para 15/03/2020



Fonte: plataforma Monitor WhatsApp, UFMG.

A justaposição de imagens de aglomeração nas duas primeiras figuras objetiva criar uma continuidade pela semelhança, enfatizando, pela dimensão icônica, a contradição buscada: se essas outras situações de aglomeração foram possíveis, sem nenhuma crítica do poder público, por que esta de agora – a manifestação pró-Bolsonaro – não seria? Por sua vez, o terceiro *post*, localizado à direita, composto essencialmente por texto, expande o contexto e a sofística da contradição, adicionando o transporte público às condições de aglomeração, de modo a associar ao exemplo uma situação a que a maioria dos brasileiros é submetida.

Nos *posts*, busca-se criar o argumento de que qualquer tentativa de barrar as manifestações é não apenas arbitrária, mas seletiva, realizada única e exclusivamente por

se tratar de um protesto bolsonarista. Essa narrativa se encaixa, portanto, numa narrativa mais ampla, ou seja: a chave conspiratória de que o governo Bolsonaro seria vítima constante de “perseguição” por parte de diferentes instituições republicanas, por sua luta contra “tudo isso que está aí”.

Tal estrutura de repetição e continuidade por semelhança será replicada em diversos momentos do período analisado, sempre por meio do mesmo recurso: a indução retórica disfarçada de indução lógica. Trata-se de um dispositivo fundamental na manutenção das “epistemologias mutiladas”, pois parte de pressupostos já sedimentados na compreensão do grupo em forma e conteúdo e os utiliza como ponto de entrada para esse novo universo temático, o da pandemia da Covid-19, num momento em que o governo ainda não tinha uma posição clara em relação ao fenômeno e não havia lançado as bases daquilo que, em retrospecto, podemos perceber como uma estratégia retórica para a abordagem da pandemia. Neste caso, a teoria conspiratória ganha a forma do “vírus chinês”, expressão que, importada da retórica de Donald Trump e plantada entre o bolsonarismo desde a entrada do coronavírus nos grupos, evoca a “teoria” segundo a qual a China criou o Sars-Cov2 em laboratório e/ou o disseminou deliberadamente, buscando destruir a economia capitalista ocidental para, assim, ganhar vantagem em seu plano de dominação.

A narrativa do “vírus chinês”, já no dia 13 de março, é igualmente construída com base na similaridade forjada pela própria linguagem, especificamente, pela justaposição e repetição das palavras “origem” e “China” na diagramação do *post*, que, inclusive, conta com informações de supostas fontes, numa evidente tentativa de criar, pela aparência, o respaldo científico que cada afirmação deveria ter. A natureza retórica e não lógica da indução construída na imagem, contudo, não advém de cada uma das afirmações – todas elas factualmente corretas –, mas da conclusão à qual se salta: a de que a China precisa ser “responsabilizada” pelas doenças que “espalha ao mundo”.

A utilização do exemplo e da repetição não se dá apenas internamente à imagem em questão, mas contribui para construir um contexto interpretativo que fortalecerá a narrativa conspiratória maior, uma vez que, nesse caso, a indução retórica cria uma repetição que busca inserir o atual coronavírus num eixo temporal que se liga à China. A coincidência construída pela imagem, portanto, repete a estrutura apontada por Barthes,

em que se procede de um particular a outro particular por meio da criação de um elo explícito – a origem das doenças na China – que evoca um elo implícito: a conspiração do “vírus chinês”.

Figura 2 – Post sobre associação da China a diferentes doenças



Fonte: Plataforma Monitor WhatsApp, UFMG.

A hidroxicloroquina como promessa de cura para a Covid-19 surge no dia 19 de março, ironicamente, por meio de um *print* de uma conversa de WhatsApp, que trazia a imagem de um telejornal do canal americano Fox News, cuja legenda se referia a uma droga para malária que também poderia tratar o coronavírus. Essa imagem surge junto com áudios de brasileiros, aparentemente moradores dos EUA, relatando a chancela de Trump e da agência americana *Food and Drug Administration* (FDA) para o uso da droga contra o coronavírus. Tanto o *print* quanto alguns dos áudios fazem referência a “100% de cura” no tratamento à base da droga, algo que até hoje não foi confirmado por testes clínicos. Pelo contrário, em 15 de junho, em face da ausência de evidências positivas e diante da comprovada possibilidade de efeitos colaterais perigosos, a própria FDA retiraria a autorização para o uso emergencial da hidroxicloroquina no tratamento da Covid-19 (WATSON, 2020). O surgimento do remédio, que entrará no debate público brasileiro com o nome simplificado de cloroquina, é, portanto, “importado” dos EUA, pela sua adoção por Trump como solução mágica para a pandemia.

Depois de importada, a cloroquina “chega” à realidade brasileira a partir da recuperação de pacientes que haviam sido tratados no país com a droga – entre outros medicamentos. No dia seguinte à primeira aparição, começa a circular nos grupos brasileiros a foto de uma caixa de sulfato de hidroxicloroquina, que reemergirá em alguns momentos dos meses seguintes, ressignificada para cada ocasião. O remédio passa então a ser tratado como cura e até como milagre.

Uma notícia que circulava nos jornais aparece nos grupos de uma forma particular: uma manchete real (mas já factualmente questionável) é sobreposta a uma imagem descontextualizada, de um homem levemente sorridente, num leito de hospital, tendo uma mulher a seu lado, gerando uma interpretação distorcida de alívio pela recuperação do indivíduo acamado. Porém, na realidade, a foto não é de um paciente da Covid-19, mas de um caso anterior e não relacionado à pandemia (MAGALHÃES, 2020). Essa mesma narrativa da cura traz à tona a imagem da gripe espanhola por meio um recorte antigo de jornal, que, dentre algumas recomendações já reconhecidas, sugere o uso preventivo do quinino, primeiro tratamento contra a malária e base da hidroxicloroquina.

Novamente, chamamos atenção para a constituição de uma sequência no tempo que, por mais dilatada que seja, funciona para construir uma indução retórica pela repetição do particular em busca de uma regra implícita. A referência ao quinino usado há mais de 100 anos parece apontar para uma realidade que, por se estender retrospectivamente no tempo para muito antes do presente – e, portanto de Bolsonaro – se torna um índice da relevância e eficácia da droga, informação que seria recuperada no futuro para rebater as críticas aos riscos do medicamento. Até aqui, portanto, o esforço é para agregar à cloroquina a esperança de uma cura – cura esta que, portanto, acabaria validando o primeiro capítulo da narrativa sanitária, que emergiu no discurso público de Bolsonaro, mas não tanto nos grupos, ou seja: a de que a Covid-19 não passaria de uma “gripezinha”.

Figura 3 – Posts sobre cloroquina



Fonte: Plataforma Monitor WhatsApp, UFMG.

Cumpramos ressaltar que, na totalidade dos *posts* analisados, a indução retórica funciona como um recurso indispensável para construir a verossimilhança interna à narrativa bolsonarista, em virtude da recorrência a um conjunto de singulares que, segundo o modo de pensar relativo às epistemologias mutiladas, reporta-se a uma “verdade” que a conspiração visa, a todo custo, ocultar. Porém, conforme temos apontado, trata-se, unicamente, de um recurso utilizado para reforçar um conjunto de crenças que refrata qualquer tipo de alteridade.

O modelo e o antimodelo

Retomando a análise da narrativa bolsonarista, já no início de abril, a eficácia da cloroquina passa a ser questionada não apenas pela comunidade científica, mas dentro do próprio governo, pela ausência de indícios positivos fortes nos testes clínicos. Luiz Henrique Mandetta, então ministro da saúde, passa a ser atacado frontalmente por suas reservas ao medicamento e por suas posições alinhadas às diretrizes da OMS, que iam de encontro ao discurso anticientífico do presidente. Com isso, ele passa a ser responsabilizado pelas mortes de pacientes da Covid-19, por supostamente proibir o uso da cloroquina, informação falaciosa, uma vez que a droga estava sendo utilizada sob prescrição médica nos hospitais brasileiros.

A partir daí, nota-se a presença do segundo recurso retórico detectado no material estudado, definido como argumento pelo exemplo. Como Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005) indicam, esse tipo de construção argumentativa baseia-se na apresentação

de um caso particular, a partir do qual se infere uma generalização. Diferentemente da indução retórica, que se articula pela correlação de um conjunto de singulares, a argumentação pelo exemplo estrutura-se com base num caso único que, pela sua relevância e “sobre os efeitos da inércia” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 399), seria capaz de produzir uma conclusão relativa a uma regra geral. Ainda segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), a inércia refere-se ao sistema de crenças do auditório ao qual o argumento é direcionado, ou seja, aquilo que já é tido como inquestionável por um determinado grupo.

Dentre os tipos possíveis de exemplo descritos pelos autores, interessa-nos trazer para a discussão os casos em que a conduta é tida como um protótipo, da qual decorre a construção das figuras do modelo e do antimitipo. Se o primeiro reporta-se a um comportamento exemplar comumente associado a indivíduos específicos e que deve ser imitado, o antimitipo seria justamente o oposto, ou seja, aquilo que deve ser socialmente refutado pela sua indignidade.

Nota-se assim que, no caso da cloroquina, o ministro Mandetta é colocado no lugar do antimitipo, posto que vai de encontro às crenças propagadas pelos grupos bolsonaristas, de modo que as ações do então mandatário devem ser não apenas rechaçadas, como também ridicularizadas. Quanto a isso, Perelman e Olbrechts-Tyteca indicam que “Por demover do que ele faz, o antimitipo, ao adotar uma conduta, a transforma, voluntária ou involuntariamente, em paródia e às vezes em provocação” (2005, p. 418). Não é à toa que uma das imagens que ridiculariza o então ministro justapõe, numa montagem fotográfica, a já conhecida caixa de hidroxicloroquina, agora com um símbolo de “proibida”, à foto de um cadáver coberto com um lençol e um jogo de palavras com o sobrenome do ministro, que, de Mandetta, vira “Herança *Maldetta*”.

No dia 7 de abril surge um enredo menor, mas complementar: o que acusa o médico David Uip, que coordenava o Centro de Contingência do Coronavírus de São Paulo, de esconder deliberadamente o poder curativo da cloroquina, omitindo o resultado que ele mesmo teve ao utilizá-la quando diagnosticado positivamente para a Covid-19. Essa narrativa é plantada por diversas imagens de uma receita médica, em que Uip se autoprescreve o difosfato de cloroquina, e por uma foto sua com o governador de São

Paulo, João Dória, na qual balões de diálogo imaginam o governador coagindo o médico a esconder o uso do medicamento.

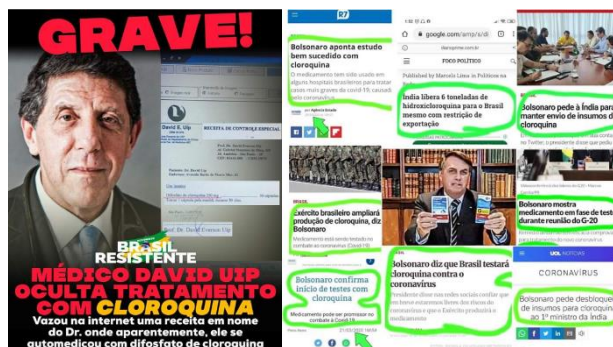
Figura 4 – Posts sobre David Uip e Luiz Henrique Mandetta



Fonte: Plataforma Monitor WhatsApp, UFMG.

Essas narrativas continuam com bastante força no dia seguinte, quando Uip é acusado de “ocultar” seu tratamento, ao passo que Mandetta continua associado à morte de pacientes que poderiam ter sido salvos com a cloroquina. Assim como o ministro, o infectologista também é apresentado como um antímodo, cuja conduta deve ser veementemente refutada. Paralelamente, uma imagem marcante desse mesmo dia reporta-se a uma montagem feita com várias manchetes de veículos jornalísticos justapostas ao redor de uma foto de Bolsonaro segurando uma caixa de hidroxicloroquina e uma de azitromicina, que o associa às drogas pelo já típico expediente da repetição. Aqui, a indução retórica é tornada evidente por sua exacerbação.

Figura 5 – Posts sobre David Uip e cloroquina



Fonte: Plataforma Monitor WhatsApp, UFMG.

É curioso observar que, ao mesmo tempo que o ex-ministro Mandetta e o infectologista Uip são apresentados como antimodelos, o presidente Bolsonaro é cada vez mais exposto como um modelo, sobretudo em virtude da sua defesa pelo uso da cloroquina no tratamento da Covid-19. No dia 9 de abril, surgem montagens com jogos de palavras entre o nome dos dois remédios que seriam a “cura” e o nome ou apelido de Bolsonaro: “Mitocloroquina”, “Hidroxicloromito”, “AzitroMITO”, “BOLSOcloroquina”. Um meme já bastante conhecido é readaptado: o personagem Zé Pequeno, do filme Cidade de Deus, “diz” seu bordão (que está em texto): “Cloroquina é o car***, meu nome agora é REMÉDIO DO BOLSONARO”.

Figura 6 – Posts sobre a cloroquina



Fonte: Plataforma Monitor WhatsApp, UFMG.

Percebemos, portanto, a tentativa não apenas de vender a cloroquina como panaceia, mas de associar seu uso ao presidente, como se esta tivesse sido uma de suas ideias alegadamente originais e corajosas – quando, como já demonstrado, o discurso da cloroquina foi importado da retórica de Trump. Nesse sentido, enquanto as figuras de Mandetta e Uip colocam-se como a prova de uma grande conspiração em curso, uma vez que não defendem o uso indiscriminado da cloroquina, Bolsonaro é cada vez mais apresentado como um exemplo de sapiência, por se antecipar na defesa ou na revelação de uma “verdade” que seus adversários relutam em admitir, motivados unicamente pelo objetivo de “destruir” o presidente, segundo a crença corrente nas redes bolsonaristas.

Como Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005) indicam, o antimodelo não apenas se coloca como algo social e moralmente repulsivo, visto que também funciona como uma espécie de detonador de um argumento *a fortiori*, ou seja, de uma conclusão e/ou

generalização que se colocam de forma absolutamente inquestionável em virtude da indecência do exemplo que lhe serve de base. Além do mais, como “[...] o antimodelo é amiúde, ao mesmo tempo, um adversário que se deve combater e eventualmente abater [...]” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 419), logo, sua presença nas redes bolsonaristas exerce um importante efeito retórico, pois ratifica a ideia de uma conspiração em curso, ao passo que, na grande narrativa, desempenha a função de um antagonista que deve ser eliminado a qualquer custo, ao mesmo tempo que reforça o papel do presidente como o grande herói. É por isso que, a nosso ver, o antimodelo se constitui num dos modos de dizer da retórica bolsonarista, de forma que não importa quem, efetivamente, ocupe o papel do antimodelo/antagonista que, por sua vez, é facilmente substituído, desde que o papel narrativo, efetivamente, se mantenha.

Considerações finais

Este trabalho pretendeu analisar de que maneira as mensagens presentes em grupos de WhatsApp de apoio ao bolsonarismo se articulam em uma grande narrativa de reforço e consolidação de crenças que não se amparam em evidências. O atual cenário político de ascensão do conservadorismo, articulado ao caráter de liberdade da mídia digital, parecem justamente propiciar o contexto adequado para a concretização das epistemologias mutiladas na constituição de sistemas de crenças que desconsideram por completo qualquer opinião contrária. Em tais epistemologias, uma espécie de blindagem se constitui como uma aversão ao dissonante, atitude ativa próxima do que se conhece por “efeito Dunning-Kruger”.

Mais ainda, na confrontação entre crenças e evidências (em que sempre pode ocorrer a frustração da crença), há espaço tanto para uma atitude crítica (ficar com os fatos, questionar a teoria), quanto para uma atitude acrítica (ficar com a teoria, questionar os fatos). A atitude acrítica caracteriza o chamado “efeito backfire”, que se pauta pelo abandono das evidências e o exagero da vontade de crença. São os mecanismos desse tipo de crença que destacamos nos casos da indução retórica e do argumento pelo exemplo. É justamente porque o verossímil se centra no que é plausível para um determinado público, que a indução retórica explora a verossimilhança da narrativa pela escolha dos exemplos.

Se o argumento aqui apresentado estiver correto, as epistemologias mutiladas, em sua proximidade com o estabelecimento da crença por conspiração, acabam por se alimentar retoricamente de um constante apelo a “verdades ocultas”, criando uma crença fascinada e não passível de contestação, já que quaisquer evidências externas são vistas de dentro de determinado grupo como ameaça e como “aquilo que quer ocultar a verdade”. E tal “verdade” é, justamente por conta do caráter conspiracionista de tal sistema, “aquilo que permanece ocultado”, “aquilo que não se mostra no espaço público”. Assim, parece lícito afirmar que esse mecanismo conspiratório aumenta o extremismo, pois fecha os olhos para a alteridade na esfera pública, aceitando uma forma mutilada de resolver a dissonância cognitiva e elaborando uma blindagem das crenças às evidências contrárias.

Referências

- BARTHES, Roland. A antiga retórica – apostila. In: **A aventura semiológica**. São Paulo: Martins Fontes, 2001. p. 03-102.
- CAMPOS MELLO, Patrícia. Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp: Com contratos de R\$ 12 milhões, prática viola a lei por ser doação não declarada. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 18 out. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>. Acesso em: 11 jun. 2020.
- ECO, Umberto. **Lector in fabula**. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- HARDIN, R. The crippled epistemology of extremism. In: BRETON, A.; GALEOTTI, G.; SALMON, P.; WINTROBE, R. (Eds.). **Political extremism and rationality**. [s.l.] Cambridge: Cambridge University Press, 2002. p. 3-22.
- JAKOBSON, Roman. O dominante. In: LIMA, Luiz Costa (Org.). **Teoria da literatura em suas fontes**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1983. p. 485-491.
- KLEIN, Cristian. Avaliação do governo Bolsonaro deixa de piorar, segundo pesquisa da XP. **Valor Investe**, [S. l.], Rio de Janeiro, 12 jun. 2020. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/mercados/brasil-e-politica/noticia/2020/06/12/avaliacao-do-governo-bolsonaro-deixa-de-piorar-segundo-pesquisa-da-xp.ghtml>. Acesso em: 20 jun. 2020.
- MAGALHÃES, Vera. Flavio Bolsonaro posta foto fake em reportagem sobre a 'cura' do coronavírus. **BR Político**, [S. l.], São Paulo, 29 mar. 2020. Disponível em: <https://brpolitico.com.br/noticias/flavio-bolsonaro-posta-foto-fake-em-reportagem-sobre-cura-do-coronavirus/>. Acesso em: 20 jun. 2020.

MCINTYRE, Lee. **Post-truth**. Cambridge, Massachusetts; London, England: The MIT Press, 2018.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1990.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica e filosofia**. São Paulo: Cultrix, Ed. da Universidade de São Paulo, 1975.

PEIRCE, Charles Sanders. **The essential Peirce: selected philosophical writings**. v. 1 e v. ed. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 1998.

PERELMAN, Chaim. **Retóricas**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

PERELMAN, Chaim; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

RESENDE, G.; MELO, P.; SOUSA, H.; MESSIAS, J.; VASCONCELOS, M.; ALMEIDA, J.; BENEVENUTO, F. (Mis)Information dissemination in WhatsApp: gathering, analyzing and countermeasures. In: The World Wide Web Conference, 2019, New York. **Anais...** New York, 2019.

SANTAELLA, Lucia. **Matrizes da linguagem e pensamento**. São Paulo: Iluminuras, 2001.

SUNSTEIN, C. R. **Going to extremes: how like minds unite and divide**. New York: Oxford University Press, 2009. v. 39.

SUNSTEIN, C. R.; VERMEULE, Adrian. Conspiracy theories: causes and cures. **Journal of political philosophy**, [s. l.], v. 17, n. 2, p. 202–227, 2009.

WATSON, Katherine. FDA ends emergency use authorization for hydroxychloroquine to treat COVID. **CBS News**, Chicago, 15 jun. 2020. Disponível em: <https://www.cbsnews.com/news/hydroxychloroquine-fda-ends-emergency-use-authorization-covid-19/> Acesso em: 19 jun. 2020.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Temática
Volume 14, Número 3, set./dez. de 2020
Submetido em: 20/06/2020
Aprovado em: 16/08/2020

A pesquisa de grupos de direita: questões éticas e metodológicas

Researching right-wing groups: ethical and methodological issues

Investigando grupos de derecha: cuestiones éticas y metodológicas

Richard ROMANCINI¹

Resumo

A pesquisa de grupos de direita possui desafios éticos e metodológicos, principalmente quando realizada em contexto digital, devido às características do ambiente on-line, bem como se são abordados movimentos extremistas. O objetivo desse artigo é expor e debater alguns pontos críticos desse tipo de investigação, sob as dimensões mencionadas, utilizando como amparo experiências de pesquisa do autor e discussões científicas voltadas à questão da ética e da metodologia de pesquisa envolvendo grupos e movimentos de direita, verificadas a partir de revisão da literatura. Duas dimensões principais do tema são discutidas: 1) a relevância dos enquadramentos mais gerais para as investigações, em particular no espaço digital, e 2) o acesso aos grupos investigados e a questão do *rapport* a ser desenvolvido (ou não) com eles.

Palavras-chave: Ética. Metodologia. Pesquisa. Direita política.

Abstract

Researching right-wing groups possess ethical and methodological challenges, especially when carried out in a digital context, due to the characteristics of the online environment, as well as whether extremist movements are addressed. The aim of this article is to expose and debate some critical points of this kind of investigation, under the mentioned dimensions, using as support the author's research experiences and scientific discussions focused on the issue of ethics and research methodology involving groups and movements of the right-wing, found from a literature review. Two main dimensions of the issue are discussed: 1) the relevance of broader frameworks for the researches, particularly in the digital space, and 2) access to the investigated groups and the question of *rapport* to be developed (or not) with them.

Keywords: Ethics. Methodology. Research. Political right-wing.

¹ Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. E-mail: richardromancini@usp.br. ORCID: 0000-0002-1651-5880.

Resumen

La investigación de grupos de derecha tiene desafíos éticos y metodológicos, especialmente si llevada a cabo en un contexto digital, debido a las características del entorno en línea, así como cuando son abordados movimientos extremistas. El objetivo de este artículo es exponer y debatir algunos puntos críticos de este tipo de investigación, bajo las dimensiones mencionadas, utilizando como apoyo las experiencias de investigación del autor y las discusiones científicas centradas en la cuestión de la ética y la metodología de investigación en relación con los grupos y movimientos de la derecha, ubicadas en una revisión de la literatura. Se discuten dos dimensiones principales del tema: 1) la relevancia de marcos más generales para las investigaciones, particularmente en el espacio digital, y 2) el acceso a los grupos investigados y la cuestión del *rapport* que se desarrollará (o no) con ellos.

Palabras clave: Ética. Metodología. Investigación. Derecha política.

Introdução

A maioria dos pesquisadores de movimentos sociais gosta de fazer pesquisas que lhes fazem bem. Estudam movimentos progressistas de esquerda que apreciam e simpatizam, consideram esses estudos uma forma de solidariedade e tendem a simplesmente celebrar como esses grupos se organizam e se comunicam. [...] Negligenciam a análise de movimentos e grupos de direita que representam uma ameaça à democracia. E, portanto, este é o ponto cego dos estudos de mídia dos movimentos sociais (FUCHS, 2018, p. 393, tradução nossa).

Apesar da observação da epígrafe, a produção acadêmica sobre a direita tem crescido, em todo o mundo, nos últimos anos. A bibliografia compilada pelo *Center for Analysis of the Radical Right*², que soma 243 e 656 artigos científicos, respectivamente, para os anos de 2016 e 2019, ilustra esse fato. Isso se deve à escalada global de eventos (Brexit, eleição de Trump, fenômenos como Orbán na Hungria e Bolsonaro no Brasil, entre outros) que colocaram variadas ideologias conservadoras no centro da esfera pública. Tais eventos se associam à recessão econômica em diversos países, desde 2007, e aos conflitos que geraram ondas migratórias e crises humanitárias (TOSCANO, 2019a).

Há, porém, lacunas na pesquisa de comunicação sobre os grupos de direita, e o mesmo ocorre no campo de estudo dos movimentos sociais (POULSON; CASWELL;

² Disponível em: <http://www.radicalrightanalysis.com/bibliography/>. Acesso em 25 abr. 2020.

GRAY, 2014; KINCAID, 2017)³. Nesses âmbitos, os trabalhos sobre os grupos de esquerda são majoritários. Além dos motivos de afinidade destacados por Fuchs (2018), outras questões também influenciam essa situação. Entre elas, o tema central deste artigo: as dificuldades metodológicas e éticas da pesquisa com indivíduos e grupos de direita.

Nesse contexto, este artigo tem como objetivo discutir aspectos da ética e da metodologia de pesquisa desses grupos. As questões desenvolvidas estão associadas com uma experiência de pesquisa em andamento e, ainda, com outros trabalhos do autor. De modo a amparar a discussão, foi feita uma revisão de literatura sobre os temas em foco.

A reflexão se situa no marco da pesquisa em ciências sociais, e a especificidade em relação aos “grupos de direita” é de *grau*, não de gênero. Questões discutidas, como as do acesso do pesquisador aos participantes e das interações no campo, são desafios de qualquer investigação. Porém, como a experiência e a revisão de literatura demonstram, há ênfases diferentes na pesquisa da direita. Nela, por exemplo, se questiona a viabilidade e a validade do *rapport* – ou seja, a conexão entre o pesquisador e os participantes, caracterizada por aspectos como a empatia, desenvolvimento de confiança e, talvez, amizade (SMYTH; MITCHELL, 2007) –, enquanto na discussão mais ampla, em particular no contexto etnográfico, se debate um ponto, entre outros, sem reverberação nos estudos de primeiro tipo: o possível problema do excesso de *rapport* (*over-rapport*) (HAMMERSLEY; ATKINSON, 2007; HOOLACHAN, 2020).

Sobre a relevância do estudo dos movimentos de direita há argumentos voltados à análise crítica da sociedade, com a meta de combater extremismos e preconceitos de franjas radicais, como em Fuchs (2018), para que se promova algum tipo de mudança social (PILKINGTON, 2016, 2019), ou com o fim de conhecê-los para que as teorizações possuam maior validade e alcance. Assim, discutindo a categoria dos “movimentos estranhos” (*awkward movements*)⁴, Snow (2006, p. 497, tradução nossa) observa que:

³ No caso brasileiro, Fernandes e Messenberg (2018) observam que a sociologia local não desenvolveu uma tradição de estudos sobre a direita política, por isso, o adjetivo “nova” é, de maneira recorrente, aplicado a ela, já que o tema sempre parece uma novidade. É o caso dos trabalhos de Pierucci (1987, 1999). Há, entretanto, alguns elementos “novos” na direita brasileira atual, conforme se discute adiante.

⁴ É interessante notar a variedade de termos que a literatura registra a propósito dos grupos e movimentos malquistos: “anti-social” (WIEVIORKA, 2019), “distasteful” (ESSEVELD; EYERMAN, 1992), “ugly” (GILLAN; PICKERILL, 2012) e “unloved” (WALDNER; DOBRATZ, 2019).

Se não estudamos esses movimentos tão comumente como fazemos com aqueles com os quais simpatizamos ou nos identificamos, não há nenhuma maneira de estabelecer, realmente, o leque dos tipos de movimentos e de saber se alguns deles são mais comuns ou modais do que outros. E, como resultado, é provável que nossas pressuposições teóricas e generalizações empíricas sejam distorcidas e, portanto, equivocadas.

Ao mesmo tempo, refletir sobre a ética na pesquisa de grupos de direita auxilia a feitura de trabalhos mais reflexivos e pode permitir o crescimento dos estudos. Como notam Hammersley e Atkinson (2007), pesquisas questionadas eticamente pelos participantes fecham portas, mas, se ocorre o contrário, podem favorecer outros trabalhos.

Ética e método na investigação científica

Para Markham (2006), método e ética se entrelaçam em toda pesquisa. Entendido amplamente como o conjunto de reflexões e procedimentos para o desenvolvimento da investigação, o “método” possui implicações éticas. Já a ética, ao envolver os “valores, regras e práticas que devem guiar os pesquisadores na realização de seu trabalho” (ROMANCINI, 2010, p. 2), encontra na prática metodológica sua concretização. “Muito rápido, na verdade imediatamente, a ética, quando praticada, torna-se uma questão de método. Da mesma forma, ao agirmos, todas as nossas escolhas têm consequências éticas” (MARKHAM; TIIDENBERG; HERMAN, 2018, p. 2, tradução nossa).

Entretanto, existe outra dimensão – além dessa estritamente “metodológica” – que constitui um eixo de problematização da ética de pesquisa, como discute Ferreira (2013). A partir de um ponto de vista ontológico e epistemológico, há também um tipo de questionamento que busca “problematizar a posição do investigador face ao objeto de estudo – o ‘social’ – e avaliar a relação que existe entre conhecimento e interesses” (FERREIRA, 2013, p. 171). Essa problemática ética pode ser sintetizada na indagação, sobretudo de objetos menos tradicionais: por que pesquisar isso?

Do ponto de vista metodológico e ético, as dificuldades fazem com que os movimentos de direita sejam geralmente estudados com distanciamento: a partir de dados de jornais, sites da internet, discursos públicos e fontes policiais (BLEE, 2007). Falando dos movimentos de extrema-direita, Toscano (2019a) nota que, além dos desafios

específicos da investigação, diferenças ideológicas e políticas entre pesquisadores e pesquisados constituem obstáculos. Desse modo, uma “ética de imediata reciprocidade” (GILLAN; PICKERILL, 2012) pode ser difícil. Nesse embasamento, comum em trabalhos em que há convergência de valores entre o pesquisador e o grupo pesquisado, predominam a empatia, eventual colaboração e a intersubjetividade nas interações.

O leque de posicionamentos ideológicos da “direita” é amplo. Porém, é principalmente em relação aos grupos que se associam ao “mau”, nos termos de Wieviorka (2019), que os problemas éticos se tornam mais agudos. Para esse autor, o “mau” não representa uma categoria metafísica ou religiosa, mas sim o reconhecimento e negação da subjetividade e da humanidade de um indivíduo ou grupo diferente. Isso envolverá, assim, apreço por ideias e práticas (racismo, sexismo, homofobia etc.) com as quais o pesquisador dificilmente poderá concordar.

Na próxima seção, descreve-se, em traços gerais, o estudo do qual se retiram indagações a serem discutidas, com apoio da literatura da revisão. Tendo em vista o objetivo principal do texto, não são detalhados marcos teóricos ou resultados, pois o interesse é mostrar o contexto de pesquisa em que os questionamentos éticos surgiram.

Os universitários de direita

Quando minha assistente de pesquisa e eu fomos ao “1º Encontro da União Nacional dos Estudantes Conservadores”, sentíamos um misto de ansiedade e expectativa. Como seríamos recebidos? Fomos informados de que haveria atraso no início do evento e aproveitamos o tempo para repassar o que havíamos combinado sobre nossa identificação: não iríamos mentir, e diríamos que éramos pesquisadores com interesse em obter o contato de estudantes conservadores. Quando chegou a hora e voltamos ao local, entramos numa fila em que houve a identificação dos participantes e, para nossa surpresa, revista a todos, por um jovem de porte atlético que vestia calça em estilo militar. Já na ampla sala do andar em que se daria o encontro, a experiência de controle foi substituída por um ambiente de camaradagem e apresentações musicais introdutórias. O hino nacional foi executado por um violinista e, depois, houve um pequeno show de rock, realizado por uma dupla, que intercalou clássicos do gênero e músicas com mensagens conservadoras. A cantora procurava infundir vibração e ânimo à apresentação. Ao fim da canção “Whole lotta love”, entre aplausos, agradeceu a plateia e indagou: “Quem disse que conservador não pode ser roqueiro?” (Diário de campo, 16 mar. 2019).

A pesquisa em andamento, relacionada à descrição, volta-se ao âmbito pouco conhecido dos universitários brasileiros de direita – no caso, de uma universidade pública de prestígio. O foco são os usos e consumos midiáticos desses estudantes, em termos das relações dessas práticas com a opção/formação ideológica e eventual ativismo, bem como a experiência propriamente estudantil. A investigação possuía, no início, um plano de abordagem qualitativa a partir de entrevistas em profundidade.

A localização de participantes a partir da consulta a estudantes conhecidos não deu resultado. Isso inviabilizou a ideia de amostragem “bola de neve”, na qual um informante indica outro(s). Por isso, buscou-se espaços digitais de universitários de direita, em geral, e da universidade de interesse, em que estratégias de convite fossem possíveis. Foi desse modo que se chegou à página de Facebook da “União Nacional dos Estudantes Conservadores” (UNECON), que promovia seu primeiro encontro.

Assim, nos inscrevemos no evento, realizado na cidade de São Paulo, com a expectativa de encontrar os estudantes da universidade desejada e convidá-los a participar da pesquisa. Houve, aqui, a decisão ética de realizar uma observação não dissimulada, declarando a condição de investigadores. Embora as observações tenham sido ricas, sendo percebida a tentativa desses universitários de elaborar uma identidade com linguagem “modernizada”, nenhum aluno da universidade de interesse esteve presente. O organizador do encontro, o deputado estadual Douglas Garcia (PSL-SP), disse que um problema de locomoção impediu a participação desses estudantes.

Outras páginas de Facebook, diretamente ligadas a estudantes da universidade, foram mapeadas, e três delas – referidas a partir de agora como A, B e C⁵ (para preservar o anonimato dos entrevistados, cuja associação com tais páginas, por vezes, é significativa) – pareceram promissoras para a localização de contatos. Eram páginas públicas, mas evitou-se realizar interações visíveis a todos, para não provocar possível mal-estar nos participantes. O que se fez foi escrever mensagens para os administradores, solicitando a publicação, por eles, de uma postagem na qual era feito o convite para a participação na pesquisa. O texto tinha um link para um breve questionário, cujas

⁵ Elas foram criadas, respectivamente, em 2016, 2017 e 2018. A página A tem o maior número de seguidores, cerca de 220 mil, e as outras bem menos: 6 mil (B) e 15 mil (C).

perguntas permitiam obter informações básicas do estudante e, como pergunta final, a indagação sobre a disponibilidade para uma entrevista pessoal. Os moderadores das páginas A e B concordaram em fazer isso, e um dos criadores da página A chegou a conceder entrevista. Além disso, se comprometeram a divulgar o questionário em grupos de WhatsApp de perfil similar.

Sobre esse processo inicial de obtenção de dados e convites para entrevistas, é válido descrever uma situação significativa. Num primeiro momento, durante o ano de 2019, foram enviadas as mensagens para as páginas mencionadas e outras. No entanto, apenas 28 questionários retornaram. A situação se alterou após uma estudante de graduação que possuía conhecidos de centros acadêmicos da universidade ter divulgado o link do questionário, sendo que alguns dos contatos dela eram estudantes de direita. Então, em poucos dias do mês de junho de 2020, obteve-se um número elevado de respostas: cerca de 220 questionários válidos. É provável que dois fatores, combinados, expliquem isso: a época de isolamento social, devido à pandemia, em que se transmitiu o questionário, de modo que pessoas em casa, com mais tempo, se sentiram estimuladas a responder; e a forma com que o link chegou a elas, por meio de alguém de confiança. Esse último aspecto destaca a importância, de modo geral, da mediação de indivíduos que possuem relação com os participantes, para que o pesquisador obtenha acesso ou dados de um grupo, conforme, inclusive, será aprofundado adiante.

Voltando a falar das páginas de Facebook mencionadas, as postagens feitas nelas eram visualizadas, o que permitiu perceber formas de expressão da direita universitária. Tornou-se, então, evidente a pluralidade de posições, o que se relaciona com a natureza do termo “direita”, já que ele, como observa Velasco e Cruz (2015, p. 14), “não remete a uma corrente de pensamento particular, nem sequer a uma família de pensadores, de partidos ou movimentos políticos e sociais”. Por isso, a “direita” assim como seu par dicotômico, a “esquerda”, comporta ideologias diversificadas.

Variedades da direita no Brasil e questões de pesquisa

No leque que vai da “direita” à “extrema-direita”, as pesquisas que buscam mapear o panorama atual brasileiro falam da emergência, no sistema partidário, de uma “nova direita” em oposição a uma “velha direita” (CODATO; BOLOGNESI; ROEDER,

2015), tendo como principal ponto de cisão a defesa/ligação da primeira com a ditadura de 1964, enquanto a mais atual defende a democracia. Já Messenberg (2017, p. 633) nota que a cosmovisão da direita no Brasil atual deve ser “compreendida como um universo multidimensional, o qual abarca diferentes tonalidades ideológicas e emissões discursivas”. Com essa ressalva, a autora identifica alguns campos semânticos – antipetismo, conservadorismo moral e princípios neoliberais – dessa direita.

Aqui, vale retomar a discussão sobre a “nova direita” no país hoje. Como se disse (vide nota 3), ela parece ter, ao menos, dois elementos inovadores. O primeiro é a sua exposição pública – a metáfora de uma direita que “saiu do armário” é comum em textos jornalísticos e acadêmicos –, associada à disposição para a luta ideológica e cultural (CEPÊDA, 2018). A tentativa de se formar a “União Nacional dos Estudantes Conservadores” deve ser vista nessa moldura. O segundo aspecto “novo” é a conquista do poder, pela via eleitoral. No caso, um candidato da “direita radical”, Jair Bolsonaro, que combina autoritarismo e neoliberalismo, substituiu, na preferência dos eleitores, os candidatos da “direita moderada” (SANTOS; TANSCHKEIT, 2019).

Ressaltando a diversidade de posicionamentos da direita brasileira atual, com base no tipo de conteúdo das páginas de Facebook, é possível caracterizar a B como *liberal* (pró-descriminalização das drogas, por exemplo) em termos de costumes e *liberal* em economia; a A, como *menos liberal* (com postagens antifeministas, por exemplo) que a B em costumes, mas igualmente *próxima do liberalismo econômico*; já a página C é *conservadora* nos costumes (ou ultraconservadora, com postagens que debocham dos direitos humanos) e *ultraliberal* em termos econômicos. É com essa página que o contato foi mais difícil, evidenciando a questão ética e metodológica do *acesso* aos participantes.

Nesse caso, também se escreveu para os administradores, mas não houve resposta inicial, e então, após algum tempo, foi feita outra tentativa. De novo sem resposta. Depois, a página C publicou uma postagem na qual alertava seus leitores para não responder nenhuma pesquisa “para sua própria segurança”. Nossa mensagem e o link do questionário eram mostrados como um exemplo de “arapuca” representada por mapeamentos dos universitários de direita. Informava-se, nesse sentido, que uma lista de estudantes desse tipo provocara perseguições numa das faculdades da universidade.

Solicitava-se, por fim, que a mensagem fosse compartilhada para maior divulgação. Numa situação desse tipo, como o pesquisador deve reagir?

Por outro lado, obter o contato e interagir com os indivíduos conduz ao tema do *rappor*t e, por isso, à relação entre a qualidade das interações com a construção de conhecimento. A literatura pode amparar planejamentos, mas há sempre uma margem de incerteza pela natureza emergente da pesquisa qualitativa. Desse modo, o pesquisador tende a ser mais genérico em sua explicação aos participantes sobre o teor da pesquisa, não somente por que isso poderá induzir comportamentos, mas também por que não tem certeza, desde o início, de tudo o que envolve a investigação. Ao mesmo tempo, ainda que seja válido considerar a reflexão sobre a relevância, igualmente estratégica e ética, do pesquisador fornecer informações sobre si mesmo aos participantes, é difícil estimar “o quanto de desvelamento é apropriado e sobre o quê” (HAMMERSLEY; ATKINSON, 2007, p. 108, destaque no original, tradução nossa).

Assim, vale descrever a situação de uma das primeiras entrevistas qualitativas, realizada há cerca de um ano. A informação de que o pesquisador é professor já era dada no questionário prévio, no entanto, é reforçada na conversa que antecede as entrevistas, nas quais se fala ainda das preocupações gerais do estudo, do compromisso com o anonimato dos participantes e da confidencialidade das informações. Porém, o estudante, ao fim do diálogo, quis saber mais e indagou: “E você, você como professor, é conservador?”. O tom foi mais curioso do que agressivo – a conversa tinha sido amistosa –, e a pergunta talvez fosse prova de um *rappor*t bem-sucedido.

Embora, de certo modo, surpreendido pela pergunta, logo respondi que me definiria como “de esquerda”, embora tendo, na pesquisa realizada, um interesse, sobretudo, compreensivo. Ao fim da conversa, pensei que a resposta poderia ter me custado o acesso a muitos informantes (o entrevistado era administrador de uma das páginas do Facebook, tendo provavelmente muitos contatos). Não sei se isso ocorreu ou não. No entanto, o fato de que os participantes podem querer trocar de papel com o pesquisador importa. Fiz bem ou mal, ao responder de maneira honesta à pergunta?

Parece interessante inserir indagações como as expostas num questionamento mais amplo. Nesse sentido, são elaboradas duas questões de pesquisa, a serem analisadas, a partir da revisão bibliográfica, conforme se segue:

1. A literatura indica enquadramentos éticos mais gerais para o estudo de grupos de direita?
2. Como são vistas as questões do acesso e do *rapport* na pesquisa de tais grupos?

Metodologia da revisão de literatura

Para coletar trabalhos que discutem as questões, foram consultadas bases de dados⁶ e feitas buscas no Google Acadêmico. As palavras-chave utilizadas foram: *research*, *ethics* e *right-wing*. Vale notar que o uso de outras palavras-chave, com o qual o tema tem certa afinidade (como *sensitive topics* e *risk*, no lugar de *right-wing*), poderia fazer com que fossem recuperados diferentes textos, já que há trabalhos sobre essas questões. Porém, incluir expressões desse tipo poderia gerar perda de foco no estudo.

O critério para a escolha e a leitura integral dos textos (após a verificação dos resumos) foi a existência de efetiva articulação entre os três termos nos trabalhos, sendo que o termo *research* foi entendido como associado à pesquisa científica, acadêmica.

A partir do exposto, chegou-se a 22 trabalhos – 13 artigos e nove capítulos de livros –, mostrados na tabela a seguir, que foram lidos e são usados na discussão.

Tabela 1 – Trabalhos coletados para a revisão de literatura

	Geral	Foco na internet
Artigo	Blee (1993, 1998, 2006, 2007) Blee e Creasap (2010) Eriksson (2016) Seidman (2006) Smyth e Mitchell (2008) Snow (2006) Tyagi (2018)	Askanius (2019) Massanari (2018) Rambukkana (2019)
Capítulo de livro	Bizeul (2019) Pilkington (2016, 2019) Toscano (2019a)	Fuchs (2018) Schaffar e Thabchumpon (2019)

⁶ A saber: EBSCO (Academic Search Premier, Business Source Complete, Educational Administration Abstracts, Historical Abstracts, Human Resources Abstracts, Information Science & Technology Abstracts, Public Administration Abstracts, Urban Studies Abstracts), JSTOR (Arts and Sciences I, Arts and Sciences III e XIV), ProQuest (Applied Social Sciences Index & Abstracts, ERIC, Sociological Abstracts), Scopus, Sage e Taylor & Francis. Quase todas essas bases cobrem a área da comunicação, o que justificou seu uso.

Toscano; Di Nunzio (2019)
Waldner e Dobratz (2019)
Wieviorka (2019)

Fonte: Elaboração do autor.

Sem a pretensão de fazer uma análise do todo, é válido notar: a importância da pesquisadora estadunidense Kathleen Blee, que possui vasta e pioneira produção na temática; o relevo contemporâneo da discussão (14 estudos são dos últimos cinco anos); a ênfase no debate ético-metodológico da pesquisa qualitativa – a exceção parcial é o trabalho de Rambukkana (2019); o fato de que alguns trabalhos (cinco) têm foco específico em questões da pesquisa na internet, sendo, não por acaso, textos recentes; e o número relevante de capítulos de livros, em parte, pelos trabalhos da coletânea organizada por Toscano (2019), com um panorama global da pesquisa sobre a temática.

Feita essa caracterização, a seguir são discutidas as questões já expostas.

Um enquadramento ético geral para a pesquisa

As grandes molduras éticas sob as quais são desenvolvidas as reflexões que informam as éticas específicas para o mundo digital e para a pesquisa (utilitarismo, deontologia, feminismo etc.) (ESS, 2009) permitem derivar julgamentos práticos para a condução de investigações. No entanto, há problemas entre certas inferências dessas éticas, quando são aplicadas a determinados grupos de direita (principalmente, os que se associam ao “mau”). Assim, por exemplo, a “ética da reciprocidade”, preconizada pelo paradigma ético feminista, é inviável na pesquisa de militantes antifeministas.

Ao mesmo tempo, ainda que seja importante reconhecer o valor da abordagem ética situacional – ou seja, a que procura desenvolver juízos para tomada de decisão, guiados por princípios como o respeito pelos indivíduos pesquisados, a justiça e a beneficência, a partir de contextos específicos de pesquisa (MARKHAM; TIIDENBERG; HERMAN, 2018) –, tal abordagem pode ser favorecida por marcos éticos gerais.

Nesse sentido, observa-se que, na revisão empreendida, localiza-se no texto de Fuchs (2018) a principal tentativa para o desenvolvimento de um instrumento reflexivo desse tipo, principalmente para a pesquisa qualitativa no ambiente on-line. Para tanto, o autor discute alguns códigos de ética de pesquisa, mostrando as limitações dos mesmos;

e depois, descreve as características do que chama de “ética crítico-realista para a pesquisa na internet” (FUCHS, 2018, p. 386).

A crítica central do autor aos códigos de ética reside na ideia de que eles prestam pouca atenção à pesquisa on-line. Assim, não há discussões que encaminhem práticas realistas sobre o significado do que é “público” ou “privado” no ambiente digital, bem como sobre a dificuldade de manutenção do anonimato dos participantes nesse espaço, tendo em vista que os dados citados – como *tweets* armazenados em servidores – são recuperáveis por ferramentas de busca. O primeiro aspecto é discutido com frequência na literatura sobre a ética de pesquisa no contexto on-line, e comparece nas discussões de trabalhos da revisão efetuada, como o de Schaffar e Thabchumpon (2019).

O que é central nessa questão, em termos da normativa ética, é quando a obtenção de *consentimento informado* dos participantes é necessária. Se sempre, o que fazer quando uma base de dados de pesquisa possui milhares de *tweets* de pessoas? Igualmente problemático, no caso da pesquisa com grupos de direita, seria o pedido, conforme o título do trabalho de Fuchs (2018): “Caro Sr. Neo-Nazi, você pode me dar, por favor, o seu consentimento informado para que eu cite seu *tweet* fascista?”.

É claro, a pergunta é irônica e serve para ilustrar as limitações do atual estado dos guias éticos. Dentro do entendimento mais usual, apenas a pesquisa de grandes dados (*big data*) agregados e, portanto, anônimos⁷, seria “eticamente responsável”. “Mas essa abordagem é enviesada para os métodos quantitativos e ciências sociais computacionais. A análise crítica do discurso e a pesquisa crítica interpretativa se tornariam, assim, impossíveis” (FUCHS, 2018, p. 389, tradução nossa). Vale dizer, entretanto, que a própria pesquisa quantitativa no ambiente on-line apresenta questões éticas complexas e polêmicas, como no caso do experimento de “contágio emocional”, pela manipulação de postagens do Facebook (KRAMER; GUILLORY; HANCOCK, 2014).

Retornando à discussão de Fuchs (2018), para ir além do “fundamentalismo ético” e do “positivismo” quantitativista, o autor propõe um enquadramento ético para a pesquisa on-line de natureza qualitativa e crítica, com base na avaliação sobre a

⁷ A noções de anonimato e a de confidencialidade (ou seja, a proteção das informações dadas) buscam proteger os participantes de pesquisas, garantindo a privacidade dos mesmos, e são um consenso em termos das normas e regulações éticas (cf. ROMANCINI, 2010, p. 5).

expectativa dos usuários de mídia social sobre a privacidade. Assim, dados de grupos ou fóruns digitais fechados, por exemplo, exigiriam considerações éticas mais aprofundadas. No entanto, isso não seria necessário no caso de espaços digitais nos quais exista a ideia de comunicação para públicos amplos (embora se recomende que seja omitida a identidade do autor do dado, exceto para figuras públicas). O uso de *hashtags*, para o autor, chega, na prática, a caracterizar o caráter “público” da mensagem, na medida em que os usuários da mídia social podem esperar (e desejar), de maneira razoável, ser observados por desconhecidos. Essa estrutura ética pode ser sintetizada como se segue.

Tabela 2 – Enquadramento ético crítico-realista para pesquisa

	Observação/Dados públicos (por exemplo, grupos abertos de plataformas digitais)	Observação/Dados privados (por exemplo, grupos fechados de plataformas digitais)
Consentimento informado dos produtores dos dados	Não necessário	Possivelmente necessário, mas requerendo reflexões
Anonimato dos produtores dos dados usados	Sim, para figuras não públicas	Possivelmente necessário, mas requerendo reflexões

Fonte: Adaptado de Fuchs (2018).

É válido notar que os relatos de investigações da mídia on-line nos trabalhos da revisão de literatura adotam decisões parecidas com a desse enquadramento. É o caso da observação de espaços digitais abertos de uma organização neonazista sueca, por Askanius (2019), ou os grupos de Facebook de “vigilantes” conservadores da Tailândia (SCHAFFAR; THABCHUMPON, 2019). Em minha experiência, a partir de uma reflexão situada, cheguei a uma conclusão (mesmo sem conhecer essa proposta) similar sobre a pertinência ética de coletar conversações públicas no Twitter (que usavam *hashtags*) com temas da direita, ocultando a identidade dos indivíduos comuns (ROMANCINI, 2018; ROMANCINI; CASTILHO, 2019).

É digno de nota que, embora a proposta de Fuchs (2018) esteja ligada à pesquisa qualitativa on-line, ela pode ser útil de maneira geral. Assim, a possibilidade de uso de dados públicos sem requerer consentimento informado, também em contexto off-line,

aparece em alguns trabalhos da revisão que optaram por acompanhar manifestações públicas como passeatas (por exemplo, PILKINGTON, 2016 e WALDNER; DOBRATZ, 2019). Ao mesmo tempo, discute-se a possibilidade de que, mesmo na pesquisa que utiliza grandes dados, os participantes possam ser identificados (RAMBUKKANA, 2019), de modo que esse aspecto deve ser levado em conta. Enfim, a análise contextualizada deve refinar o uso do enquadramento sugerido.

Acesso e *rapport*

O acesso a indivíduos, grupos, movimentos e instituições que se deseja estudar é o primeiro passo para se obter dados em determinado contexto, enquanto o *rapport* está ligado à qualidade do relacionamento com os indivíduos. Entretanto, ambas as noções são profundamente relacionadas, pois o acesso vai além da mera permissão para a presença física ou perceptível do investigador em algum local; na pesquisa, ele exige interações, condizentes com os fins do estudo, entre os indivíduos (HAMMERSLEY; ATKINSON, 2007). Waldner e Dobratz (2019) defendem que o acesso e o *rapport* são dimensões que se reforçam mutuamente; uma vez que o pesquisador consegue o acesso inicial, poderá, pela construção do *rapport*, obter acesso a outros espaços privados do grupo investigado, assim como fazer indagações sobre temas mais sensíveis.

Em perspectiva similar, Toscano (2019a) nota que os pesquisadores da extrema-direita enfrentam duas dificuldades principais: a negociação de acesso aos grupos que desejam investigar e o posicionamento do pesquisador no campo, com a sua complexa dinâmica emocional de relacionamento. De fato, destacando a importância dessas questões, a maioria dos textos vistos na revisão acaba tocando em algum desses pontos.

Os membros de grupos estigmatizados têm forte sensibilidade à intrusão de investigadores, pelo receio de serem retratados a partir de estereótipos ofensivos; por outro lado, podem querer ser mostrados de modo “justo”, diferentemente de como aparecem na mídia, por exemplo, favorecendo a pesquisa (PILKINGTON, 2016). Em um contexto como o brasileiro, no qual existe estigma sobre os posicionamentos de direita – pela associação com o período autoritário mais atual, em particular – pode-se dizer que, muitas vezes, mesmo indivíduos que adotam posições moderadas podem ter receio de se expor. As respostas dos estudantes ao questionário de nossa pesquisa, bem como as

entrevistas realizadas até o momento, atestam isso. Nesse sentido, está sendo válido enfatizar o caráter anônimo da participação, como já se disse.

As duas questões críticas mencionadas por Toscano (2019a) afetam a viabilidade e a qualidade das análises “internalistas” da direita (GOODWIN, 2006), que destacam pontos como a organização interna dos movimentos/partidos e a participação de lideranças e ativistas. Requerem, assim, envolvimento maior com os participantes. A importância dessa abordagem está na tentativa de superar (ou complementar) as análises macroestruturais “externalistas” que utilizam variáveis sociais e dados eleitorais.

A perspectiva “internalista” depende não apenas do acesso aos grupos, mas da construção de relações interpessoais que favoreçam o desenvolvimento da investigação. Isso se dá em todo tipo de pesquisa, no entanto, possui particularidades no trabalho que se volta à política e com a direita. Sabe-se que os aspectos identitários (gênero, etnicidade, idade) e subjetivos (valores e opiniões) do pesquisador influenciam esse objetivo (HAMMERSLEY; ATKINSON, 2007). Blee (1993) discute como, em sua pesquisa com antigos membros da Ku Klux Klan, o fato de ser uma mulher branca, nascida no estado de Indiana, favoreceu a obtenção de dados. Os entrevistados, por essas características da pesquisadora, tendiam a acreditar que ela, ao menos secretamente, concordava “com as visões de mundo racistas e preconceituosas deles” (BLEE, 1993, p. 640, tradução nossa), apesar das declarações em contrário da autora.

Deve-se matizar, porém, a dicotomia entre pesquisas externalistas e internalistas. Embora a maioria dos trabalhos da revisão estejam, pelo viés qualitativo, mais próximos do segundo tipo, o acesso e a “proximidade” com o grupo podem ser relativos, por exemplo, quando apenas conteúdos on-line públicos são estudados. Num caso assim, Askanius (2019, p. 879) observa ter adotado uma perspectiva “interna”, ao mesmo tempo em que “à distância”. Isso afeta o conhecimento, pois, como indaga a autora: “Qual é a qualidade e a validade do material que coletamos desses espaços digitais e o que podemos deduzir de ‘textos’ destinados a persuadir e provocar?” (ASKANIUS, 2019, p. 881, tradução nossa). O ponto principal é que, nos espaços públicos (digitais ou não), qualquer grupo mostra uma face “editada” de sua identidade. Ao final do encontro dos estudantes conservadores brasileiros descrito, os participantes resolveram tirar a tradicional foto de conagraçamento. Da primeira vez, expressões de satisfação e sorrisos; depois, em nova

tomada, eles fizeram também o gesto da “arminha”, típico de Bolsonaro. Essa versão, porém, não foi divulgada na mídia social, exemplificando o que foi dito.

De qualquer modo, os textos da revisão defendem que, quando a observação exige negociações com um grupo, o pesquisador procure obter acesso aos indivíduos sendo honesto quanto aos seus valores e aos objetivos do estudo – na medida do possível, ou seja, alguns sendo mais claros sobre isso do que outros. Assim, há autores que procuram negociar o acesso sem mentir, mas “sem contar toda a verdade”, como no caso da pesquisadora que buscou, nem sempre com sucesso, apresentar-se como “neutra” em relação ao aborto (SMYTH; MITCHELL, 2008, p. 449).

A possibilidade de que certos grupos, organizações e indivíduos (de confiança dos participantes) colaborem no acesso do pesquisador é destacada em trabalhos, como o de Tyagi (2018). Na discussão da pesquisa etnográfica mais geral, termos como “guardiões” (*gatekeepers*) e “colaboradores” (*sponsors*) são usados para se referir a esses indivíduos (HAMMERSLEY; ATKINSON, 2007, p. 59).

Por outro lado, a polêmica observação dissimulada ou encoberta de indivíduos em situações face a face, rara na pesquisa social – o estudo de Lauder (2003) é uma exceção –, no contexto de um mundo no qual as fronteiras da intimidade foram remodeladas pela mídia social, tende a se tornar inviável, como discutem Toscano e Di Nunzio (2019), e por isso não tem destaque nos trabalhos lidos.

Nota-se controvérsia sobre a questão do *rapport*: nem todos os pesquisadores concordam com a sua necessidade. Isso transparece na revisão, com trabalhos, como o de Waldner e Dobratz (2019), favoráveis, enquanto outros avaliam que ele é desnecessário (BLEE, 1993) e há, ainda, os que adotam posições intermediárias.

Os defensores do *rapport* acreditam que ele pode ser uma forma de obter melhores dados, permitindo maior compreensão dos fenômenos. Porém, essa noção também é vista como superestimada na pesquisa social, já que, embora possa ser útil para entender algo, nem sempre é imprescindível, pois, como notam Smyth e Mitchell (2008, p. 444, tradução nossa), “a compreensão é alcançada através da linguagem, conversação e reflexão, não através de encontros empáticos”. Desse modo, as autoras concluem que abordagens mais reflexivas, que considerem as subjetividades dos envolvidos, assim

como a jornada emocional da pesquisa, podem, muitas vezes, substituir o *rapport* tradicional.

Waldner e Dobratz (2019) fazem uma observação relevante, principalmente caso se procure desenvolver *rapport*: que o investigador tente visualizar terrenos comuns de experiência entre ele e os indivíduos pesquisados, pois os seres humanos são complexos e possuem mais similaridades do que diferenças, quando se busca olhar as práticas sociais de maneira mais ampla. Isso não significa concordar (ou fingir concordar) com os valores políticos dos indivíduos, mas faz com que o pesquisador procure moderar suas declarações de discordância, sendo respeitoso com o participante e, com foco no objetivo de compreensão, podendo tentar assumir a perspectiva do indivíduo ou grupo investigado. Na pesquisa com os universitários de direita, um “terreno comum” é o diálogo sobre a experiência universitária, com os pedidos de esclarecimento sobre como o posicionamento político afeta a trajetória do estudante.

Considerações finais

É válido fazer aqui uma síntese sobre as questões de pesquisa, relacionando o que se percebeu em relação a aspectos que podem ser úteis a desdobramentos futuros do trabalho e também a outros investigadores.

Assim, a identificação da “ética crítico-realista” proposta por Fuchs (2018) foi valiosa, não só ao reforçar determinadas opções, mas ao indicar possibilidades em outros âmbitos. A observação de espaços on-line fechados é um exemplo desse tipo, que, como o autor discute, requer avaliações adicionais. Há trabalhos com essa característica, que podem favorecer a reflexão, como o de Hård Af Segerstad et al. (2017), que estuda um grupo de autoajuda do Facebook de pais que lidam com a perda de filhos. Como a observação explícita poderia perturbar os participantes, houve uma negociação com os administradores. Os pesquisadores obtiveram o consentimento informado deles, num acordo envolvendo o retorno de resultados da investigação para beneficiar os pais. No campo da política, há o exemplo de uma investigação sobre um grupo de WhatsApp de ativistas de esquerda. Nesse trabalho, no início, um dos autores publicou uma postagem no grupo, informando a natureza de sua participação e sobre o possível convite para entrevista, estratégia similar à recomendada por Kozinets (2010), em sua proposta de

“netnografia”. Curiosamente, com o tempo, os membros do grupo passaram a sentir que o pesquisador “agia como sua ‘voz’ e ‘representante’ dentro da academia e acolhiam com entusiasmo informações sobre, por exemplo, as apresentações públicas da pesquisa” (BARBOSA; MILAN, 2019, p. 54, tradução nossa). O quanto essa proximidade entre o pesquisador e os participantes pode favorecer ou não a pesquisa, é matéria de discussão. Entretanto, isso nos leva à questão de pesquisa seguinte, relacionada ao acesso e ao *rappor*t na investigação de grupos de direita.

Ambos os aspectos, particularmente o primeiro, são centrais nos textos da revisão. O tema do *rappor*t, de certo modo, se mostrou mais controverso e sujeito a debates. A comum dissonância ideológica entre os pesquisadores e os participantes de movimentos de direita é o cerne da complexidade imediata que envolve a questão. Porém, situando-se no contexto mais amplo das relações que se estabelecem entre pesquisadores e grupos pesquisados, a temática possui outras camadas. Indo além dos textos da revisão, é possível recuperar, na discussão de pesquisadoras feministas como Oakley (1981), uma crítica ao paradigma “tradicional” das relações no campo, de modo a justificar a resposta sincera à pergunta do estudante sobre minha posição política. Aqui, se trata de outro âmbito da reciprocidade, ou seja, se o pesquisador deseja saber sobre experiências, crenças e opiniões de determinados indivíduos e grupos, deve também estar preparado para falar sobre essas questões, se for indagado pelos participantes.

Isso não precisa estar relacionado à superexposição do pesquisador, nem a simular um grau de amizade inexistente. Entretanto, a escuta atenta e a atitude de respeito com os pesquisados, aquém ou além do *rappor*t, é fundamental. Avalio, agora, que a pergunta sobre minha posição política tinha, também, algo de teste pessoal, pois, como notam Hammersley e Atkinson (2007), com frequência os participantes têm mais interesse no pesquisador do que no projeto de pesquisa. Mas, na situação em análise, o âmago da pergunta estava ligado a saber se eu era *confiável*. Nessa perspectiva, ter falado a verdade foi a opção mais consequente, reforçando o discurso anterior de preocupação com o participante, em termos do anonimato e confidencialidade das informações.

A confiança e, portanto, a capacidade de obter melhores dados, em processos mais imersivos de pesquisa, estará ligada também à dimensão temporal do

relacionamento (PILKINGTON, 2016) e à possível participação do investigador em várias atividades e contextos de um grupo (BIZEUL, 2019).

Concluindo, vale notar que o artigo possui limitações, sendo a mais relevante o fato de que se concentra apenas em alguns pontos de um tema multidimensional. Isso se justificou pelo formato (tamanho) de artigo científico e pelo processo de construção de questões de pesquisa a partir da investigação em andamento. Outras indagações relevantes apontadas pela literatura revista são: a possibilidade do pesquisador dar, inadvertidamente, respeitabilidade e coerência a ideologias perigosas (BLEE, 1998, 2006) ou desconexas⁸; os possíveis riscos e ataques, inclusive no meio digital, que o pesquisador pode sofrer (MASSANARI, 2018), bem como os impactos emocionais de lidar com falas e mensagens violentas (ASKANIUS, 2019; WALDNER; DOBRATZ, 2019) e a aplicabilidade da proteção à privacidade de grupos que cometem atos ilegais ou violentos (BLEE; CREASAP, 2017). Essas questões poderão ser rotas para outros estudos. Outro desdobramento sugerido é uma comparação mais sistemática entre os problemas ético-metodológicos da pesquisa com movimentos de direita e de esquerda.

Os debates éticos acompanham as transformações sociais e é certo que a mídia digital amplia questionamentos, o que requer a discussão de experiências empíricas (FACIOLI; PADILHA, 2019). É possível recomendar, para o aperfeiçoamento ético dos projetos, “práticas de compartilhamento de experiências, exposição de dilemas e dificuldades a respeito dos problemas” (GILLAN; PICKERILL, 2012, p. 134, tradução nossa). Foi nessa perspectiva que este trabalho procurou dar uma contribuição.

Agradecimentos

Agradeço aos estudantes de graduação Mayana Yumi Souza dos Reis (que esteve no encontro da UNECON) e Marcelo dos Santos Marcelino, bolsistas de iniciação científica do Programa Unificado de Bolsas de Estudos da Universidade de São Paulo (PUB-USP), em diferentes etapas da pesquisa que deu origem a esse texto, pelas discussões e leitura do manuscrito, bem como à também estudante, de mesmo nível e

⁸ Por esse motivo, houve um debate sobre a conveniência de atender o pedido do terrorista norueguês Anders Behring Breivik para ser entrevistado por cientistas (ERIKSSON, 2016).

instituição, Bruna Correia, pelo apoio na distribuição do questionário de contato com os estudantes de direita. Os avaliadores do artigo fizeram comentários que permitiram aperfeiçoar a discussão.

Referências

- ASKANIUS, T. Studying the Nordic Resistance Movement: three urgent questions for researchers of contemporary neo-Nazis and their media practices. **Media, Culture & Society**, Newbury Park, v. 41, n. 6, p. 878-888, 2019.
- BARBOSA, S.; MILAN, S. Do not harm in private chat apps: ethical issues for research on and with WhatsApp. **Westminster Papers in Communication and Culture**, Londres, v. 14, n. 1, p. 49-65, 2019.
- BIZEUL, D. Reporting the “good deeds” of far-right activists. In: TOSCANO, E. (ed.). **Researching far-right movements: ethics, methodologies, and qualitative inquiries**. Londres: Routledge, 2019. Edição Kindle.
- BLEE, K. M. Empathy, and ethics: lessons from oral histories of the Klan. **The Journal of American History**, Oxford, v. 80, n. 2, p. 596-606, 1993.
- BLEE, K. M. White-knuckle research: emotional dynamics in fieldwork with racist activists. **Qualitative Sociology**, Berlim, v. 21, n. 4, p. 381-398, 1998.
- BLEE, K. M. Can we learn from racists? **Mobilization**, San Diego, v. 11, n. 4, p. 479-482, 2006.
- BLEE, K. M. Ethnographies of the far right. **Journal of Contemporary Ethnography**, Newbury Park, v. 36, n. 2, p. 119-128, 2007.
- BLEE, K. M.; CREASAP, K. A. Conservative and right-wing movements. **Annual Review of Sociology**, Palo Alto, v. 36, p. 269-286, 2010.
- CEPÊDA, V. A. A nova direita no Brasil: contexto e matrizes conceituais. **Mediações**, Londrina, v. 23, n. 2, p. 75-122, 2018.
- CODATO, A.; BOLOGNESI, B.; ROEDER, K. M. A nova direita brasileira: uma análise da dinâmica partidária e eleitoral do campo conservador. In: VELASCO E CRUZ, S.; KAYSEL, A.; CODAS, G. (orgs.). **Direita, volver: o retorno da direita e o ciclo político brasileiro**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2015. p. 115-143.
- ERIKSSON, M. Doing violence: some reflections on research, affects, and ethics. **Graduate Journal of Social Science**, Ipswich, v. 12, n. 3, p. 119-127, 2016.
- ESS, C. **Digital media ethics**. Cambridge; Malden: Polity Press, 2009.
- ESSEVELD, J.; EYERMAN, R. Which side are you on? Reflections on methodological issues in the study of ‘distasteful’ social movements. In: DIANI, M.; EYERMAN, R. (eds.). **Studying collective action**. Londres: Sage, 1992. p. 217-237.

FACIOLI, L. R. R.; PADILHA, F. A. Ética e pesquisa em ciências sociais: reflexões sobre um campo conectado. **Mediações**, Londrina, v. 24, n. 1, p. 228-258, jan.-abr. 2019.

FERNANDES, D. C.; MESSEMBERG, D. Um espectro ronda o Brasil (à direita). **Plural**, São Paulo, v. 25, n. 1, p. 1-12, 2018.

FERREIRA, M. F. A ética da investigação em ciências sociais. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 11, p. 169-191, 2013.

FUCHS, C. “Dear Mr. Neo-Nazi, can you please give me your informed consent so that I can quote your Fascist tweet?”: Questions of social media research ethics in online ideology critique. In: MEIKLE, G. (ed.). **The Routledge Companion to Media and Activism**. Abingdon: Routledge, 2018. p. 385-394.

GILLAN, K.; PICKERILL, J. The difficult and hopeful ethics of research on, and with, social movements. **Social Movement Studies**, Londres, v. 11, n. 2, p. 133-143, 2012.

GOODWIN, M. J. The rise and faults of the internalist perspective in extreme right studies. **Representation**, Abingdon, v. 42, n. 4, p. 347-364, 2006.

HAMMERSLEY, M.; ATKINSON, P. **Ethnography: principles in practice**. 3. ed. Londres; Nova York: Routledge, 2007.

HÅRD AF SEGERSTAD, Y.; KULLENBERG, C.; KASPEROWSKI, D.; HOWES, C. Studying closed communities on-line: digital methods and ethical considerations beyond informed consent and anonymity. In: ZIMMER, M.; KINDER-KURLANDA, K. (eds.). **Internet research ethics for the social age: new challenges, cases, and contexts**. Berlim: Peter Lang, 2017. p 213-225.

HOOLACHAN, J. Rapport and over-rapport with research participants. In: ATKINSON, P. et al. (eds.). **SAGE research methods foundations**. Londres: Sage, 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.4135/9781526421036826964>

KINCAID, J. D. Theorizing the radical right: directions for social movements research on the right-wing social movements. **Sociology Compass**, Hoboken, v. 11, n. 5, e12469, 2017.

KOZINETS, R. V. **Netnography: doing ethnographic research online**. Londres: Sage, 2010.

KRAMER, A. D. I.; GUILLORY, J. E.; HANCOCK, J. T. Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. **PNAS: Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America**, Washington, D.C., v. 111, n. 24, p. 8788-8790, 2014.

LAUDER, M. A. Covert participant observation of a deviant community: justifying the use of deception. **Journal of Contemporary Religion**, Abingdon, v. 18, n. 2, p. 185-196, 2003.

MARKHAM, A. N. Ethic as method, method as ethic. **Journal of Information Ethics**, Jefferson, v. 15, n. 2, p. 37-54, 2006.

MARKHAM, A. N.; TIIDENBERG, K.; HERMAN, A. Ethics as methods: doing ethics in the era of big data research - Introduction. **Social Media + Society**, Newbury Park, 2018.

MASSANARI, A. L. Rethinking research ethics, power, and the risk of visibility in the era of the “alt-right” gaze. **Social Media + Society**, Newbury Park, 2018.

MESSEMBERG, D. A direita que saiu do armário: a cosmovisão dos formadores de opinião dos manifestantes de direita brasileiros. **Revista Sociedade e Estado**, Brasília, v. 32, n. 3, p. 621-647, 2017.

OAKLEY, A. Interviewing women: a contradiction in terms. In: ROBERTS, H. (ed.). **Doing feminist research**. Londres: Routledge and Kegan Paul, 1981. p. 30-61.

PIERUCCI, A. F. As bases da nova direita. **Novos Estudos**, São Paulo, n. 19, p. 26-45, dez. 1987.

PIERUCCI, A. F. **As ciladas da diferença**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

PILKINGTON, H. The contagion of stigma: the ethics and politics of research with the ‘far right’. In: PILKINGTON, H. **Loud and proud: passion and politics in the English Defence League**. Manchester: Manchester University Press, 2016. p. 13-36.

PILKINGTON, H. “Field observer: Simples.” Finding a place from which to do close-up research on the “far right”. In: TOSCANO, E. (ed.). **Researching far-right movements: ethics, methodologies, and qualitative inquiries**. Londres: Routledge, 2019. Edição Kindle.

POULSON, S. C.; CASWELL, C. P., GRAY, L. R. Isomorphism, institutional parochialism, and the study of social movements. **Social Movement Studies**, Abingdon, v. 13, n. 2, p. 222-242, 2014.

RAMBUKKANA, N. The politics of gray data: digital methods, intimate proximity, and research ethics for work on the “alt-right”. **Qualitative Inquiry**, Newbury Park, v. 25, n. 3, p. 312-323, 2019.

ROMANCINI, R. A ética da pesquisa na rede. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010, Caxias do Sul, RS. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2010. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2353-1.pdf>. Acesso em 20 abr. 2020.

ROMANCINI, R. “Vamos tirar a educação do vermelho”: o Escola Sem Partido nas redes digitais. **E-Compós**, Brasília, v. 21, n.1, 2018.

ROMANCINI, R.; CASTILHO, F. Strange fruit: the rise of Brazil’s ‘new right-wing’ and the Non-Partisan School Movement, **Journal of Alternative and Community Media**, Bristol, v. 4, n. 1, p. 7-22, 2019.

SANTOS, F.; TANSCHHEIT, T. Quando velhos atores saem de cena: a ascensão da nova direita política no Brasil. **Colombia Internacional**, Bogotá, n. 99, p. 151-186, 2019.

SCHAFFAR, W.; THABCHUMPON, N. Militant far-right royalist groups on Facebook in Thailand. Methodological and ethical challenges of Internet-based research. In: TOSCANO, E. (ed.). **Researching far-right movements: ethics, methodologies, and qualitative inquiries**. Londres: Routledge, 2019. Edição Kindle.

SEIDMAN, G. Sympathy can be awkward too. **Mobilization**, San Diego, v. 11, n. 4, p. 483-486, 2006.

SMYTH, L.; MITCHELL, C. Researching conservative groups: rapport and understanding across moral and political boundaries. **International Journal of Social Research Methodology**, Londres, v. 11, n. 5, p. 441-452, 2008.

SNOW, D. Are there really awkward movements or only awkward research relationship? **Mobilization**, San Diego, v. 11, n. 4, p. 495-498, 2006.

TOSCANO, E. (ed.). **Researching far-right movements: ethics, methodologies, and qualitative inquiries**. Londres: Routledge, 2019. Edição Kindle.

TOSCANO, E. Researching far-right movements. An introduction. In: TOSCANO, E. (ed.). **Researching far-right movements: ethics, methodologies, and qualitative inquiries**. Londres: Routledge, 2019a. Edição Kindle.

TOSCANO, E.; DI NUNZIO, D. The dark side of the field. Doing research on CasaPound in Italy. In: TOSCANO, E. (ed.). **Researching far-right movements: ethics, methodologies, and qualitative inquiries**. Londres: Routledge, 2019. Edição Kindle.

TYAGI, A. Field, ethics and self: negotiating methodology in a Hindu right wing camp. **Contemporary Social Science**, Londres, v. 13, n. 3-4, p. 323-336, 2018.

VELASCO E CRUZ, S. Elementos de reflexão sobre o tema da direita (e esquerda) a partir do Brasil no momento atual. In: VELASCO E CRUZ, S.; KAYSEL, A.; CODAS, G. (orgs.). **Direita, volver: o retorno da direita e o ciclo político brasileiro**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2015. p. 13-47.

WALDNER, L. K.; DOBRATZ, B. A. Rapport, respect, and dissonance: studying the white power movement in the United States. In: TOSCANO, E. (ed.). **Researching far-right movements: ethics, methodologies, and qualitative inquiries**. Londres: Routledge, 2019. Edição Kindle.

WIEVIORKA, M. The specificities of researching evil. In: TOSCANO, E. (ed.). **Researching far-right movements: ethics, methodologies, and qualitative inquiries**. Londres: Routledge, 2019. Edição Kindle.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Temática
Volume 14, Número 3, set./dez. de 2020
Submetido em: 20/06/2020
Aprovado em: 23/08/2020

Feitos da bolha: conservadorismo e militância digital no caso Queermuseu

Bubble feats: conservatism and digital activism in the Queermuseum case

Los logros de la burbuja: conservadurismo y militancia digital en el caso Queermuseum

Leandro de PAULA¹
João DOMINGUES²

Resumo

O artigo aborda como o financiamento e a circulação de produções artísticas se apresentam como pauta de interesse para militantes conservadores no contexto recente, analisando as táticas de intimidação adotadas pelo Movimento Brasil Livre (MBL) no caso da exposição *Queermuseu*. Argumentamos que a capacidade de mobilização do grupo se apoia em uma economia da informação que hiperpolitiza a sociabilidade on-line, e estipula regimes de legitimidade para a constituição e a participação em uma polêmica.

Palavras-chave: Queermuseu. Movimento Brasil Livre. Controvérsia.

Abstract

The paper deals with the emerging importance given by conservative activists to arts sponsoring and consumption in Brazil. We analyze the strategies taken by Movimento Brasil Livre (MBL) to close the *Queermuseu* art exhibition. The paper highlights that the group manages to influence many followers since it is supported by an information economy that politicizes online sociability and sets legitimacy rules not only to constitute a controversy, but also to engage in it.

Keywords: Queermuseu. Movimento Brasil Livre. Controvérsia.

¹ Professor Adjunto I da Universidade Federal da Bahia, atuando no Instituto de Humanidades, Artes e Ciências (IHAC), e Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade. Doutor em Comunicação e Cultura pela UFRJ (2016). E-mail: psleandro@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1373-8007>.

² Professor Adjunto IV da Universidade Federal Fluminense, atuando no Instituto de Arte e Comunicação Social (IACS), e Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Territorialidades. Doutor em Planejamento Urbano e Regional pela UFRJ (2013). E-mail: joalpdomingues@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8971-6213>.

Resumen

El texto analiza cómo el financiamiento y la circulación de producciones artísticas han sido un tema de creciente interés para activistas conservadores en el contexto brasileño. El enfoque del texto son las tácticas de intimidación adoptadas por el Movimento Brasil Livre (MBL) en el caso de la exposición *Queermuseu*. Discutimos que la capacidad de movilización del grupo se basa en una economía de la información que hiperpolitiza la sociabilidad digital y establece regímenes de legitimidad para la constitución y participación en una controversia.

Palabras clave: Queermuseu. Movimento Brasil Livre. Controversia.

Introdução

Nos últimos anos, controvérsias em torno da circulação social de produções culturais, ocorridas em diversas regiões do Brasil, deram visibilidade a uma tendência de intimidação às artes e à liberdade de expressão. Ao fazerem das experiências da produção e do consumo da cultura um universo privilegiado de embate, os ativistas que empreendem tais ações parecem vir contribuindo para a atualização de traços do conservadorismo³ no Brasil. Apoiados em uma concepção de liberalismo que concilia Estado mínimo e policiamento das condutas, eles se valem de uma crítica estrita à cultura como setor produtivo, tomando-a como uma arena disfuncional em termos mercantis. Esses diferentes circuitos discursivos parecem formar uma aliança entre neoconservadorismo e neoliberalismo, ao passo em que promovem a crítica ao financiamento estatal das artes, o elogio do mérito individual, a exaltação da unidade autossuficiente da família e o retorno aos valores religiosos como um freio à erosão da moralidade.

O texto a seguir resgata a controvérsia em torno da exposição *Queermuseu – Cartografias da Diferença na Arte Brasileira*, ocorrida em 2017, com o intuito de mapear operações midiáticas que capitalizaram o encerramento da mostra em efeitos políticos e

³ Chamamos de conservadorismo uma forma de reação a propostas de intervenção do Estado na regulação da economia e na promoção de ações afirmativas para grupos subalternizados por razões étnico-raciais e/ou sexuais/de gênero. Essa definição pode parecer restrita a um fenômeno exclusivamente político-institucional, mas alude a diversas forças em disputa na sociedade, que tensionam desde os interesses financeiros até os religiosos. A aliança “liberal na economia, conservador nos costumes” vincula-se a uma longa tradição do conservadorismo no país, assumindo feições revigoradas nos últimos anos. Ver, por exemplo: CHALOUB, J.; PERLATTO, F. Intelectuais da ‘nova direita’ brasileira: ideias, retórica e prática política. Em: Insight Inteligência, v. 1, 2016.

eleitorais. Analisamos a *ação coletiva baseada na internet* (VAN LAER; VAN AELST, 2009) liderada pelo Movimento Brasil Livre (MBL), que se tornou uma referência para outros atos de censura às artes nos últimos anos⁴.

O texto se divide em três seções. Na primeira, apresentamos a grade metodológica que embasa nossa análise. Na segunda, descrevemos como o dissenso em torno da exposição ganhou forma. No terceiro bloco, examinamos a participação do MBL no caso e argumentos contrapostos por lideranças do movimento e pelo curador da exposição em debates públicos⁵. O artigo se encerra com uma discussão sobre os limites da concepção da *polêmica* como expediente democrático, consideradas certas contradições que rondam a nova economia da informação.

Metodologia de análise

A controvérsia da exposição *Queermuseu* ocorreu em um período de franco acirramento político-ideológico, entre o impeachment de Dilma Rousseff e a emergência do projeto presidencial de Jair Bolsonaro. O fortalecimento de identidades conservadoras, em oposição aos legados da agenda de centro-esquerda que governara o país nos anos progressos, impulsionou a campanha pelo encerramento da exposição, que serviu como um “balão de ensaio” para as eleições previstas para 2018. Em meio a tais apostas, passaram a ser mais intensamente controvertidas pautas como políticas afirmativas para grupos subalternizados, ações protetivas da diversidade sexual e de gênero e o incentivo público às atividades culturais. A respeito desse terceiro aspecto, vale lembrar que uma Comissão Parlamentar de Inquérito em torno da Lei Federal de Incentivo à Cultura (conhecida por Lei Rouanet) foi instaurada pela Câmara dos Deputados em 2016, sob a alegação – ao fim, não comprovada – de que o mecanismo favoreceria artistas apoiadores do Partido dos Trabalhadores (DOMINGUES; PAULA, 2019).

⁴ O caso *Queermuseu* deflagrou uma sucessão de atos de cerceamento a exposições de arte pelo país. Ver, por exemplo, os seguintes casos: performance “La Bête”, de Wagner Schwartz, no Museu de Arte Moderna de São Paulo; mostra “Cadafalso”, da artista Alessandra Cunha Ropre, no Museu de Arte Contemporânea do Mato Grosso do Sul; mostra “Faça você mesmo a sua Capela Sistina”, de Pedro Moraleida, no Palácio das Artes de Belo Horizonte; mostra “Amo Cuiabá”, realizada no Shopping Pantanal, em Cuiabá.

⁵ Agradecemos a Fabiana dos Reis Pereira, graduanda do Bacherelado Interdisciplinar em Humanidades (UFBA), pela colaboração na transcrição do debate entre Gaudêncio Fidelis e Arthur do Val, que integra nossa análise na terceira seção.

Propomos acessar esse contexto conflitivo observando como certas visões de mundo foram politizadas no caso *Queermuseu*, sob uma dupla inspiração metodológica. A primeira apela à *Teoria da Argumentação* de Amossy (2017), que enfoca a dimensão principiológica da polêmica na vida democrática. Para a autora, em vez de ser um estágio rudimentar do processo que culminaria na deliberação, a situação polêmica espelha o impulso originário da democracia: o dissenso.

Amossy entende a polêmica como um antagonismo performado em embates públicos, por meio de discursos que expressariam uma diferença irreduzível entre maneiras de observar e julgar. Esse confronto se estruturaria em três dimensões: a dicotomização, a polarização e a desqualificação. A primeira dessas faces consiste na disputa entre premissas sobre um mesmo tema, na qual um ponto de vista busca sobrepor-se ao outro. A segunda se refere à forma pela qual a polêmica convoca os atores sociais a tomarem partido frente ao conflito e a atuarem como multiplicadores dessa ou daquela posição. A terceira aponta para a capacidade de cada lado em rechaçar o outro, deslegitimando-o como defensor de um argumento que seria insustentável.

Essa abordagem da polêmica como organizadora dos desacordos sociais parece guardar paralelo com as ideias de Rancière (1996) acerca do *desentendimento*,

um tipo determinado de situação de palavra: aquela em que um dos interlocutores ao mesmo tempo entende e não entende o que diz o outro. O desentendimento não é o conflito entre aquele que diz branco e aquele que diz preto. É o conflito entre aquele que diz branco e aquele que diz branco mas não entende a mesma coisa, ou não entende de modo nenhum que o outro diz a mesma coisa com o nome de brancura (RANCIÈRE, 1996, p. 11).

Para Rancière, a atividade democrática interpelaria hierarquias sociais instituídas por meio da ideia de uma igualdade radical entre todos os sujeitos de linguagem: “o que constitui o caráter político de uma ação não é seu objeto ou o lugar onde é exercida, mas unicamente sua forma, a que inscreve a averiguação da igualdade na instituição de um litígio” (*Ibid.*, p. 44). Toda ação política revelaria assim algo de incomensurável, ao manifestar a existência de diferentes repertórios de avaliação no corpo social. O encontro litigioso entre diferenças, balizado pela “igualdade de qualquer

ser falante com qualquer outro ser falante” (*Ibid.*, p. 43), teria assim o potencial de revelar a contingência de toda ordem social naturalizada.

O segundo aporte metodológico de nossa investigação é a *Teoria Ator-Rede*, na versão de Venturini (2010). Em linhas gerais, esse marco teórico toma por referência a noção de *controvérsia* como uma situação de incerteza compartilhada, na qual os atores concordam que discordam a respeito de determinado tema. Somos assim instados a descrever o desalinhamento entre suas lógicas de justificação e as ações em que se enredam: acusações, protestos, críticas etc.

Para Venturini, uma controvérsia tem início quando atores sociais descobrem que não podem mais se ignorar. Trata-se de considerar que a irrupção de uma controvérsia impõe um momento de prova, no qual a aparente estabilidade do cotidiano se quebra e vem à tona a indeterminação do social. Em tais situações são explicitados os desacordos internos à comunidade política, uma vez que “as partes não preexistem ao conflito, que elas nomeiam e no qual são contadas como partes” (RANCIÈRE, 1996, p. 40).

Lemos o caso *Queermuseu* como uma controvérsia na medida em que introduz em uma mesma cena atores que circulam em mundos aparentemente distantes. A polêmica leva artistas, juristas, banqueiros, políticos, intelectuais e “cidadãos de bem” a serem apresentados, de modo mais ou menos abrupto, a modos de apreciação da realidade que talvez ignorassem até ali, mas cuja existência a controvérsia os convoca a reconhecer e julgar.

Em sociedades complexas, controvérsias e práticas de instituição de litígio não ocorrem necessariamente face a face. Elas tendem a depender de formas mediadas de comunicação, fato que dá às diferentes mídias o poder de notabilizar os desentendimentos que atravessam o jogo social. A diversificação dos canais pelos quais nos informamos e interagimos hoje, marca da expansão do uso das redes sociais digitais, é um elemento relevante para essa discussão. Pois as controvérsias que dramatizam as diferentes formas de julgar o mundo passam a ser possivelmente produzidas à revelia de instâncias moderadoras que não as funcionalidades – nunca neutras – das plataformas on-line. Popularizados em disputas de opinião na internet, termos como “treta”, “lacrar” ou “cancelar” são o sintoma trivial, mas nítido, de que o *ethos* da polêmica condiciona

práticas de sociabilidade recentes, favorecendo uma espécie de hiperpolitização do cotidiano.

Esse fenômeno importa já que as ferramentas de comunicação consolidadas especialmente na última década tensionaram os limites da esfera pública, ao se revelarem crescentemente capazes de coreografar a ação coletiva (CELIKATES, 2015). Nossas formas de sensibilização, mobilização e contestação civil mostram-se cada vez mais associadas a meios e recursos da interação on-line, propiciando novos tipos de *ação conectiva* (HIGHFIELD, 2016), ou seja, modelos de atuação política baseados em enquadramentos pessoais. Esse alargamento das possibilidades de se informar e compor referências para a participação altera o próprio estatuto da experiência pública:

em contraste à estática e fixa divisão de papéis que caracteriza a esfera pública tradicional, baseada em uma clara diferenciação de funções (de um lado, uma relativamente fechada elite de jornalistas e ‘formadores de opinião’ com acesso a políticos e meios de comunicação; de outro, uma audiência mais ou menos passiva, silenciosa e anônima), a esfera pública virtual, mesmo sem superar por completo essas assimetrias, modifica significativamente as hierarquias em jogo ao permitir, ao menos em princípio, a inclusão e o intercâmbio entre uma multiplicidade de perspectivas e papéis (CELIKATES, 2015, tradução nossa).

Interessa-nos pensar aqui que esses potenciais democratizantes caminham junto à criação de uma nova topografia dos sujeitos falantes. Pois a dinâmica aparentemente horizontal, inclusiva e espontânea dos modos de interação on-line não apenas multiplica as oportunidades expressivas do desentendimento, como também enseja uma *economia da performance polêmica*. Assim, conforme adotamos tais princípios metodológicos gerais, abordaremos os dois polos mais visíveis desta controvérsia analisando, por um lado, as falas dos representantes do MBL e ativistas de direita, e de outro, do curador da mostra, de artistas e intérpretes das obras. Nosso objetivo último é demonstrar os procedimentos políticos e midiáticos que permitiram ao MBL catalisar sensibilidades conservadoras na polêmica, enquanto apoiadores da *Queermuseu* mobilizam argumentos pautados pela especialização discursiva de seu campo.

Discutimos a seguir dados acessados em fontes diversas – matérias de imprensa, entrevistas, sites institucionais, redes sociais, plataformas de transparência –, destacando

como a controvérsia da *Queermuseu* corresponde a um conflito nomeado pelas partes que ele mesmo instaura.

O caso *Queermuseu*

Em 2016, o Banco Santander anunciou seu novo Código de Ética no Brasil com um princípio norteador dedicado à noção de *diversidade*, entendida como a “soma das diferenças culturais, de origem, de habilidades físicas e mentais, de ideias, de cor, etnia, religião, orientação sexual, classe econômica, gênero, formação”⁶. O Código definia condutas inaceitáveis para o banco, como “reprimir a livre manifestação de pensamento” ou promover “declarações difamatórias”. Passava assim a integrar o vocabulário do Santander uma conotação positiva da *diversidade*, segundo certa tendência que tem feito desse tema “um valor, um programa ético a ser implementado pelas grandes empresas” (ORTIZ, 2015, p. 123) na busca por vantagens competitivas.

O lançamento do documento coincidia com os esforços do banco em promover seus compromissos por meio de ações culturais, o que levou a exposição *Queermuseu – Cartografias da Diferença na Arte Brasileira* a entrar na órbita de suas políticas de patrocínio. O projeto vinha sendo acalentado desde 2010 pelo curador e crítico de arte Gaudêncio Fidelis; em 2017, por meio de 800 mil reais do Santander, aplicados via renúncia fiscal, teve início a produção da mostra a ser sediada no espaço cultural do banco em Porto Alegre.

A convergência entre os interesses de Gaudêncio Fidelis e do Banco Santander foi festejada no *release* da exposição, que apresentava a *Queermuseu* como “uma iniciativa inédita que explora a diversidade de expressão de gênero e a diferença na arte e na cultura”⁷; nas palavras de um dos diretores do banco, “a diversidade é um valor para o nosso negócio”. Aberta em 15 de agosto de 2017, com previsão de 55 dias de duração, a exposição reunia mais de 260 obras, de artistas como Portinari, Volpi e Lygia Clark. A ideia da diversidade na arte era recortada pela perspectiva *queer*, termo que alude à visada teórica e de ativismo civil ocupada em questionar as normas sociais que regulam as

⁶ Ver: https://www.santander.com.br/document/wps/codigo_de_etica_PT.pdf. Acesso em: 10 jun. 2020.

⁷ Ver: <http://salic.cultura.gov.br/verprojetos/abrir?id=1276858>. Acesso em: 10 jun. 2020.

experiências de sexualidade e de gênero. A aposta curatorial pretendia assim incluir o Brasil em uma corrente que vem promovendo mundo afora mostras *queer*, “conceito guarda-chuva para abrigar obras, objetos e documentos que guardam vínculo com a memória da comunidade LGBTQ” (BLANCA, 2017, p. 94).

Após três semanas de visita regular, um revés abalou a aliança de interesses em torno da *Queermuseu*: um artigo de opinião no site Lócus, de Passo Fundo (RS), afirmava que o Santander Cultural abrigava “pedofilia, pornografia e os mais variados ataques à moral e aos bons costumes que se possa imaginar”⁸. Dois dias depois, a instituição viria a público fazer uma defesa da exposição, em resposta a protestos na internet e no próprio local, e às ameaças de clientes que prometiam encerrar contas e investimentos no Santander.

Parte dessa reação pode ser creditada a Felipe Diehl. Autoproclamado fundador do grupo “Direita Gaúcha”, o ativista possui diversos vídeos publicados na internet confrontando grupos que classifica “de esquerda”⁹, e exemplifica como agentes conservadores têm encontrado na produção audiovisual um modo de disputa direta do campo político. No caso da *Queermuseu*, Diehl publicou um vídeo¹⁰, viralizado nas redes sociais, no qual caminhava pelo Santander Cultural, exibindo aspectos potencialmente chocantes das obras em exposição: cenas de nudez, de situações eróticas entre pessoas do mesmo sexo ou de símbolos religiosos desconstruídos. Em suas palavras, a mostra abrigaria “só putaria, só sacanagem, mas aqui em Porto Alegre, no Santander Cultural, é reconhecido como arte. Sacanagem, perversão, tudo incitando a pornografia, a pedofilia e a putaria. Vejam só se isso aqui é arte?”¹¹.

Os vídeos atacavam, por exemplo, uma série de pinturas da artista Bia Leite, com imagens de duas crianças e as inscrições “Criança Viada Travesti da Lambada” e “Criança Viada Deusa das Águas”. Em entrevista, a artista afirmou que o trabalho discutia

⁸Ver: <http://www.locusonline.com.br/2017/09/06/santander-cultural-promove-pedofilia-pornografia-e-arte-profana-em-porto-alegre/>. Acesso em: 10 jun. 2020.

⁹ Podem exemplificar essas iniciativas o ato que Diehl chamou de “rolezinho reação”, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, em 2016, e sua intervenção em um evento na PUC de Porto Alegre, em 2018, usando uma camiseta com os dizeres “Ustra Vive” – referência ao coronel do Exército Brasileiro Carlos Alberto Brilhante Ustra, chefe do DOI-Codi, órgão de repressão do governo brasileiro durante a ditadura militar.

¹⁰ Vídeos disponíveis em: <https://www.youtube.com/watch?v=K00e-6BefbI>. Acesso em: 11 jun. 2020.

¹¹ Idem à nota anterior.

o fenômeno do *bullying*, para que “essas crianças tenham suas existências respeitadas. (...) Nas telas expostas todas as crianças sorriem e o texto enaltece e empodera essas crianças desviantes”¹². Segundo Felipe Diehl, contudo, a obra se resumiria a “pura putaria, deixando os moleques virar (*sic*) veado desde cedo”¹³.

Para o ativista, a condição de “veado” seria então uma escolha, dependente de autorização ou incentivo; já para a artista, a apropriação da palavra obedecia à lógica da posituação de um estigma, mesma operação que ressignificou o termo inglês *queer*. Ao subverter um insulto, a série “Criança Viada” teria como enfoque a exaltação de uma “existência desviante”, a reclamar respeito e “empoderamento”. Sobre o signo “criança viada” deflagrava-se assim um *desentendimento* (RANCIÈRE, 1996) e também uma *dicotomização* (AMOSSY, 2017), conflito de juízos acerca de um mesmo objeto.

A aporia se dava também em “Cena de Interior II”, de Adriana Varejão. A tela apresenta um conjunto de práticas sexuais que seriam típicas “cenas do interior” brasileiro, retratando momentos em que o ato é marcado pela violência que atravessa as relações entre gêneros, fenótipos e espécies: mulheres, negros e animais servem a homens, brancos e humanos, respectivamente. Para Lilia Schwarcz, a tela denunciaria “a cultura do estupro que vigorou abertamente durante o período da escravidão, mas não se limitou a ele”¹⁴. Para Felipe Diehl, as intenções da obra seriam outras: “Santander Cultural incentivando a putaria e a zoofilia”¹⁵.

Modos inconciliáveis de apreciação das obras e de sua função social deram a tônica dos debates públicos que se sucederam ao encerramento da exposição, um mês antes do previsto. Como justificativa, o Santander Cultural pediu “sinceras desculpas a todos os que se sentiram ofendidos por alguma obra que fazia parte da mostra”¹⁶. A instituição afirmava agora que a *Queermuseu* “desrespeitava símbolos, crenças e pessoas,

¹²Ver: <https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2017/09/12/nos-lgbt-ja-fomos-criancas-esse-assunto-incomoda-diz-artista-acusada-de-pedofilia.htm>. Acesso em 11 jun. 2020.

¹³ Vídeo disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=962oXFzoE4w>. Acesso em 11 jun. 2020.

¹⁴Ver: <https://www.nexojornal.com.br/colunistas/2017/A-obra-de-Adriana-Varejão-e-nossa-Cena-de-Interior>. Acesso em: 15 jun. 2020.

¹⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9tbgX20Wi6g>. Acesso em 18 jun. 2020.

¹⁶ Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/09/11/politica/1505164425_555164.html. Acesso em 12 jun. 2020.

o que não está em linha com a nossa visão de mundo. Quando a arte não é capaz de gerar inclusão e reflexão positiva, perde seu propósito maior, que é elevar a condição humana”.

O Ministério Público Federal no Rio Grande do Sul, entretanto, constatou a inexistência de material que fizesse apologia a qualquer crime. Em notificação¹⁷, recomendou a imediata reabertura da *Queermuseu*, e admitiu que o espaço falhara ao ceder à pressão dos protestos on-line: “os meios de comunicação virtual exercem impacto sobre as pessoas, cabendo atuações positivas voltadas à não repressão de ideias, inclusive aquelas rejeitadas pela maioria”.

Com a negativa do Santander Cultural em acatar a recomendação, um Termo de Compromisso¹⁸ obrigou a instituição a patrocinar duas novas exposições, sobre as temáticas da intolerância e do feminismo, sob pena de multa de 800 mil reais. Em outubro de 2019, três anos após o lançamento daquele Código de Ética norteado pela “diversidade”, o Santander anunciou que não cumpriria o dever de realizar a mostra em torno do tema da intolerância¹⁹. Assim, pagou metade do valor estipulado e abriu uma exposição intitulada *Estratégias do Feminino* em seu espaço cultural.

A participação do MBL

A inexistência de classificação indicativa que regulasse a entrada de menores de idade e as atividades educativas para o público escolar previstas no projeto da mostra foram instrumentalizadas por grupos conservadores no processo de *polarização* da polêmica (AMOSSY, 2017). A oportunidade foi encontrada em uma brecha do Estatuto da Criança e do Adolescente, que regulamenta o ingresso de menores de idade em “espetáculos públicos”, mas não especifica critérios para mostras em museus e espaços culturais.

É comum à execução de projetos culturais – em especial, àqueles que, por força do uso de recursos com leis de renúncia fiscal, devem estimular o acesso imediato e a

¹⁷Ver: <https://www.conjur.com.br/dl/recomendacao-mpf-rs-reabertura-mostra.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2020.

¹⁸Ver: http://www.mpf.mp.br/regiao4/atuacao/direitos-do-cidadao/documentos/boas-praticas/7987_2019_tac.pdf. Acesso em: 11 jun. 2020.

¹⁹Ver: <http://www.mpf.mp.br/rs/atos-e-publicacoes/cac/poa/termo-aditivo-ao-termo-de-compromisso-consensual-entre-mpf-e-santander-cultural>. Acesso em: 11 jun. 2020.

ampliação de consumidores futuros de bens simbólicos – a presença de programas educativos, mediando a participação de estudantes do Ensino Básico. Entretanto, o tema das classificações indicativas era pouco regulado no âmbito da produção cultural brasileira até então. O próprio Ministério da Cultura (MinC), em nota, reconhecia que o “atual sistema de classificação indicativa não versa sobre exposições”²⁰, e defendia “a expansão do sistema de classificação indicativa para a área de exposições, de modo a cumprir o espírito da Constituição e do Estatuto da Criança e do Adolescente”²¹.

Pressionado sobre a incumbência de restringir o acesso de crianças à exposição, Gaudêncio Fidelis insistiu que não definira indicação etária por uma “opção técnica”²², respaldada pelo Santander Cultural. Nos últimos anos, a repercussão do caso fez da entrada de menores em exposições um problema público²³, rendendo diversos projetos em instâncias legislativas²⁴. Caso o debate sobre classificação indicativa tivesse sido antecipado pelos realizadores, é possível assim imaginar que parte dos argumentos da polêmica no caso *Queermuseu* fossem minorados.

Consideradas as diversas possibilidades de interpretação das obras, desponta como elemento central do caso a questão da *mediação*, ou seja, a forma pela qual certos sentidos foram ensejados. Grande parte do público que se insurgiu contra a exposição acessou as obras por um filtro que não foi dado pelo discurso da curadoria, mas pelos enquadramentos que as recortaram e difundiram a círculos não-especializados, via redes sociais. Falamos então de uma forma de apropriação que discrepa dos modelos habituais de recepção da arte, dependentes da presença do público diante de objetos e/ou experiências.

Tal fenômeno sugere a complexificação dos circuitos pelos quais a produção artística pode vir a trafegar, o que leva seus sentidos a escaparem do controle discursivo de artistas, curadores e espectadores iniciados, bem como das instituições estruturantes

²⁰ Ver: <http://cultura.gov.br/esclarecimento-atividades-culturais-e-classificacao-indicativa/>. Acesso em: 17 ago. 2020.

²¹ Idem à nota anterior.

²² Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=Bq3UMfqcPgE>. Acesso em: 12 de junho de 2020.

²³ Em novembro de 2017, o Ministério Público obrigou o Museu de Arte de São Paulo a recuar de uma medida extrema adotada após a controvérsia da *Queermuseu*: a proibição da entrada de menores de 18 anos na mostra *Histórias da Sexualidade*.

²⁴ Exemplificam essa tendência projetos de lei sancionados para a classificação indicativa em exposições no Rio Grande do Sul e São Paulo.

do campo, a exemplo dos museus e da crítica. De *youtubers* ao Ministério Público, os nexos em torno da *Queermuseu* foram configurados pela participação de diversas vozes e papéis. Mas não devemos, por isso, pressupor condições horizontais de engajamento de cada parte, e sim analisar certas assimetrias constituintes do litígio.

“Difusor de mensagens satíricas, de provocações políticas, de peças que miram os cidadãos na rede e traduzem o debate político substantivo em palavras de ordem” (CHAGAS; SANTOS, 2018, p. 191), o Movimento Brasil Livre (MBL) ganhou fama em nossa cena recente por aglutinar grupos militantes que atuam de forma local e dar ressonância a pautas que repaginam a “estética liberal”²⁵ no país. No caso *Queermuseu*, a campanha movida pelo grupo veio a cumprir tripla função. Primeiro, ela fez de um embate circunscrito à cena gaúcha uma discussão de alcance nacional. Em segundo lugar, organizou afetos difusos sobre a mostra ao submetê-los a uma narrativa, que alinhavou diferentes discursos de desagrado (obscenidade, blasfêmia, abuso do dinheiro público) à radicalização dos ânimos pré-eleitorais. Por fim, o MBL catalisou as formas expressivas do descontentamento social, manejando métodos próprios da segunda idade da internet.

O primeiro ato registrado de repúdio à *Queermuseu* aconteceu em 6 de setembro de 2017²⁶; três dias depois, a exposição foi encerrada. A velocidade que fez o Santander abrir mão dos lemas professados com a mostra respondeu assim a um clima de ameaça estabelecido em poucas horas. Além de protestos de ativistas no espaço cultural, a imprensa noticiou um caso de agressão a um funcionário do Santander em Porto Alegre, pichações de agências pelo país e o registro de que, em três dias, as menções ao banco nas redes sociais atingiram o dobro da média mensal²⁷.

Na semana que precedeu o fechamento, três conteúdos de denúncia à *Queermuseu* foram divulgados por militantes conservadores: a coluna de Cesar Augusto Cavazzola Junior no site Focus e os vídeos dos ativistas Felipe Diehl²⁸ e Rafinha BK²⁹ no

²⁵Ver: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/10/1820495-um-dos-fundadores-e-lideres-do-mbl-tambem-e-cantor-do-bonde-do-rolé.shtml>. Acesso em: 13 jun. 2020.

²⁶Fazemos referência ao já mencionado artigo do advogado Cesar Augusto Cavazzola Junior no site Focus.

²⁷Ver: <https://oglobo.globo.com/cultura/artes-visuais/em-nota-clientes-santander-explica-encerramento-de-mostra-lgbt-em-porto-alegre-218079011>; <https://epoca.globo.com/brasil/noticia/2017/09/como-movimentos-ultraconservadores-conseguiram-encerrar-exposicao-queermuseu.html>. Acesso em: 13 abr. 2020.

²⁸ Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=K00e-6BefbI>. Acesso em: 13 abr. 2020.

²⁹ Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=OWNQNFuSKBY>. Acesso em: 13 abr. 2020.

YouTube. Com a exposição ainda aberta, o MBL redimensionou a circulação do protesto ao publicar fragmentos do texto de Cavazzola em sua página no Facebook, à época com mais de 2 milhões de seguidores, sob a chamada “Isso acontece em Porto Alegre e é bancado por dinheiro de pagadores de impostos. Como fica?”³⁰. Um dos fundadores do grupo assumiu que a primeira postagem no Facebook aconteceu após o disparo de alertas sobre a exposição pelo WhatsApp, que convocaram células do movimento por todo o país para um boicote ao Santander³¹.

A partir de então, o MBL organizou sua narrativa a respeito da *Queermuseu* e fez crescer o engajamento entre seus seguidores nas redes sociais. Em 10 de setembro, o grupo proclamou a autoria da campanha pelo encerramento: “sim, o MBL pressionou para que não acontecesse. Uma coisa é defender que todos sejam tratados de maneira igual (...), outra coisa é usar dinheiro da Lei Rouanet para financiar uma mostra para crianças que conta com pedofilia e zoofilia”³². Comparecia ali o argumento fartamente utilizado pelo grupo: a *Queermuseu* seria uma exposição para crianças, e utilizaria verbas públicas para submeter menores de idade a conteúdos adultos.

O MBL investiu também na crítica a órgãos da imprensa tradicional, que sugeriam que o grupo censurara a liberdade de expressão³³. O perfil oficial do Movimento dizia que “após o boicote espontâneo de seus clientes, o Banco Santander recuou e resolveu cancelar a exposição, já a imprensa e a esquerda continuam insistindo no erro e agindo como verdadeiros fascistas ao tentar (*sic*) condenar o MBL”³⁴. Paula Cassol, coordenadora do grupo no Rio Grande do Sul, afirmou que não se trataria de censura: “na verdade, há uma revolta popular contra o conteúdo que foi colocado na exposição. Em momento algum houve a coação do banco. Retiraram a exposição porque quiseram”³⁵. No discurso do MBL, uma prática de *censura* demandaria a repressão do Estado,

³⁰ Ver: <https://www.facebook.com/mblivre/posts/678964132227733/>. Acesso em: 14 jun. 2020.

³¹ Ver: <https://epoca.globo.com/brasil/noticia/2017/09/como-movimentos-ultraconservadores-conseguiram-encerrar-exposicao-queermuseu.html>. Acesso em: 13 abr. 2020.

³² Ver: <https://www.facebook.com/mblivre/posts/680209612103185>. Acesso em: 14 jun. 2020.

³³ Ver, por exemplo: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/09/11/politica/1505164425_555164.html; <https://veja.abril.com.br/blog/rio-grande-do-sul/nao-vejo-censura-diz-coordenadora-do-mbl-sobre-fim-de-mostra/>

³⁴ Ver: <https://www.facebook.com/mblivre/posts/680748788715934>. Acesso em: 14 jun. 2020.

³⁵ Ver: <https://veja.abril.com.br/blog/rio-grande-do-sul/nao-vejo-censura-diz-coordenadora-do-mbl-sobre-fim-de-mostra/>. Acesso em: 14 jun. 2020.

enquanto um *boicote* seria um instrumento liberal e “exemplo maior do exercício da soberania do consumidor”³⁶, utilizado para punir empresas cujas práticas destoem dos valores de seus clientes.

O grupo difundiu desinformação³⁷ ao noticiar que o MPF haveria constatado crime nas obras: “O Ministério Público reconheceu o óbvio: a ‘exposição’ foi feita com o intuito de influenciar a sexualidade de crianças. Isso não pode ser aceito”³⁸. Segundo o texto, o MPF concluíra que “a exposição tinha o nítido propósito de erotizar o público-alvo e induzi-lo a tolerar condutas como orgias, zoofilia e vilipêndio a símbolos religiosos”. O MBL explorava assim a politização da *Queermuseu* dentro do próprio Ministério Público, já que se apoiava em declarações de Procuradores que integram o órgão, mas não estavam incumbidos da investigação. Com a repercussão da notícia, o Ministério Público divulgou que opiniões individuais não fariam em nome da instituição, cuja posição já havia sido firmada anteriormente³⁹.

Além de comentários no perfil do Santander Cultural e de correspondências enviadas ao banco com ameaças de clientes e investidores, outro alvo da campanha de boicote foi a avaliação do espaço cultural no Facebook: em poucos dias, a página recebeu dezenas de milhares de avaliações negativas⁴⁰. O MBL também explorou o caso por meio de um abaixo-assinado virtual, movido em nome da “sociedade brasileira”, que reuniu 28.664 apoiadores: “para que o Banco de fato repare o dano causado, a sociedade propõe que seja feita uma doação de 800 mil reais a uma instituição de caridade que ajude crianças vítimas de abuso sexual. Só assim poderemos ter certeza da convicção do Santander no repúdio a essa prática abominável”⁴¹.

Essas formas de atuação do MBL dão contornos a procedimentos próprios da economia da informação por trás de fatos políticos recentes. As redes sociais são propícias

³⁶ Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=3EbqEbTg50Q>. Acesso em: 14 jun. 2020.

³⁷ Difusão de informações falsas, boatos ou enganos, facilitada pela dinâmica das mídias sociais.

³⁸ Ver: <https://www.facebook.com/mblivre/posts/685384581585688/>. Acesso em: 14 jun. 2020.

³⁹ Ver: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/artes/noticia/2017/09/queermuseu-apos-manifestacoes-nao-oficiais-mp-reforca-que-nao-ha-crime-de-pedofilia-na-exposicao-9901451.html>. Acesso em: 14 jun. 2020.

⁴⁰ Ver: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2017/09/16/santander-correntistas-queermuseum/>. Acesso em: 14 jun. 2020.

⁴¹ Ver: <https://www.change.org/p/grupo-santander-populacao-exige-retratacao-do-santander-contra-a-pedofilia>. Acesso em 14 jun. 2020.

à *grupabilidade* (RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2015), ou seja, à tendência de criação de grupos de nós que apresentam alta densidade conectiva: é mais provável que uma nova conexão se forme dentro de um mesmo grupo do que com grupos externos. As informações circulantes em um grupo apresentam elevado grau de homogeneidade e redundância, na medida em que os nós que formam a rede acessam os mesmos conteúdos e acabam por reforçar opiniões. Além disso, as plataformas on-line exercem uma curadoria das informações visibilizadas, criando perfis de interesse dos usuários. Essa personalização, baseada em algoritmos, traduz o que Pariser (2011) chamou de *filtro bolha*: a endogenia dos círculos de difusão de conteúdo, que faz a imagem do mundo se confundir com o que é visto pelo usuário em sua atividade on-line.

A capacidade do MBL em mobilizar *clusters* (RIBEIRO, 2018), agregados de nós na rede, sugere que, em vez de uma espontânea “revolta popular”, a rejeição à mostra pode ter resultado de afetos digitalmente concertados como ensaio para as disputas eleitorais. O que podemos medir da reação à *Queermuseu* diz respeito menos a seu real alcance social do que à densidade conectiva da rede formada pelo MBL, impelida por informações e desinformações semelhantes. Essa minoria altamente coesa, cujo ruído produz um senso de maioria, evidencia como a esfera pública virtual (CELIKATES, 2015) não apenas multiplica vozes e papéis políticos, mas também configura uma topografia das falas visíveis e legítimas.

O caso *Queermuseu* representou uma guinada no histórico do MBL: filho do sentimento antipetista, da pauta anticorrupção e do ideário ultraliberal, o grupo se tornou “conservador” na campanha contra a mostra (CHAGAS; SANTOS, 2018). Tal reinvenção deveu-se à necessidade de explorar vácuos políticos após o impeachment de Dilma Rousseff, levando o movimento a abraçar novas disputas. Nesse contexto, lideranças do grupo investiram para sedimentar carreiras políticas: Paula Cassol, interlocutora imediata da campanha junto à imprensa gaúcha, concorreu ao cargo de Deputada Federal em 2018; Kim Kataguiri, propagador da noção do boicote como recurso liberal, foi eleito Deputado Federal no mesmo ano; Fernando Holiday, vereador da cidade

de São Paulo, disputou a pauta da diversidade sexual, defendendo que a população LGBT representada por seu mandato se sentia ofendida pela exposição⁴².

Dentre os atores ligados ao MBL, assumiu protagonismo o empresário Arthur Moledo do Val, ativista com quase 3 milhões de seguidores no YouTube que se tornaria em 2018 o segundo Deputado Estadual mais votado em São Paulo. Também conhecido pela alcunha “Mamãe Falei” (nome de seu canal no YouTube), Arthur do Val tem práticas próximas às de militantes como Felipe Diehl e Rafinha BK, embora um número muito maior de seguidores e, aparentemente, mais recursos aplicados em suas produções. Apostando em um tipo muito específico de maiêutica, Arthur do Val mantém no YouTube uma série ampla de vídeos, em que confronta circunstâncias em eventos identificados com o polo da esquerda do espectro político, sempre ressaltando as possíveis contradições em seus discursos.

A presença desse personagem no caso *Queermuseu* exemplifica um exercício de performance que intensifica os termos do conflito para desqualificar a outra parte. O vídeo do primeiro posicionamento do ativista sobre a mostra sintetizava essa tônica:

eu me senti muito ofendido com isso fazer parte de uma agenda autoritária de esquerda. De pessoas que querem, de maneira autoritária, empurrar isso goela abaixo não só para adultos, mas para crianças. Eu me senti ofendido quando essa galera de esquerda começa a querer falar que isso é cultura, e que isso deve ser ensinado e promovido enquanto cultura para jovens. Deixa eu ver se entendi: eu preciso levar meu filho pra uma exposição como essa, pra ele ver desenhos de homens comendo quadrúpedes, pra ver desenhos de crianças trans, pra ele ser uma criança culta?⁴³

O ativista chegou a viajar até Porto Alegre para se infiltrar em uma manifestação a favor da mostra, convocada por setores progressistas da cidade. O registro⁴⁴ da performance mostra o empresário provocando os partidários da exposição até desencadear atos de agressão física, explorados como prova do que seria o espírito autoritário da esquerda.

⁴² Ver: <https://www.facebook.com/mblivre/videos/1942978585940298>. Acesso em: 15 jun. 2020.

⁴³ Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=FiSNvXJYmP4>. Acesso em: 15 jun. 2020.

⁴⁴ Ver: <https://www.facebook.com/mamaefalei/videos/contra-censura-do-mbl-à-exposição-queermuseu-santander-por/1969092099991802/>. Acesso em: 16 de jun. 2020.

Embates encenados na mídia tradicional dariam visibilidade à dimensão da desqualificação da outra parte na polêmica (AMOSSY, 2017). Em um debate na Rádio Guaíba de Porto Alegre⁴⁵, Gaudêncio Fidelis insistiu que a *Queermuseu* seria “antes de tudo, uma exposição de alto teor acadêmico”, “criada para tratar de um conjunto de problemas artísticos fundamentais”. A argumentos dessa natureza, Arthur do Val responderia: “eu não tenho alto teor acadêmico, nem a genialidade necessária pra considerar isso um tipo de cultura que deveria ser financiada por recursos públicos. Eu não preciso de Lei Rouanet pra me sustentar: meu dinheiro vem do meu trabalho honesto”. Perguntado se obras de Leonardo da Vinci ou Auguste Rodin poderiam ser financiados pela Lei Rouanet, o militante respondeu: “Não! Pra mim, o artista que é bom tem que conseguir o próprio capital”.

Em programa televisivo da Band, novamente Arthur do Val foi posicionado como o antagonista público de Fidelis. Enquanto o curador reproduziu a acusação de que a campanha do MBL seria “uma censura à liberdade de expressão”, baseada em falsa narrativa, o ativista investiu em três argumentos: o descabimento do uso de dinheiro público na *Queermuseu*, o acesso de menores de idade às obras e a agenda anti-liberal da exposição, que pretenderia impor uma visão de mundo aos espectadores:

Ninguém aqui quer dizer qual deve ser o papel da arte, ninguém quer dizer aqui quais livros você deve ler, quais filmes você deve assistir. O que as pessoas se sentem ofendidas é quando claramente tentam impor de cima pra baixo essas questões de ideologia de gênero, que pertencem exclusivamente ao foro íntimo da família⁴⁶.

O ativista rechaçava assim a estetização de um tema que seria de ordem privada, e denunciava certo aparato institucional que teria abordado sexualidade e gênero “de cima para baixo”: os museus, as escolas, a imprensa, a esquerda, a Lei Rouanet aparecem como faces de um mesmo sistema permissivo à circulação do que deveria se manter sob controle da família. Frente a essa cena, o MBL reivindicava o papel de vocalizar repertórios avaliativos que estariam silenciados:

⁴⁵ O vídeo do debate está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qrLVzmJVvAQ>. Acesso em: 27 fev. 2019.

⁴⁶ Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=Bq3UMfqcPgE>. Acesso em: 16 jun. de 2020.

a partir do momento que o artista realiza uma obra de arte ele passa a deixar para as pessoas a interpretação daquela obra. Não faz sentido que um artista queira que as pessoas entendam exatamente aquilo que ele quis dizer com aquela obra. E se as pessoas não entenderam aquilo que ele quis dizer, enfim, cada um interprete do jeito que quiser, faz parte da liberdade de expressão das pessoas falar algo contra aquilo que se sentiram ofendidas. A gente é tão a favor da liberdade de expressão que promoveu justamente a voz daquelas pessoas que se sentiram ofendidas com aquela exposição⁴⁷.

Além, portanto, de confundir os domínios público e privado, a manifestação artística seria arbitrária por depender de formas subjetivas de julgamento: quem define o “tipo de cultura que deveria ser financiada por recursos públicos”? Quem responde por “aquilo que um artista quis dizer com aquela obra”? A retórica populista de Arthur do Val valia-se da polêmica para alvejar práticas e instituições que organizam o campo artístico, com base na ideia de que o número de seguidores – ou eleitores – seria o critério último sobre a legitimidade para julgar.

Mesmo não assumidos como agenda, os interesses em jogo tinham assim a ver com a conformação dos problemas públicos que competem à cultura e das políticas que lhes respondem. Pois parte importante do protesto conservador dizia respeito àquilo “que falam que é cultura, e que deve ser ensinado e promovido enquanto cultura para jovens”. Do financiamento ao conteúdo das artes, o objeto da crítica do MBL parece ser a lógica de um sistema produtivo que goza de certa autonomia na produção de sua própria legitimidade, sendo capaz de engendrar formas sociais de sensibilização não redutíveis ao puro cálculo da maioria.

Considerações Finais

Para Venturini (2010, p. 261, tradução nossa), “controvérsias têm início quando os atores descobrem que não podem se ignorar, e terminam quando conseguem firmar um sólido acordo de convivência”. Sendo assim, apesar das sanções jurídicas e formas de

⁴⁷ Idem à nota anterior.

reparação⁴⁸ encontradas pelas partes ao longo do tempo, podemos considerar que a controvérsia sobre a *Queermuseu* não teve ainda fim, já que não parece ter se esgotado no Brasil o litígio entre o sistema da produção cultural e os anseios “liberais na economia, conservadores nos costumes”. Pelo contrário, é possível que esse caso tenha sido um momento de prova no desenvolvimento de uma querela mais antiga. Os limites entre liberdade de expressão e modos de financiamento à cultura foram tensionados na encenação pública do conflito, dando visibilidade a sentidos cívicos ascendentes entre parcela da população.

A participação do MBL no caso parece ter sido fundamental para que, segundo as categorias de Amossy (2017), a *dicotomização* entre argumentos favoráveis e contrários às obras pudesse ser seguida da *polarização* que cindiu os campos da disputa, bem como pela *desqualificação* do oponente, exemplificada pelos embates entre Arthur do Val e Gaudêncio Fidelis. Contudo, como buscamos demonstrar, as formas de enunciação da polêmica parecem predispor os atores a distintas condições de legitimidade. Enquanto o curador segue a argumentar nos termos de seu próprio campo (“uma opção técnica”, “uma exposição de alto teor acadêmico”, “problemas artísticos fundamentais” etc.), o ativismo do MBL maneja um conjunto de artifícios políticos e midiáticos para difundir uma narrativa e suscitar instintos de justificação.

Tendo em foco a atuação do MBL nesse caso e os procedimentos que organizam a distribuição e o consumo da informação hoje, a noção de *polêmica* parece encontrar limites para se justificar como fundamento do jogo democrático. Pois, como vimos, os modos de constituição do debate público nas redes sociais podem ser influenciados pela tendência à grupabilidade e pelos chamados filtros bolha, que restringem o papel do contraditório na formação cotidiana dos juízos e estipulam um padrão de sociabilidade vocacionado ao apagamento da diferença.

Os limites da legitimidade da polêmica tornam-se ainda mais explícitos quando atentamos para as dobras do tempo e as variações de posição e estratégia no campo político, com mais uma “reinvenção” do MBL passado o período eleitoral. Em 2019, o

⁴⁸ A *Queermuseu* foi reaberta ao público no Parque Lage, no Rio de Janeiro, entre 18 de agosto e 16 de setembro de 2018. A mostra foi viabilizada por uma campanha de financiamento coletivo, que alcançou o recorde de arrecadação entre iniciativas do gênero no Brasil, levantando mais de 1 milhão de reais.

coordenador nacional do movimento, Renan Santos, afirmou que a participação no caso *Queermuseu* “surgiu de uma matéria da *Veja* que disse que o MBL foi lá fazer um ato, e na verdade foi uma pessoa que não tinha nada a ver com o MBL”⁴⁹. “Colocados” na polêmica, preferiram “comprar a briga de que, se as pessoas não acham correto dinheiro público financiar uma exposição em que não acreditam, têm o direito de fazer boicote”. Por fim, arremata: “não deveríamos ter entrado e participado da polarização. Não precisávamos ter feito o barulho que fizemos”.

Já tendo amealhado seu quinhão político no episódio, o MBL parece agora investir em um deslocamento da performance polêmica. A versão de Renan Santos sobre a *Queermuseu* – traduzida como uma tentativa de autocrítica – denota o desejo do MBL se mostrar com mais sobriedade, destacado dos polos antagônicos, do lulismo ao bolsonarismo. Reiterada a crítica ao financiamento de produções culturais nas quais “as pessoas não acreditam”, o recurso à polêmica anteriormente mobilizado desponta como uma *pauta moral de franja*: instrumental, mas eficaz para a construção da legitimidade exigida às vésperas da eleição. Desintegrado esse quadro, cabe aguardar o deslizamento da “estética liberal” do MBL à conveniência de novos discursos.

Referências

AMOSSY, Ruth. **Apologia da polêmica**. São Paulo: Contexto, 2017.

BLANCA, Rosa María. Exposições Queer: Contextos Mundiais e Locais. **Cadernos de Gênero e Diversidade**, v. 3, n. 3, 2017, p. 93-101.

CELIKATES, Robin. Digital publics, digital contestation: a new structural transformation of the public sphere?. In: CELIKATES, Robin.; KREIDE, Regina; WESHCE, Tilo (Orgs.). **Transformations of democracy: crisis, protest and legitimation**. London: Rowman & Little Field International, 2015.

CHAGAS, Viktor; SANTOS, João Guilherme Bastos dos. Direta transante: enquadramentos pessoais e agenda ultraliberal do MBL. **Matrizes**, v. 12, 2018, p. 189-214.

DOMINGUES, João; PAULA, Leandro de. Esse tipo de ‘artista’ não mais se locupletará da Lei Rouanet”: políticas culturais e sentidos em disputa no Brasil pós-impeachment. XV ENECULT – Encontros de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2019, Salvador. **Anais...** Disponível em

⁴⁹ Ver: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/07/mbl-admite-culpa-por-polarizacao-no-pais-e-exagero-em-sua-agressividade-retorica.shtml>. Acesso em 16 jun. de 2020.

<http://www.enecult.ufba.br/modulos/submissao/Upload-484/111577.pdf>. Acesso em 17 ago. 2020.

HIGHFIELD, Tim. **Social media and everyday politics**. Cambridge: Polity, 2016.

ORTIZ, Renato. **Universalismo e diversidade**. São Paulo: Boitempo, 2015.

PARISER, Eli. **The Filter Bubble**. New York: The Penguin Press, 2011.

RANCIÈRE, Jacques. **O desentendimento**. São Paulo: Editora 34, 1996.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. **Análise de Redes para Mídia Social**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

RIBEIRO, Márcio Moretto. Antipetismo e conservadorismo no Facebook. In: SOLANO, Esther (Org.). **O ódio como política: a reinvenção das direitas no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2018.

VAN LAER, Jeroen; VAN AELST, Peter. Cyber-protest and civil society: the Internet and action repertoires in social movements. In: JEWKES, Yvonne; YAR, Majid. **Handbook of Internet crime**. Londres: Willan Publishing, 2009, p. 230-254.

VENTURINI, Tommaso. Diving in magma: How to explore controversies with actor-network theory. **Public Understanding of Science**, v. 19, n. 3, 2009, p. 258-273.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Temática
Volume 14, Número 3, set./dez. de 2020
Submetido em: 20/06/2019
Aprovado em: 11/08/2019

Conservadorismo acima de tudo e de todos: imaginários sociodiscursivos nos discursos de posse presidencial de 2019

Conservatism above all and everyone: sociodiscursive imaginary in 2019 presidential inauguration speeches

Conservadurismo por encima de todo y de todos: imaginarios sociodiscursivos en los discursos de inauguración presidencial de 2019

Mariana Ramalho PROCÓPIO¹
Maurício João VIEIRA FILHO²

Resumo

Este artigo tem como objetivo identificar e analisar como são construídas as representações para o Brasil, os brasileiros, o governo e o presidente nos discursos de posse presidencial de 2019. Para isso, utiliza-se como repertório teórico-metodológico a análise do discurso, notadamente a Teoria Semiolinguística, de Patrick Charaudeau, com destaque para o conceito/categoria analítica dos imaginários sociodiscursivos. Nos pronunciamentos, constata-se que Bolsonaro mobiliza os imaginários sociodiscursivos relacionados à religião para se apresentar como salvador e messias; imaginários de corrupção e criminalidade para referir ao Brasil; imaginários de cidadão de bem e de mal para os brasileiros; e imaginários de libertação e futuro promissor para seu governo. Além de apresentar ataques aos governos anteriores, indica valores conservadores que nortearão seu mandato e retoma o fato de ter sobrevivido a uma facada.

Palavras-chave: Análise do discurso. Política. Discursos de posse. Imaginários sociodiscursivos. Jair Bolsonaro.

Abstract

This article aims to identify and analyze how representations for Brazil, Brazilians, the government and the president are constructed in the 2019 presidential inauguration speeches. For this, the analysis of discourse is used as theoretical-methodological

¹ Professora do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Viçosa. Doutora em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais, com pós-doutorado realizado junto à Lancaster University, UK. Co-líder do grupo de pesquisa DIZ - Discursos e Estéticas da Diferença. E-mail: mariana.procopio@ufv.br. ORCID: 0000-0001-9661-5883.

² Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais. Graduado em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal de Viçosa. E-mail: mauriciovieiraf@gmail.com. ORCID: 0000-0001-9638-7390.

repertoire, notably Patrick Charaudeau's Semiolinguistic Theory, with emphasis on the analytical concept/category of sociodiscursive imaginary. In the statements, it appears that Bolsonaro mobilizes the sociodiscursive imaginary related to religion to present himself as a savior and messiah; imaginary of corruption and crime to refer to Brazil; imaginary of citizens of good and evil for Brazilians; and imaginary of liberation and a promising future for your government. In addition to presenting attacks on previous governments, conservative values that will guide his mandate and resume the fact that he survived a stab.

Keywords: Analysis of discourse. Politics. Inauguration speeches. Sociodiscursive imaginary. Jair Bolsonaro.

Resumen

Este artículo tiene como objetivo identificar y analizar cómo se construyen las representaciones para Brasil, los brasileños, el gobierno y el presidente en los discursos de inauguración presidencial de 2019. Para eso, se utiliza el análisis del discurso como repertorio teórico-metodológico, destacando la Teoría Semiolingüística de Patrick Charaudeau, con énfasis en el concepto/categoría analítica de imaginario sociodiscursivo. En las declaraciones, aparece que Bolsonaro moviliza el imaginario sociodiscursivo relacionados con la religión para presentarse a sí mismo como un salvador y mesías; imaginarios de corrupción y criminalidad para referirse a Brasil; imaginarios de ciudadanos del bien y del mal para los brasileños; y imaginarios de liberación y un futuro prometedor para su gobierno. Además de presentar ataques a los gobiernos anteriores, valores conservadores que guiarán su mandato y reanudar el hecho de que él sobrevivió una puñalada.

Palabras clave: Análisis del discurso. Política. Discursos de inauguración. Imaginarios sociodiscursivos. Jair Bolsonaro.

Introdução

As eleições de 2018 remetem a um cenário político de instabilidades no Brasil, em configuração, pelo menos, desde 2013. As manifestações de junho de 2013 e as eleições de 2014, posteriormente as delações na Operação Lava Jato e o impedimento da continuidade do mandato de Dilma Rousseff, fizeram com que a política brasileira fosse “recortada por uma crescente onda de insatisfações e descrenças por parte da população, cujos efeitos foram sentidos na relação estabelecida entre mandantes e mandatários” (MIRA, 2017, p. 15). Ainda, para o pesquisador, sob a ótica de outros autores que dialogam em sua dissertação, “a atuação da mídia como ator político e espaço de articulação e construção de sentidos sociais ganha destaque a partir de debates a respeito

do funcionamento das democracias e do avanço nos estudos em comunicação, com efeitos na política” (MIRA, 2017, p. 17). Ademais, a internet, vista como um meio comunicacional potencialmente alternativo e democrático, propiciou uma relação que modificou os contextos dos mandatos e ocasionou modificações nas ações políticas.

Tendo em vista este cenário político, verifica-se que a campanha eleitoral de Jair Bolsonaro foi, fundamentalmente, construída pela internet, se apropriando das redes sociais. O não comparecimento em debates de televisão e eventos de rua, sob a justificativa de recuperação de um atentado sofrido na cidade de Juiz de Fora (MG), fez com que a campanha bolsonarista fosse edificada unilateralmente pelas plataformas digitais, isto é, Bolsonaro concentrou-se em construir estratégias para cativar um público específico em seus perfis no *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*. Com o slogan “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”, a campanha foi feita a partir de um rótulo antipetista, disseminação de discursos conservadores e veiculação de notícias falsas (por exemplo, o “kit gay”).

Nas redes sociais do candidato, houve um intenso trabalho de publicações de conteúdos que o beneficiassem. Apoiadores que compartilhavam as postagens pró-Bolsonaro e o engajamento de seus filhos nas redes sociais (sendo três deles inseridos também no âmbito político brasileiro), compuseram a articulação dessa trama de apoio. A estratégia também contava com um conjunto de páginas e sites coordenados por um mesmo grupo, chamado de Raposo Fernandes Associados (RFA), cujo objetivo era aumentar o engajamento de internautas que poderiam ser potenciais eleitores, a partir da publicação de reportagens e referências favoráveis a Bolsonaro e difusão de rumores³. Essa articulação no meio on-line, junto à disseminação de seus posicionamentos e sem intervenções de debates políticos, culminou em sua ascensão e no resultado do segundo turno do processo eleitoral.

³ Esse esquema foi denunciado pelo portal Estadão em 12 de outubro de 2018. A matéria aponta que o grupo RFA, coordenado pela empresa Novo Brasil Empreendimentos Digitais Ltda, conseguiu engajamento numérico nas redes sociais, principalmente no Facebook, maior que páginas de celebridades mundialmente conhecidas. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,rede-probolsonaro-engaja-mais-do-que-madonna-e-neymar,70002544629>. Acesso em: 3 abr. 2019.

Nesse sentido, a vitória⁴ de Jair Bolsonaro nas eleições de 2018 foi percebida por analistas políticos como a ascensão de uma onda conservadora no país, que tem como objetivo modificar o cenário social, cultural e político brasileiro, por meio da tentativa de manutenção das instituições tidas como tradicionais e da cristalização de costumes e moralidades. “Seus quase 30 anos na Câmara foram pautados pela adoção de um discurso agressivo e radical, incluindo ataques a gays e mulheres, defesa da ditadura militar, de um novo golpe de Estado, assassinato de criminosos, entre outros pontos” (FOLHA DE S. PAULO, 2018, on-line). Esse movimento conservador coincide com fenômenos similares em outras partes do mundo, haja vista a eleição de Donald Trump, nos Estados Unidos, e o *Brexit* — abreviatura inglesa dada à saída do Reino Unido da União Europeia.

A entrada no cargo de presidente acontece com a posse no primeiro dia do ano do início do mandato. Nesse momento, cerimônias marcadas por rituais tradicionais (passagem de faixa presidencial, salva de tiros de canhão, desfiles, reproduções do hino nacional, discurso de posse, entre outros detalhes) ocorrem para simbolizar o começo do exercício do novo governante. Em 2019, transcorreram situações durante a cerimônia que valem uma pontuação. Destacam-se os ataques e as hostilizações aos veículos de comunicação jornalística presentes no local e seus repórteres, como ao Grupo Folha e à TV Globo, em contrapartida, à exaltação positiva das redes sociais por parte dos bolsonaristas, com gritos fervorosos ao *WhatsApp* e *Facebook* (FOLHA DE S. PAULO; SPOTIFY STUDIOS, 2019). Essa postura parece sinalizar o descrédito incentivado pela campanha bolsonarista aos meios de comunicação, a disseminação dos boatos e notícias falsas nas redes sociais e os ataques à mídia por parte de Bolsonaro, sua campanha e seus admiradores.

No decorrer do ato de posse, aconteceu o primeiro discurso dentro do Congresso Nacional, voltado aos políticos, de maneira mais institucional. Após receber a faixa presidencial de Michel Temer, Bolsonaro discursou na Praça dos Três Poderes direcionando-se à multidão de apoiadores. Nesse momento, o presidente apresentou um

⁴ O resultado eleitoral foi obtido após o segundo turno, disputado por Fernando Haddad, candidato do Partido dos Trabalhadores (PT), e Jair Bolsonaro, na época candidato do Partido Social Liberal (PSL). Conforme divulgação do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), o resultado foi 55,13% dos votos válidos para Bolsonaro e 44,87% para Haddad.

tom mais enérgico, buscando aprovação e concordância de seu eleitorado interessado em sua agenda conservadora.

Tomando, pois, estes dois discursos como nossos objetos de análise, este artigo tem como objetivo identificar e analisar como são construídas as representações para o Brasil, os brasileiros, o governo e o presidente nos discursos de posse presidencial de 2019. Entendemos que essas representações podem ser apreendidas por meio de uma investigação dos imaginários sociodiscursivos, conceito formulado pelo linguista Patrick Charaudeau em sua Teoria Semiolingüística de análise do discurso, que será por nós tomado como categoria teórico-conceitual.

Discurso político e discurso de posse

Neste trabalho, filiamo-nos à abordagem teórico-metodológica da Análise do Discurso, notadamente nos trabalhos de Patrick Charaudeau em sua Teoria Semiolingüística. Segundo tal vertente, os discursos podem ser apreendidos como jogos, nos quais as palavras devem ser apreendidas também pelo que elas querem dizer e pelos efeitos de sentido que provocam e não apenas pelo não dito, pelo sentido explícito.

Assim, associando essa premissa ao discurso político, nota-se que é necessário se atentar também aos lugares de fabricação desse discurso, já que um enunciado pode ter um sentido político em determinado contexto devido à interação. “Não é, portanto, o discurso que é político, mas a situação de comunicação que assim o torna” (CHARAUDEAU, 2011, p. 40). Ainda nesta perspectiva, Charaudeau (2011) aponta três lugares do discurso político: como sistema de pensamento, que busca inserir um ideal político através de princípios que serão base para criação de posicionamentos e opiniões; como ato de comunicação, em que aprovações, negações e acordos tentam ser estabelecidos; e como comentário, não sendo precisamente direcionado a fins políticos, mas um revelador de opiniões dos sujeitos. Em nossa análise, vamos nos atentar para o discurso como ato de comunicação, sendo que

ele resulta de aglomerações que estruturam parcialmente ação política (...) e constroem imaginários de filiação comunitária, mas, dessa vez, mais em nome de um comportamento comum, mais ou menos ritualizado, do que de um sistema de pensamento, mesmo que este perpassse aquele. Aqui, o discurso político dedica-se a construir imagens

de atores e a usar estratégias de persuasão e de sedução, empregando diversos procedimentos retóricos. (CHARAUDEAU, 2011, p. 40)

À vista disso, os discursos de posse, um dos gêneros⁵ do discurso político, se enquadram neste lugar de fabricação do discurso político, uma vez que dizem respeito ao ator político — presidente eleito — buscando trazer adesões dos cidadãos para si e para seu governo e construir uma imagem positiva publicamente, a partir do seu primeiro pronunciamento oficial no cargo. Ao se posicionar frente ao púlpito e ler seu pronunciamento, tanto para os parlamentares do Congresso Nacional quanto para o público presente na Esplanada dos Ministérios, o presidente emprega estratégias eloquentes, que visem atingir aqueles públicos e construir uma imagem desejada por ele, seu partido e seus aliados. É preciso também ressaltar que a enunciação marcada pelos discursos de posse, em seus dois momentos, foi televisionada e repercutida midiaticamente.

Como traz o jornalista Mario Rosa Júnior, na apresentação do livro *Palavra de presidente: os discursos presidenciais de posse, de Deodoro a Lula*, de João Bosco Bezerra Bonfim, “será este [discurso] a entrar para a História, pois traz em seu bojo sua razão de ser” (ROSA JÚNIOR, 2008 *apud* BONFIM, 2008, p. 3). Considerando tais colocações, percebe-se que o discurso de posse é o primeiro ato institucional do presidente, que tende a marcar sua história, como também a do país e dos cidadãos. Nele, as propostas anunciadas ou mesmo as suas omissões indicam questões do país que serão ou não trabalhadas pelo mandante. Em relação aos cidadãos, as formas de tratamento e de referência empregadas a eles indicam a visão do governo vigente sobre os mesmos, revelando traços de como esta relação parece ser projetada para o futuro. Quanto ao presidente, o discurso traz sinalizações de suas crenças, valores morais, sua identidade.

Imaginários sociodiscursivos

Na perspectiva semiolinguística, a noção de imaginários sociodiscursivos (CHARAUDEAU, 2011, 2017) é valiosa, visto que sua compreensão é coletiva, ou seja, os imaginários circulam em grupos sociais e são produzidos integrando elementos de

⁵ Ao falarmos que existem gêneros do discurso político, queremos lembrar da existência de outros além do discurso de posse, como a propaganda política, por exemplo.

ordens afetivas e racionais. Os imaginários são, pois, formas de compreensão do mundo construindo significações aos objetos, seres humanos, comportamentos e fenômenos, mudando a realidade para um real significante. Assim, para Charaudeau (2017), os imaginários são tratados como sociodiscursivos por se qualificarem dentro de campo de práticas sociais, como é a política, e por serem realizados de diferentes maneiras em enunciados linguageiros. É bom lembrar que, conforme o contexto onde está inserido, o imaginário pode ganhar uma qualidade boa ou ruim.

Uma vez que os imaginários “dão testemunho das identidades coletivas, da percepção que os indivíduos e os grupos têm dos acontecimentos, dos julgamentos que fazem de suas atividades sociais” (CHARAUDEAU, 2011, p. 207), tal conceito pode nos auxiliar a compreender quais são os discursos mobilizados para justificar ou questionar determinadas ideias circulantes na sociedade. Assim, neste trabalho, adotamos o conceito de imaginários sociodiscursivos duplamente, como referencial teórico e categoria analítica. Tal abordagem se justifica pelo fato de a teoria Semiolinguística se apresentar, no âmbito dos estudos discursivos, como um completo arsenal teórico-metodológico.

Para que possamos identificar os imaginários sociodiscursivos depreendidos de um determinado discurso (objeto de análise), é preciso também que estejamos atentos aos diversos tipos de saberes revelados pelo material analisado. Charaudeau (2017) propõe que tais saberes sejam identificados em dois grupos principais: os de conhecimento e os de crença.

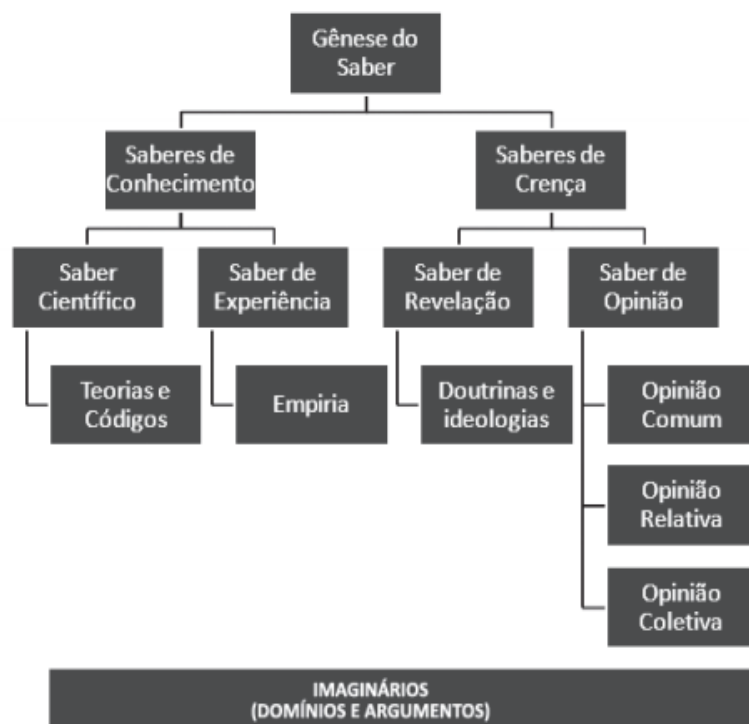
Para constituir verdade sobre os fenômenos do mundo, os saberes de conhecimento vão além da subjetividade, são saberes verificáveis e objetivos. Suas fundamentações são exteriores às pessoas, eles “[...] dizem respeito aos fatos do mundo e à explicação que se pode dar sobre o porquê ou o como desses fenômenos” (CHARAUDEAU, 2011, p. 197). Eles podem ser subdivididos em duas categorias: saber científico e saber de experiência. O primeiro é da ordem da razão científica, a qual apresenta procedimentos que garantem sua objetividade, mediante cálculos, experiências e observações, e que podem ser replicados e provados por qualquer pessoa. Já o segundo traz explicações sobre as coisas do mundo que se colocam ao conhecimento, sem a possibilidade de serem provadas. O saber de experiência é válido na medida que um

indivíduo tenha experimentado aquilo e que qualquer outro possa experimentar nas mesmas circunstâncias.

Os saberes de crença se estabelecem a partir das avaliações e julgamentos sobre fenômenos e coisas do mundo, relacionado, “portanto, aos valores que lhe [mundo] atribuímos e não ao conhecimento sobre o mundo, que é um modo de explicação centrado na realidade e que, supostamente, não depende de julgamento humano [...]” (CHARAUDEAU, 2011, p. 198). A crença é portadora de julgamento e é um filtro de interpretação do sujeito. Este saber também se subdivide em dois tópicos: saber de revelação e saber de opinião. A revelação exige um movimento de aprovação total dos sujeitos e, para isso, deve ter textos que sejam testemunhos dessas verdades. Um exemplo são os escritos da Bíblia. Já a opinião consiste em uma avaliação subjetiva, na qual o sujeito apropria-se de um julgamento das coisas do mundo, por meio da adesão de um saber dentre os existentes em circulação nos grupos sociais. Isto evidencia que se trata de um saber ora pessoal e ora compartilhado. Ainda sobre este saber, cabe a distinção entre três tipos de opinião: (i) a comum — generalizada e que busca amplo partilhamento; (ii) a relativa — que é mais limitada e tem origem de um sujeito ou de um pequeno grupo; (iii) a coletiva — que parte de um grupo sobre outro.

A fim de melhor explicarmos os saberes e suas subdivisões, valemo-nos do diagrama proposto por Procópio (2009):

Figura 1 – Diagrama que reúne os saberes que formam os imaginários sociodiscursivos



Fonte: PROCÓPIO (2009, p. 188), adaptado de Charaudeau.

Ao considerar esta perspectiva, é importante situar que os imaginários se sustentam a partir desses saberes supracitados. Será, pois, pela identificação dos tipos de saber e por suas diferentes formas de apresentação (citações teóricas, relatos de experiência, referências bíblicas e doutrinárias, opiniões, julgamentos e avaliações individuais) em um discurso, que seremos capazes de encontrar as diferentes imagens e representações projetadas por tal discurso. Ainda, é preciso considerar que tanto saberes quanto imaginários não podem ser tomados essencialmente como verdadeiros, falsos, corretos, errados, pois seu uso, reconhecimento e compartilhamento depende sempre das condições de produção e de recepção de um determinado ato de linguagem. De acordo com os preceitos de Charaudeau (2011, 2017), os imaginários podem ganhar valores axiológicos de bom ou ruim/certo ou errado e, neste caso, este reconhecimento não depende só de quem o projeta, mas, principalmente, de quem o recebe e de o que essa pessoa mobiliza como referências e valores.

Construção das representações para o Brasil, os brasileiros, o governo e o presidente nos discursos de posse presidencial em 2019

Conforme pontuado, interessa-nos, neste trabalho, identificar e analisar como são construídas as representações para o Brasil, os brasileiros, o governo e o presidente nos discursos de posse presidencial de 2019. Para tal análise, adotamos como procedimento teórico-metodológico principal a Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau, notadamente o conceito de imaginários sociodiscursivos, tomado por nós também como categoria de analítica.

Para fins de organização metodológica, partimos para uma análise das transcrições textuais dos dois pronunciamentos realizados pelo presidente no momento de sua posse. Procuramos, inicialmente, caracterizar cada um desses atos de linguagem, identificando os elementos do contrato comunicacional (CHARAUDEAU, 2008) que os regia. A caracterização de cada uma dessas situações de comunicação foi apresentada na introdução deste trabalho.

Em seguida, procuramos observar os procedimentos discursivos (enunciativos, descritivos, narrativos e argumentativos) utilizados pelo sujeito enunciador Jair Bolsonaro para se referir aos temas que nós havíamos previamente elencado: Brasil, brasileiros, governo e presidente. Assim, toda vez que o presidente se referia, em seu discurso, a algum desses temas, procurávamos refletir sobre a organização do discurso em tais casos, sobretudo ressaltando os tipos de saber que sustentavam os imaginários projetados para tais temáticas. Tais imaginários são, portanto, reveladores do modo como Jair Bolsonaro compreende e constrói significados para o Brasil, os brasileiros, o governo e para o cargo no qual está empossado.

A partir das análises realizadas, foi possível perceber que não são mobilizados saberes de conhecimento científico nos discursos de posse de Jair Bolsonaro. Isto significa dizer que, para qualquer uma das temáticas analisadas, não foram encontrados procedimentos discursivos pautados na ciência, na objetividade, nas observações estruturadas que pudessem ser replicados e provados. Uma vez que os saberes de conhecimento científico não foram mobilizados, podemos dizer que os imaginários sociodiscursivos projetados pelos discursos de posse de Bolsonaro não se sustentam pela ciência.

Nossas análises também revelaram a inexistência de saberes de conhecimento de experiência nos discursos de posse. Os saberes de conhecimento de experiência são provenientes da empiria e são considerados objetivamente válidos, conforme Charaudeau (2017), na medida que a experiência de um indivíduo pode ser experimentada por outros nas mesmas circunstâncias. Este costuma ser um saber muito empregado no contexto político, quando o sujeito em questão apresenta suas experiências no exercício da profissão para legitimar e provar sua trajetória ou mesmo para aproximar determinados momentos de sua narrativa de vida de seu auditório. Todavia, o presidente Jair Bolsonaro não fez uso de procedimentos discursivos sinalizadores de um saber de experiência.

Existe, contudo, nos discursos de posse analisados, uma predominância de saberes de crença, sobretudo os de revelação, atrelados ao domínio religioso. A seleção lexical de Bolsonaro reflete a tradição judaico-cristã cristalizada em léxicos como Deus, milagre, culpa, benção, etc. Logo, existe a mobilização de um saber de crença, tanto baseado em revelações doutrinário-dogmáticas quanto em avaliações subjetivas, apropriadas por Bolsonaro e atribuídas ao mundo.

Para melhor organizarmos as análises, apresentaremos a discussão dos imaginários para cada uma das temáticas elencadas. Destacaremos os principais procedimentos discursivos utilizados para configurar os saberes de crença e os respectivos imaginários.

Imaginários sociodiscursivos atribuídos ao Brasil

Para se referir ao Brasil, Bolsonaro apresenta: “Aproveito este momento solene e convoco, cada um dos Congressistas, para me ajudarem na *missão de restaurar e reerguer nossa Pátria, libertando-a, definitivamente, do jugo da corrupção, da criminalidade, da irresponsabilidade econômica e da submissão ideológica.*” (BOLSONARO, 2019a, grifo nosso). O país, nas palavras de Bolsonaro, é nomeado pelo substantivo feminino pátria e especificado pelo pronome possessivo nosso. Em seu enunciado, Bolsonaro sinaliza que considera o país como preso à corrupção, à criminalidade, à irresponsabilidade econômica e à doutrinação ideológica, uma vez que precisa deles libertá-lo. Entende-se, de modo subentendido, que o país está nessa situação pelos governos anteriores. Ao associar o Brasil à corrupção, Bolsonaro entende que o país é marcado pela criminalidade política e

que apenas seu governo seria capaz de solucioná-la. Não somente uma criminalidade no sentido de corrupção, mas de forma geral, uma vez que a posse de armas de fogo foi um dos seus pontos fortes de sua campanha presidencial. Ao fazer uso dos verbos restaurar e reerguer, entende-se que o Brasil está “quebrado”, “caído” e o conserto será feito por este mandato. Em relação à “submissão ideológica”, não são apresentadas quais seriam as ideologias e nem como se apresenta essa relação de força, de submissão.

Adiante, ele diz: “O Brasil *voltará a ser um país livre de amarras ideológicas*” (BOLSONARO, 2019a, grifo nosso). O uso do verbo voltar nos permite subentender que o Brasil já foi livre e que, no momento, não é mais. Embora não esteja explícito, infere-se que o agente responsável pela prisão do Brasil é o governo do PT, uma vez que o presidente sempre se refere a tal período como marcado por ideologias. A prisão, a que se refere, seriam as amarras ideológicas. O presidente não sinaliza, por meio de argumentos ou demais procedimentos discursivos, porque considera ideologias como prisão. Ainda, estas só são percebidas com um valor axiológico negativo e estariam ausentes naquilo que ele defende.

No fim do primeiro discurso, Bolsonaro afirma que, a partir de seu mandato, começa uma nova história: “Um capítulo no qual o *Brasil será visto como um país forte, pujante, confiante e ousado*” (BOLSONARO, 2019a, grifo nosso). O presidente faz uso da modalidade futuro para projetar uma imagem positiva para o país e que, no presente, pode-se entender que, em sua visão, o país é fraco (oposto de forte e pujante), incrédulo (oposto de confiante) e sem inovações (oposto de ousado). Todavia, não são apresentados argumentos e detalhamentos discursivos do planejamento político-governamental do presidente para “alterar” essa imagem do país.

No fim do discurso de posse no Congresso Nacional, ele diz: “(...) trabalharei incansavelmente para que o *Brasil se encontre com o seu destino* e se torne a grande nação que queremos” (BOLSONARO, 2019a, grifo nosso), o que nos remete à ideia de que o Brasil é um país sem rumo e desgovernado, que saiu dos trilhos de seu destino. Ainda, em tal afirmação, percebemos a sustentação do saber transcendental-religioso, segundo o qual o Brasil estava destinado a ser uma grande nação.

A sustentação do imaginário de país abençoado, ancorado no domínio religioso, está também presente no trecho “(...) *terras férteis abençoadas por Deus* (...)”

(BOLSONARO, 2019b, grifo nosso). Percebemos aqui a alusão religiosa e também à carta de Pero Vaz de Caminha, enviada ao rei Dom Manuel sobre a descoberta do Brasil e as impressões deste lugar, reveladora de um imaginário de exuberância natural e divina. Ao mobilizar tal argumento, Bolsonaro sinaliza que, em sua opinião, o problema do país não são os recursos naturais, mas as pessoas, fundamentalmente aquelas que se opõem aos ideais políticos por ele defendidos.

Outro ponto a ser considerado é o slogan de campanha: “*Brasil acima de tudo e Deus acima de todos*” (BOLSONARO, 2019a, 2019b, grifo nosso), que sinaliza um imaginário de ufanismo, isto é, de um patriotismo exagerado, como também do entendimento da vontade divina como soberana. A análise do slogan também nos permite pontuar que há um interdiscurso que se assemelha ao “*Alemanha acima de tudo*” (*Deutschland über alles*), verso de uma canção nacionalista de August Heinrich Hoffmann, que ganhou força durante o nazismo, já que Hitler era fã da canção.

Em suma, os imaginários de Brasil propostos por Bolsonaro são ligados ao país da corrupção e da criminalidade, o que pode ser solucionado, principalmente, pelas bênçãos de Deus e por seu mandato. Isso nos indica um patriotismo exacerbado alinhado a uma ideia de divindade e proteção de Deus.

Imaginários sociodiscursivos atribuídos aos brasileiros

Ao realizar menções aos brasileiros, Bolsonaro apresenta imaginários relacionados a dois tipos. Primeiro, ele traz explicitamente a ideia de cidadão de bem, que seriam aqueles sujeitos que querem se auto defender da violência (legítima defesa) e que seriam seu eleitorado. Ser cidadão de bem, na visão de Bolsonaro, são aquelas pessoas regidas por uma moral cidadã ou religiosa cristã e que são adeptas de uma política parecida com a dele. Ao qualificar um grupo de brasileiros como “cidadãos de bem”, ele realiza uma segregação de indivíduos (de bem e de mal), contribuindo bastante para a polarização crescente no país, tentando atrair seus eleitores por se identificarem com este imaginário. Este comportamento discursivo é evidenciado no trecho: “O *cidadão de bem* merece dispor de meios para se defender, respeitando o referendo de 2005, quando optou, nas urnas, pelo direito à legítima defesa” (BOLSONARO, 2019a, grifo nosso). Este referendo citado é sobre a comercialização de armas de fogo e munição no país, no qual

os brasileiros deveriam votar “sim” ou “não” para a pergunta “O comércio de armas de fogo e munição deve ser proibido no Brasil?”. Neste mesmo trecho, para os cidadãos de bem, Bolsonaro emprega o verbo transitivo direto merecer. Em uma análise semântica e axiológica, o sujeito que merece, o faz por direito, por ser portador de determinadas condutas e qualidades consideradas como positivas. No caso, as qualidades e condutas do cidadão de bem são aquelas que o aproximam de Bolsonaro.

Implicitamente, se há um cidadão de bem é porque há um de mal, que seria, na visão de Bolsonaro, o sujeito que não é seu eleitor e, fundamentalmente, atua na sua oposição, sendo classificado por ele como sujeito que tem posicionamentos de esquerda. Essa divisão, contudo, não seria sua responsabilidade, pois ele menciona que “(...) ideologias nefastas venham a dividir os brasileiros” (BOLSONARO, 2019b, grifo nosso). Mais uma vez, a responsabilidade por essa setorização não é sua e nem seu governo, mas daqueles que se ligaram às ideologias. Interessante que aqui estas estão qualificadas – nefastas – mas, em nenhum outro momento são apresentadas ideologias do bem.

Outro momento em que o imaginário de separação de grupos de brasileiros é realizado pode ser percebido pelo excerto abaixo:

Daqui em diante, nos pautaremos pela vontade soberana *daqueles brasileiros*: que querem boas escolas, capazes de preparar seus filhos para o mercado de trabalho e não para a militância política; que sonham com a liberdade de ir e vir, sem serem vitimados pelo crime; que desejam conquistar, pelo mérito, bons empregos e sustentar com dignidade suas famílias; que exigem saúde, educação, infraestrutura e saneamento básico, em respeito aos direitos e garantias fundamentais da nossa Constituição (BOLSONARO, 2019a, grifo nosso).

Nota-se que a contração “daquele” (preposição de + pronome demonstrativo aquele) indica que são brasileiros específicos que desejam esses pontos que ele traz. Ou seja, aqueles que não compactuam com ele não são dignos dessas pautas. Somente o grupo de brasileiros cujas características coincide com aquelas que ele enumera é que devem ser considerados pelo governo.

Por fim, cumpre ressaltar a existência de outro imaginário sociodiscursivo relacionado ao brasileiro. Na visão de Bolsonaro, houve esforço e engajamento dos brasileiros para que ele fosse eleito. “*Nada aconteceria sem o esforço e o engajamento*

de cada um dos brasileiros que tomaram as ruas para preservar nossa liberdade e democracia” (BOLSONARO, 2019a, grifo nosso). Assim, para o presidente, os brasileiros podem ser caracterizados pela força de vontade, pela participação ativa.

Portanto, o brasileiro, para Bolsonaro, está dividido em dois grupos. Os cidadãos de bem seriam aqueles sujeitos que compartilham valores e moralidades conservadores, ideologias políticas de direita e são adeptos/apoiadores do seu governo. É a esse grupo que o presidente se dirige majoritariamente. Em oposição, há os cidadãos “de mal”, que não são ditos explicitamente, mas que estão subentendidos por oposição discursiva e podem ser caracterizados como contrários às políticas e ao governo bolsonarista.

Imaginários sociodiscursivos atribuídos ao governo

Nos discursos, o governo bolsonarista é marcado por uma coletividade, em que Bolsonaro governaria juntamente à população e aos órgãos político-administrativos, tentando desfazer a imagem de tirânico e autoritário, como na frase: “*Pretendo partilhar o poder, de forma progressiva, responsável e consciente, de Brasília para o Brasil; do Poder Central para Estados e Municípios*” (BOLSONARO, 2019a, grifo nosso).

Bolsonaro faz diversas citações ao Congresso Nacional. Apresentamos, inicialmente, um excerto já destacado: “Aproveito este momento solene e convoco, cada um dos Congressistas, para me ajudarem na *missão de restaurar e reerguer nossa Pátria, libertando-a, definitivamente, do jugo da corrupção, da criminalidade, da irresponsabilidade econômica e da submissão ideológica*” (BOLSONARO, 2019a, grifo nosso). Aqui, nota-se que o uso do verbo convocar sinaliza para um chamamento mais forte que um convite, algo que seria irrecusável e compulsório. Podemos fazer uma analogia ao alistamento militar, que é uma convocação de homens para prestar serviços militares, algo que esteve ligado ao passado de Bolsonaro. Ainda, o substantivo missão está associado a uma concepção religiosa, de missionários, o que remonta novamente à sua configuração religiosa, como um enviado divino para solucionar os problemas por ele elencados no discurso.

Ao dizer “*Contamos com o apoio do Congresso Nacional para dar respaldo jurídico aos policiais para realizarem seu trabalho*” (BOLSONARO, 2019a, grifo nosso), o presidente sinaliza novamente que pretende ter o Legislativo a seu lado, como uma

espécie de aliado para a realização (provavelmente aprovação) de suas ideias. Neste caso específico, ele ilustra com o trabalho dos policiais, profissionais que costumam estar associados aos cenários de violência e criminalidade, que, segundo Bolsonaro, caracterizariam o país. Se o Congresso será necessário para dar respaldo jurídico às atividades de tal categoria profissional, pode ser que seja por seu interesse em projetá-las para além de uma atuação regulada pelos instrumentos juridicamente estabelecidos.

Ainda em relação ao Congresso, Bolsonaro diz a este auditório: “*Vamos valorizar o Parlamento, resgatando a legitimidade e a credibilidade do Congresso Nacional*” (BOLSONARO, 2019a, grifo nosso). Neste momento, o presidente parece assumir um compromisso específico com seu interlocutor, no caso, os deputados. Ao prometer valorizá-los e regatar sua legitimidade e credibilidade, o presidente sinaliza que, atualmente, estes não seriam legítimos tampouco críveis enquanto instituição. Cumpre ressaltar, contudo, que, até à eleição, Bolsonaro era também um parlamentar.

Bolsonaro reforça que o governo será uma espécie de solucionador dos problemas do país. Na frase a seguir evidenciamos esta análise. “*Respeitando os princípios do Estado Democrático, guiados pela nossa Constituição e com Deus no coração, a partir de hoje vamos colocar em prática o projeto que a maioria do povo brasileiro democraticamente escolheu. Vamos promover as transformações que o país precisa*” (BOLSONARO, 2019b, grifo nosso). Constata-se que ele propõe uma espécie de receita para sanar estes problemas, na qual os ingredientes são: princípios democráticos, Constituição e Deus. Porém, devemos salientar que o Brasil é um estado laico, ou seja, não deveria nele existir interferências políticas de vieses religiosos. Porém, Bolsonaro coloca estes três referenciais (estado democrático, Constituição e Deus) no mesmo patamar e como complementares. No caso, pontua-se que a posição religiosa do governo bolsonarista seria ligada ao cristianismo. Ainda, ao fazer uso do verbo precisar, Bolsonaro coloca o país em uma situação de falta, de necessidade. As transformações que ele pretende fazer seriam, pois, responsáveis por reverter tal situação de falta.

Outro imaginário ligado ao governo é o de confiança e esperança. Nos excertos “*Os favores politizados, partidarizados devem ficar no passado, para que o Governo e a economia sirvam de verdade a toda nação*”, “*Por muito tempo, o país foi governado atendendo a interesses partidários que não o dos brasileiros. Vamos restabelecer a*

ordem neste país” e “(...) E ao governo cabe ser *honesto e eficiente*” (BOLSONARO, 2019b, grifo nosso), percebemos a projeção de um imaginário de novo país, instaurado por este novo governo. A confiança e a esperança estão atreladas a um governo que se projeta como contrário ao anterior; na visão dele, marcado por partidarismo, pela corrupção.

Por fim, é preciso evidenciar o fragmento “Esses desafios só serão resolvidos mediante um verdadeiro *pacto nacional entre a sociedade e os Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário*, na busca de novos caminhos para um novo Brasil (BOLSONARO, 2019a, grifo nosso). Neste trecho, Bolsonaro evoca a existência de um pacto, léxico que exprime a existência de uma aliança forte, como, por exemplo, os pactos de sangue, uma espécie de contrato que liga as partes em um elo inseparável. Ao projetar para seu governo a existência de um pacto, o presidente coloca sob suspeição a independência dos três poderes, cláusula pétrea da Constituição Federal. Um pacto entre Executivo, Legislativo e Judiciário poderia causar uma sobreposição de poderes, afetando a independência de cada um, assegurada constitucionalmente.

Em síntese, nota-se que Bolsonaro projeta dois tipos de governo: o anterior, realizado principalmente pelo PT e aquele que se inicia com seu mandato. O governo do passado seria o do “mal”, ligado aos partidos de esquerda que, para ele, são os verdadeiros culpados por arruinarem o país e as pessoas. Seu mandato demarca o outro tipo de governo, aquele que resolverá todos os problemas apontados nos discursos e que, finalmente, “libertará” o país do seu passado. Seu governo será, pois, marcado por uma ordem política e social conservadora.

Imaginários sociodiscursivos atribuídos ao presidente

Por fim, procuramos observar quais imaginários Bolsonaro projetava para si e para o cargo de presidente. Indubitavelmente, nossas análises permitem dizer que Bolsonaro projeta para si o imaginário de salvador, como aquele sujeito político capaz de sanar as problemáticas brasileiras e proteger a todos daquele “mal” já enunciado. Ademais, ao referir-se ao atentado sofrido na campanha eleitoral, Bolsonaro projeta para si a imagem de um messias que teve sua vida salva por Deus, por um milagre, algo que ele coloca em evidência em diferentes momentos do pronunciamento. Destacamos o excerto abaixo:

Esse momento não tem preço. Servir à Pátria como chefe do Executivo. E isso só está sendo possível porque Deus preservou a minha vida. E vocês acreditaram em mim. Juntos temos como fazer o Brasil ocupar o lugar de destaque que ele merece no mundo e trazer paz e prosperidade para o nosso povo (BOLSONARO, 2019b).

Ainda para si, Bolsonaro tenta projetar um imaginário de eficiência, ao mencionar que sua campanha eleitoral foi a mais barata da história, algo que, em sua visão, seria motivo de orgulho para um presidente. Ele ainda coloca sua campanha como um momento “cívico”, ou seja, um movimento que atraiu os cidadãos para as ruas em sua defesa e apoio. A seguir, podemos exemplificar estas considerações com o trecho: “Uma campanha eleitoral transformou-se em um *movimento cívico*, cobriu-se de *verde e amarelo*, tornou-se espontâneo, forte e indestrutível, e nos trouxe até aqui” (BOLSONARO, 2019a, grifo nosso). Nesta frase há uma conotação positiva ao momento cívico e, novamente, traz uma ideia de patriotismo. As cores citadas parecem ter sido tomadas para si.

Nesta perspectiva, ele revela “*Minha campanha eleitoral atendeu aos chamados das ruas* e forjou o compromisso de colocar o Brasil acima de tudo, e Deus acima de todos” (BOLSONARO, 2019a, grifo nosso), o que sinaliza para uma representação de alguém atento ao povo. Ele se apresenta como alguém que ouviu os desejos (chamados) da população e conseguiu trazer isso em sua campanha, ancorando a ideia do chamado novamente em uma concepção de ordem religiosa. Neste ponto, vale destacar o uso do verbo ‘forjar’ que significa “1. Trabalhar, aquecer ou fazer alguma coisa na forja; 2. fabricar, inventar, fazer; 3. planejar; 4. falsificar, desvirtuar.” (AMORA, 2009, p. 324). Assim, com este verbo, ele salienta uma tentativa de atuar do mesmo modo que trabalha em uma forja moldando metais pesados. Figurativamente, Bolsonaro sinaliza que trabalhará arduamente, de forma intensa, projetando para si a imagem de alguém comprometido com o ofício que irá executar.

Especificamente em relação ao cargo de presidente, o principal imaginário sociodiscursivo projetado é de um político que conseguirá unir a sociedade. Ele evidencia isso no excerto “Reafirmo *meu compromisso* de construir uma sociedade *sem discriminação ou divisão*” (BOLSONARO, 2019a, grifo nosso). Esta colocação se

mostra como contraditória a vários trechos dos discursos de Bolsonaro, inclusive a alguns anteriormente apontados. Em vários momentos de seus discursos de posse, há uma separação discursiva e axiológica de brasileiros, sendo aqueles que votaram nele e que compartilham de seus valores, os cidadãos de bem; e aqueles outros, que são contrários e problemáticos, e no seu entendimento, os cidadãos “de mal” ou “do mal”. Parece-nos ser esse um imaginário frágil, uma vez que sua contradição discursiva se faz presente pela própria organização do discurso. Como ele “construirá” uma sociedade brasileira sem divisão, já separando as pessoas por valores axiológicos opostos? A contradição é também sustentada se estabelecermos uma relação intertextual com declarações do próprio presidente realizadas em outros momentos sobre LGBTs, mulheres, negros, índios e demais grupos vulneráveis.

Considerações finais

Em linhas gerais, ao analisarmos os dois pronunciamentos de posse que marcaram o início do mandato e o institucionalizaram como presidente, percebemos que Jair Bolsonaro tenta se projetar como uma espécie de salvador/messias que seria capaz de resolver as problemáticas do país. Para isso, retoma o acontecimento de Juiz de Fora e afirma ter recebido um milagre divino por ter sobrevivido. Tal imaginário sociodiscursivo de salvador está amparado em saberes de crença relacionados à religião e mostra a tentativa de construir a imagem de uma pessoa digna de um milagre e, portanto, capaz de governar o Brasil e solucionar os problemas como uma espécie de enviado de Deus.

Os brasileiros são categorizados, pelo presidente, nos discursos de posse, de duas formas: a primeira, como cidadãos de bem, que seriam pessoas alinhadas aos valores conservadores, pensamentos políticos ultraconservadores e que se opõem frontalmente ao governo anterior. Seriam esse os cidadãos adeptos de Bolsonaro. Por oposição há, em enunciação implícita, os cidadãos de “mal”, que seriam aqueles contrários ao governo bolsonarista, ligados às ideologias políticas de esquerda e que, portanto, seriam indignos das políticas que Bolsonaro fará.

Em relação ao Brasil, o imaginário sociodiscursivo projetado se ancora novamente no domínio religioso: trata-se de um país abençoado por Deus, mas que foi corrompido pelos governos anteriores. Além disso, o problema do Brasil seriam as

peças que se opõem ao seu mandato. Assim, Bolsonaro retoma uma série de imagens disponíveis na memória social, sustentadas em pares opostos do domínio religioso: fiéis X infiéis; cristãos X hereges; crentes X pecadores. Outro imaginário sociodiscursivo projetado para o país é o de local da criminalidade e corrupção, mas como consequência e culpa dos governos anteriores e da população que os sustenta.

Ao governo, Bolsonaro busca transmitir a imagem de que será um governo compartilhado, isto é, democrático, contrário à tirania. Todavia, essa proposição não é discursivamente sustentada por argumentos sólidos, já que o enunciador prescreve o estabelecimento de um pacto entre poderes. O uso do léxico pacto nos permite entender a existência de um elo contratual forte, projetando o sentido de garantia de seu cumprimento acima de quaisquer circunstâncias. Ainda, a sinalização diretiva de um pacto coloca sob suspeição a autonomia constitucional dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário. A adoção de um pacto de tais instâncias pode provocar a justaposição de um poder sobre o outro.

Por fim, é preciso salientar que os discursos de posse de Bolsonaro, de forma geral, não apresentam efetivamente propostas políticas para o país. Uma vez que tal gênero discursivo pode ser considerado como primeiro ato institucional do presidente, Bolsonaro parece não dar importância ao projeto político-governamental que seu mandato deveria instaurar. Na primeira oportunidade de fala como presidente empossado, Jair Bolsonaro constrói seu discurso com uma visada discursiva principal: a desqualificação do governo que o antecedeu, a confirmação dos imaginários sociodiscursivos mobilizados na campanha eleitoral para o Brasil, os brasileiros e os governos e a sustentação de tais imaginários majoritariamente no domínio religioso e no saber de crença pautado na opinião e nos julgamentos e avaliações individuais.

Referências

AMORA, Antônio Soares. **Minidicionário Soares Amora da língua portuguesa**. 19. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

BOLSONARO, Jair. **Discurso do Presidente da República, Jair Bolsonaro, durante Cerimônia de Posse no Congresso Nacional**, 2019a. Disponível em: <https://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/discursos/2019/discurso-do->

presidente-da-republica-jair-bolsonaro-durante-cerimonia-de-posse-no-congresso-nacional.
Acesso em: 24 set. 2019.

BOLSONARO, Jair. **Discurso do Presidente da República, Jair Bolsonaro, durante cerimônia de Recebimento da Faixa Presidencial**, 2019b. Disponível em:
<https://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/discursos/2019/discurso-do-presidente-da-republica-jair-bolsonaro-durante-cerimonia-de-recebimento-da-faixa-presidencial>.
Acesso em: 24 set. 2019.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso**. São Paulo: Contexto, 2008.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. Tradução de Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011.

CHARAUDEAU, Patrick. Os estereótipos muito bem. Os imaginários, ainda melhor. Traduzido por André Luiz Silva e Rafael Magalhães Angrisano. **Entrepalavras**, Fortaleza, v.7, n.1, p. 571-591, jan./jun. 2017. Disponível em:
http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/28575/1/2017_art_alsilvarmangrisano.pdf. Acesso em: 14 jun. 2019.

FICHA DO CANDIDATO A PRESIDENTE JAIR BOLSONARO - PSL. Folha de S. Paulo, São Paulo, 2018. Eleições 2018. Disponível em:
<https://www1.folha.uol.com.br/poder/eleicoes/2018/presidente/jair-bolsonaro-280000614517.shtml>. Acesso em: 3 abr. 2019.

FOLHA DE S. PAULO; SPOTIFY STUDIOS. **O povo e a posse de Bolsonaro**. Café da Manhã, 2 jan. 2019. Podcast, 13min42s. Disponível em: <https://spoti.fi/2VidP1B>. Acesso em: 2 abr. 2019.

MIRA, Gustavo Fernandes Paravizo. **Visibilidade e Representação: As Conexões Midiáticas e Políticas dos Deputados Federais da Zona da Mata Mineira**. 2017, 283f. Dissertação de Mestrado - Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2017.

PROCÓPIO, Mariana Ramalho. Os imaginários sócio-discursivos sobre o homem do campo difundidos pelos quadrinhos de Chico Bento. **Revista Investigações**, Pernambuco, v. 22, n. 2, p. 181-203, 2009. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/INV/article/view/1356/1028>. Acesso em: 12 jun. 2019.

ROSA JÚNIOR, Mário. Introdução. In: João Bosco Bezerra. **Palavra de presidente: os discursos presidenciais de posse, de Deodoro a Lula**. LGE Editora. 2008. Disponível em:
<http://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/91988>. Acesso em: 15 maio 2019.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Temática
Volume 14, Número 3, set./dez. de 2020
Submetido em: 30/06/2020
Aprovado em: 25/08/2020

Do jornalismo informativo ao de posição: a “guinada à direita” do jornal Gazeta do Povo¹

From informative model of journalism to partisan one: the “right turn of” of Gazeta do Povo newspaper

Del periodismo informativo al periodismo de posición: el “giro a la derecha” del diario Gazeta do Povo

Camilla Quesada TAVARES²

Resumo

Este artigo busca explicar o processo de reconfiguração editorial do jornal mais antigo em circulação do Paraná, a Gazeta do Povo, consolidado em 2017. Criado em 1919, o veículo é um dos mais tradicionais do estado e foi pioneiro em diversas frentes editoriais ao longo do século XX, ações que renderam prêmios e reconhecimento aos seus jornalistas. Mas, com este novo projeto, a edição impressa diária foi encerrada e uma nova linha editorial implementada. A partir disso, o jornal abdicou de uma concepção mais informativa de jornalismo e adotou uma perspectiva politicamente alinhada. De modo complementar, propomos uma reflexão acerca dessas mudanças e o que elas representam para o jornalismo. Argumentamos que o novo projeto editorial, associado ao contexto político-social, levaram a Gazeta do Povo a uma “guinada à direita”, tornando-se um veículo de posição e representante do conservadorismo brasileiro.

Palavras-chave: Reconfiguração editorial. Jornalismo de posição. Gazeta do Povo.

Abstract

This article aims to explain the process of editorial reconfiguration of the oldest newspaper in circulation in Paraná, the Gazeta do Povo, consolidated in 2017. Created in 1919, the vehicle is one of the most traditional in the state and pioneered several editorial fronts throughout the 20th century, actions that earned awards and recognition to its journalists. But with this new project, the daily print edition was closed, and a new editorial line implemented. From this, the newspaper gave up a more informative

¹ O presente texto é um recorte da tese de doutorado da autora, defendida em 2018 na Universidade Federal Fluminense (UFF). A pesquisa foi financiada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Finance code: 001.

² Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão (UFMA/Imperatriz). Coordenadora do grupo de pesquisa Comunicação, Política e Sociedade (COPS). E-mail: camilla.tavares@ufma.br. ORCID: 0000-0001-5490-6850.

conception of journalism and adopted a politically aligned perspective. In a complementary way, we propose a reflection on these changes and what they represent for journalism. We argue that the new editorial project, associated with the political-social context, led to a “right turn of” of Gazeta do Povo becoming a partisan newspaper and a representant of the conservative Brazilian’s group.

Keywords: New editorial line. Partisan journalism. Gazeta do Povo.

Resumen

Este artículo busca explicar el proceso de reconfiguración editorial del periódico más antiguo en circulación en Paraná, el diario Gazeta do Povo, hecho que se ha consolidado en 2017. Creado en 1919, es uno de los más tradicionales del estado y fue pionero en distintas frentes editoriales en todo el país durante el siglo XX, con acciones que llevaron premios y reconocimiento a sus periodistas. Sin embargo, con este nuevo proyecto, se cerró la edición impresa y fue implementada una nueva línea editorial. A partir de ahí, el diário abandonó la propuesta más informativa del periodismo y adoptó una perspectiva políticamente alineada. Además de explicar este proceso, proponemos una reflexión sobre estos cambios y lo que representan para el periodismo. Sostenemos que el nuevo proyecto editorial, asociado al contexto político-social, llevó el diario Gazeta do Povo a un “giro a la derecha”, convirtiéndose en un periodismo de posición y representante del conservadurismo brasileño.

Palabras clave: Reconfiguración editorial. Periodismo de posición. Gazeta do Povo.

Introdução

Este texto tem por objetivo explicar o processo de reconfiguração editorial do jornal paranaense Gazeta do Povo, que levou o veículo a se tornar o porta-voz do conservadorismo brasileiro. A partir de 2014 com as investigações da Operação Lava Jato ocorrendo em Curitiba, sede do jornal, a cidade ganhou expressividade nacional e o jornal passou a ser procurado não só por leitores, mas por outros veículos jornalísticos brasileiros para fornecer informações a respeito das fases da Operação. Essa projeção nacional, aliada a fatores como o antipetismo e a supervalorização da Lava Jato, fomentou um novo projeto editorial, implementado em 2017. Prestes a completar 100 anos na época, a Gazeta do Povo teve sua identidade remodelada.

O que aconteceu com a Gazeta não é uma exceção. Diversos autores (DE MATEO; BERGÉS; GARNATXE, 2010; ROBINSON, 2011; SILES; BOCZKOWISK, 2012) apontam para as mudanças que os jornais ao redor do globo tiveram que implementar para driblar a crise que afeta não só as empresas jornalísticas, mas também

a profissão em si. Essa crise possui diversas faces e é fomentada por pelo menos dois motivos: econômicos e tecnológicos (MAYER, 2009; SILES; BOCZKOWISK, 2012; USHER, 2015; WU, 2018). Com um novo ecossistema midiático, onde o jornalismo não detém o controle da informação e os cidadãos podem buscar conteúdo informativo em qualquer página da internet ou perfil em rede social, a custos mínimos, o jornalismo se viu diante de um contexto inédito e com consequências pouco experimentadas em outros momentos da história. A centralidade que o jornalismo tinha até poucos anos atrás foi sendo minada pela lógica das redes sociais, o que gerou uma perda de hegemonia e desarranjo de visibilidade do conteúdo da imprensa brasileira na rede quando comparada a outros agentes (SANTOS JUNIOR; ALBUQUERQUE, 2019).

O caso da Gazeta vai ao encontro de vários outros já identificados na literatura. No entanto, ele possui uma particularidade: as mudanças implementadas não tiveram impactos apenas na prática jornalística, mas também no modelo de jornalismo praticado na redação do veículo, o que justifica sua escolha para este trabalho. Pelo menos no que se refere às editorias consideradas integrantes do *ethos* do jornal – tal como Mundo, Ideias, Justiça, Educação e Sempre Família – e ao conteúdo veiculado na editoria República (Política), a Gazeta do Povo abdicou de um modelo informativo de jornalismo (SILVA, 1991; ALBUQUERQUE, 2010) para um mais politicamente orientado, tornando-se um veículo representante do conservadorismo brasileiro. Argumentamos, desta forma, que essa “guinada à direita” está relacionada com a reconfiguração ocorrida em 2017, sobretudo em razão do contexto político que se formou no pós-golpe de 2016 (ALBUQUERQUE, 2018). Esse é o segundo ponto que justifica o trabalho, uma vez que ainda não há pesquisas que se dediquem a historicizar as mudanças recentes adotadas pelo jornal, tampouco problematizam o viés fortemente político que surgiu dessa escolha e suas implicações para o jornalismo.

Para atingir o objetivo proposto e embasar nosso argumento, recorreremos ao método bibliográfico, documental e também a 15 entrevistas em profundidade realizadas com profissionais da Gazeta do Povo, ocorridas entre outubro de 2017 e setembro de 2018. Assim, o texto segue dividido da seguinte maneira: o próximo tópico traz um panorama histórico sobre a criação e desenvolvimento da Gazeta do Povo até 2015, quando começa o processo de reconfiguração do periódico. O tópico 3 aborda esse

período de transição e cristalização do novo modelo, que se consolida em 2017, aliado à conjuntura política. A quarta e última seção é dedicada à discussão sobre as mudanças implementadas e o que isso representa para o jornalismo e a democracia.

Gazeta do Povo: do impresso ao digital

De acordo com Oliveira Filha (2006), as diferenças nos processos de colonização refletem também no desenvolvimento da imprensa de determinada localidade. As histórias dos três principais jornais paranaenses guardam especificidades que podem ser explicadas pelas condições particulares das comunidades nas quais estão inseridos. Dos três principais jornais da história do Paraná – Gazeta do Povo, O Estado do Paraná e a Folha de Londrina –, dois são de Curitiba³. Dentre esses, a Gazeta do Povo consolidou-se como o principal periódico do estado.

Fundada em 3 de fevereiro de 1919 pelo advogado Benjamin Lins, a Gazeta é a publicação mais antiga do Estado ainda em atividade, e surgiu do reconhecimento de que Curitiba precisava de “um jornal combativo, que ‘quebrasse a unanimidade da imprensa oficiosa do jornalismo curitibano de então’”⁴. De acordo com Enólia Lins de Loyola e Silva, filha de Benjamin Lins, em entrevista concedida à Gazeta do Povo em 2 de fevereiro de 2009, seu pai lançou o jornal com objetivo de fazer oposição ao governo de Affonso Camargo. “Não havia um veículo independente na cidade, todos eram ligados a políticos e a criação da Gazeta foi uma maneira de mostrar as injustiças que aconteciam e ninguém sabia” (GAZETA DO POVO, 2009a, s/p).

A Gazeta do Povo surge se autoproclamando como um veículo independente e imparcial, conforme pode ser observado no primeiro editorial publicado:

Não temos, pois, que attender a melindres pessoas; não temos que attender a interesses particulares; o facto, uma vez que interesse à collectividade, é um dado positivo de sua vida; deve ser conhecido, divulgado, analisado, commentado, para que delle se possa retirar as

³ Para saber mais sobre a história dos três jornais, bem como da constituição da mídia paranaense, ver Oliveira Filha (2006), Fernandes e Santos (2011) e Costa (2015).

⁴ Trecho retirado da reportagem “Uma história em páginas tipografadas”, de 2 de fevereiro de 2009, integrante do especial comemorativo de 90 anos do jornal. Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/especiais/90-anos/independencia/uma-historia-em-paginas-tipografadas-beaefc2diq53h5as1a6xpld8u>. Acesso em: 20 jun. 2017.

utilidades que for capaz de produzir (GAZETA DO POVO, 2009a, s/p)⁵.

Apesar de o editorial de lançamento da publicação dizer que o jornal não iria apoiar nenhum candidato ao governo do estado, o texto da primeira página defendia a candidatura de Ruy Barbosa à Presidência da República: “(...) ninguém o iguala em merecimentos; ninguém é tão querido pelo povo, ninguém e tão venerado pelas multidões; ninguém tem prestado a este país tão elevados serviços, ninguém quer o Brasil com tanta intensidade e tanto carinho...” (OLIVEIRA FILHA, 2006, p. 35). A epígrafe “Diário Independente”, que vinha logo abaixo do título do jornal – como podemos verificar na figura abaixo - parece desmentida já na primeira edição.

Figura 1 – Primeira página da primeira edição da Gazeta do Povo



Fonte: Reprodução/Gazeta do Povo (2009b).

O paradoxo entre independência e imparcialidade se mostra bastante presente ao longo da história do jornal. Por um lado, a Gazeta do Povo admite que a postura do

⁵ Trecho do editorial publicado na edição do dia 3 de fevereiro de 1919, retirado da matéria “Uma história em páginas tipografadas”, de 2 de fevereiro de 2009, integrante do especial comemorativo de 90 anos do jornal. A grafia original foi mantida. Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/especiais/90-anos/independencia/uma-historia-em-paginas-tipografadas-beafc2diq53h5as1a6xpld8u>. Acesso em: 20 jun. 2017.

veículo, já naquela época, não era de neutralidade, mas de apoio a um determinado grupo político, apesar de independente. Ou seja, desde a época de seus fundadores até a gestão de Francisco Cunha Pereira Filho, a Gazeta do Povo reconhece que tem uma posição, mas acredita que desempenha o seu papel de forma independente. Por outro lado, verifica-se uma contradição na postura do periódico quando se trata das censuras impostas pela ditadura militar:

A tomada do poder pelos militares foi noticiada pela Gazeta do Povo sem alarde. O clima era de retomada da tranquilidade após a ameaça que os subversivos causavam à ordem. “Nunca tivemos problemas com a Ditadura porque o jornal era imparcial”, diz Edmundo Lemanski. A linha editorial definida por Cunha Pereira Filho, baseada na legalidade, não confrontava o poder vigente. “Não tivemos censor, só tínhamos observação sobre o que podia ou não publicar”, lembra Dilmir Archegas (OLIVEIRA, 2009, s/p)⁶.

As declarações dos ex-dirigentes da Gazeta evidenciam a posição do jornal no que se refere à ditadura militar, o que coloca em dúvida, mais uma vez, a independência do veículo. Para além da discussão sobre a posição política, a Gazeta do Povo se consolidou como o maior diário paranaense neste um século de existência. Na década de 1920, a redação da Gazeta do Povo ficava localizada no centro de Curitiba, na Rua XV, entre a Avenida Marechal Floriano e a Rua Monsenhor Celso. Em frente à porta havia uma pedra de mármore escuro onde eram colocadas as notícias de última hora. Logo a pedra foi batizada de “Pedra da Gazeta” e se tornou um ponto de encontro para se discutir os assuntos do dia.

De acordo com informações disponíveis no site do próprio jornal⁷, o primeiro número da Gazeta circulou com seis páginas, nenhuma fotografia e com aproximadamente 50% do espaço ocupado por publicidade. O capital necessário para o lançamento da publicação veio de dezenas de famílias locais, ricas e importantes, que compraram cotas para montar a gráfica, segundo pronunciamento de Plácido e Silva, diretor do jornal, em julho de 1949 (OLIVEIRA FILHA, 2006). A edição comemorativa

⁶ Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/especiais/90-anos/missao/investimento-em-tecnologia-na-mudanca-de-maos-beat8rit18saarlwjfdd02w5q>. Acesso em: 9 jan. 2018.

⁷ Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/especiais/90-anos/independencia/primeira-edicao-beal0f9mkg967etxugqkrq15a>. Acesso em: 8 out 2017.

de aniversário de 73 anos da Gazeta traz os detalhes sobre o nascimento do periódico, demonstrando que os fundadores buscaram apoio das classes conservadoras do Paraná, formadas principalmente pelos proprietários dos engenhos de erva-mate e das indústrias da madeira (OLIVEIRA FILHA, 2006). Essa fonte histórica evidencia que a Gazeta do Povo possui uma proximidade com a elite conservadora desde sua fundação, apesar de ter adotado um modelo de jornalismo considerado “de qualidade”, seguindo a tendência observada em veículos nacionais, como veremos mais adiante.

A Gazeta consolidou sua participação no mercado editorial de Curitiba desenvolvendo um jornalismo com características locais e de prestação de serviços (OLIVEIRA FILHA, 2006; SANTOS, 2011). Por questões financeiras e crises internas, em 1962 o veículo é adquirido pelos empresários Francisco Cunha Pereira Filho e Edmundo Lemanski, fundadores do atual Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCOM), maior conglomerado de mídia do Paraná. A nova gestão levou dez anos para conseguir o equilíbrio financeiro do jornal e realizou investimentos que levaram a Gazeta do Povo a ser pioneira em diversas áreas (OLIVEIRA FILHA, 2006).

Em 1969, a editora começou a operar numa nova rotativa, a primeira *offset* de grande porte instalada na região Sul do país. Em 1973 os primeiros computadores chegaram à redação para fotocomposição e, em agosto daquele ano, o jornal publicou a primeira foto colorida do periódico, uma novidade na imprensa paranaense da época (OLIVEIRA FILHA, 2006). Ainda em 1973, a Gazeta lança dois suplementos importantes: a Gazetinha, dedicado ao público infantil; e o Viver Bem, voltado ao público feminino (SANTOS, 2011). É também neste ano que o grupo adquire a TV Paranaense e o Canal 12, de Curitiba; e nos anos de 1980, o grupo já tinha mais sete emissoras de televisão, cobrindo todas as regiões do estado (OLIVEIRA FILHA, 2006), o que acabou fortalecendo ainda mais a principal publicação impressa.

Na década de 1980, o GRPCOM assume o Diário da Tarde, o jornal mais antigo em circulação do Paraná na época, fundado em 1899; e em 1999, o Jornal de Londrina passa a integrar o grupo. Em meados da década de 1990, a Gazeta inova mais uma vez: em 1995 torna-se o parque redacional e gráfico mais moderno da região Sul do país e o segundo jornal brasileiro a disponibilizar parte de suas matérias na internet (SANTOS, 2011). Ainda na década de 1990, o jornal passa pela primeira integração de sua redação

com a internet – de modo bastante incipiente comparado a hoje –, o que ficou conhecido como a “Reforma de Navarra”, já que esse processo foi liderado por profissionais espanhóis (SANTOS, 2011). A produção de conteúdo próprio para o site começou nos anos 2000, com a equipe da Gazeta do Povo Online.

Nestes 98 anos de existência, a Gazeta do Povo enfrentou diversas mudanças no que tange o jornalismo. Surgiu já no período da imprensa comercial (SODRÉ, 1999), mas anterior ao chamado processo de modernização do jornalismo brasileiro (RIBEIRO, 2003; ALBUQUERQUE, 2010). A partir da década de 1950, os veículos da imprensa, iniciado pelo Diário Carioca, começaram a implementar normas, valores e técnicas oriundas do jornalismo americano (SILVA, 1991; CHALABY, 1996), movimento compreendido como autoritário por Albuquerque (2010).

No novo modelo, além do *lead*, pirâmide invertida e normatização técnica, o jornalismo é visto como uma ferramenta de vigilância do poder e que faz valer os direitos do cidadão (TRAQUINA, 2005), a partir da defesa da liberdade de imprensa e da objetividade no tratamento dos fatos. Esta última característica é o que embasou toda a reconfiguração do jornalismo no Brasil, a partir dos anos de 1950: a separação entre fato e opinião e a maneira de reportar os acontecimentos para o público (RIBEIRO, 2003). A nova forma de fazer jornalismo se espalhou pelas redações país afora, inclusive na Gazeta do Povo, que seguiu as tendências e práticas observadas nos veículos nacionais. Isso passou a mudar a partir de meados da década de 2010, quando optou por seguir um outro caminho, como veremos a seguir.

O período de transição, o contexto político e a cristalização do novo modelo

Embora pioneira na distribuição de conteúdo jornalístico na internet, foi a partir de 2015 que a Gazeta do Povo passou a implementar mudanças que viriam a ser consolidadas em 2017, de acordo com uma das fontes entrevistadas para esta pesquisa, que ocupava um dos cargos de chefia do periódico na época⁸. Em novembro de 2015, a Gazeta anunciou mudanças para se adaptar às “novas exigências do público” e buscar “novas formas de chegar ao leitor”, já indicando a presença cada vez mais constante na

⁸ Todas as entrevistas serão trabalhadas preservando a identidade do/da profissional.

internet. Além disso, mudou o formato do jornal impresso: enquanto os demais periódicos substituíam o formato *standard* para tabloide, a Gazeta do Povo apostou no formato *berliner*⁹. A justificativa para a escolha, segundo o veículo, era para possibilitar maior espaço de leitura, medida embasada segundo uma pesquisa qualitativa realizada com leitores do jornal, que aprovaram a alteração (GAZETA DO POVO, 2015)¹⁰.

A partir do dia 1º de dezembro de 2015, os leitores passaram a receber o jornal no novo formato. Pela nova proposta, os assinantes receberiam a edição de fim de semana até às 8h da manhã do sábado, contendo um conteúdo mais analítico e opinativo. “É mais análise, com um time de 17 colunistas e artigos de opinião relacionados aos temas do momento e às tendências em todas as áreas de cobertura” (GAZETA DO POVO, 2015, s/p), enquanto as notícias factuais seriam concentradas no site. Neste período já era possível identificar um sutil indicativo de que a opinião passaria a ser tão importante quanto a informação para a Gazeta do Povo, uma vez que o jornal preferiu priorizar esse tipo de conteúdo na sua publicação impressa.

O ponto de virada no projeto editorial da Gazeta do Povo se dá justamente no momento em que a cidade de Curitiba passa a ter certa projeção nacional em decorrência dos acontecimentos políticos, como veremos a seguir. Uma das mudanças mais significativas desse período é que o veículo deixa de circular na versão impressa em papel jornal e passa por uma total reconfiguração de sua identidade, no *mobile first*. Toda essa transformação é resultado de forças externas evidenciadas por diversos fatores, entre eles, o avanço tecnológico e o modelo de negócio que sustenta os jornais, baseado na publicidade. Em 2016, a Gazeta do Povo ocupava a 27ª posição entre os 82 jornais com maior circulação impressa do Brasil auditados pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC)¹¹. A circulação média diária era de 26.664 exemplares impressos pagos, e a digital representava 6.576 – contra 4.938 identificadas em 2015. Somados esses números, a Gazeta do Povo tinha uma média geral de circulação diária de 33.240 edições em 2016,

⁹ O *berliner* possui em média 315 x 470 mm, enquanto o *standard* possui 600 x 750 mm – quase o dobro do tamanho.

¹⁰ Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/o-jeito-de-consumir-informacao-mudou-e-a-gazeta-tambem-cictf9cre1r5y0j8mz0nhedgx>. Acesso em: 9 jan. 2018.

¹¹ Os dados foram disponibilizados à autora pela entidade, após solicitação em setembro de 2019.

o que a colocava na 26^a. posição geral entre todos os veículos auditados pelo IVC naquele ano.

Desde então, a Gazeta vem aumentando sua participação na internet, seja a partir da circulação paga ou de acessos no site. Segundo informações disponíveis no site institucional da Gazeta do Povo Jornais, o veículo é o quarto mais acessado no Brasil entre os *quality papers*¹², conforme monitoramento realizado pela *comScore My Metrix*, em 2018. Em junho de 2020, o site contabilizava 17,3 milhões de visitantes únicos – contra 10,3 milhões em outubro de 2017 e 7,4 milhões constatados em março daquele ano; e 58 milhões de páginas vistas mensalmente – bem superior às 35,8 milhões constatadas em 2017. Outro dado interessante é que o grupo informa que 87% da audiência vêm de fora do Paraná, apesar de mais de 1,6 milhão de visitantes únicos serem da grande Curitiba. De acordo com nosso monitoramento, este número caiu quando comparado a 2017, onde a audiência de Curitiba representava 1,9 milhão de visitantes únicos. Ou seja, a Gazeta do Povo tem perdido audiência local, mas ganhado leitores de outros estados brasileiros.

De forma complementar, o perfil do público também mudou. Se até o final da primeira década dos anos 2000 o público que mais acessava o site era composto de jovens, hoje essa concentração se dá na faixa dos 35 a 54 anos (46% do público), seguidos de jovens adultos – entre 18 e 24 anos – (27%) e em terceiro estão as pessoas com faixa etária entre 25 e 34 anos (26%). A maior parte possui ensino superior completo (55%), é casada (60%) e integrante das classes A/B (83%)¹³.

O que justifica toda essa mudança e ganho de expressividade online? Nosso argumento é de que o contexto político, impulsionado especialmente pela Operação Lava Jato e o discurso do combate à corrupção, fomentou a “guinada à direita” da Gazeta do Povo e fidelizou leitores que se identificam como conservadores. Vejamos, o Paraná integra a segunda região com maior número de veículos de mídia brasileiros, com três grupos midiáticos principais (PINTO, 2017), mas que nunca haviam ultrapassado a barreira do sistema estadual de mídia. Isso mudou a partir de 2014, quando começaram

¹² Conceito utilizado pelo próprio jornal.

¹³ Dados disponíveis em: <http://gazetadopovojornais.com.br/>. Acesso em: 10 jun. 2020.

as investigações da Operação Lava Jato, sediada em Curitiba. Uma parte do centro de decisão política foi deslocada de Brasília para um estado do Sul do país, que por conta disso passou a ganhar expressividade no cenário nacional, nos âmbitos midiático e político. Já naquela época era possível perceber a importância que a Gazeta do Povo dava para leitores de fora do Paraná. Segundo o diretor de redação da época, Leonardo Mendes Júnior, durante o anúncio do novo projeto editorial, “a internet eliminou as fronteiras. Pessoas que moram em outros estados e países nos leem cada vez mais. Há muitos leitores interessados no que o jornal tem a dizer, independentemente das ligações com o Paraná”¹⁴.

Sendo a Gazeta do Povo o único jornal de grande circulação do estado, ligado a um grupo de mídia que inclui emissoras de TV afiliadas à Rede Globo, ela dedicou um repórter exclusivo para cobrir a Operação e assim conseguiu ampliar ainda mais sua audiência. De acordo com um dos entrevistados, as equipes foram se transformando para atender essa demanda, já que “muita gente acabava vindo pedir informação daqui porque sabia que a gente tava (sic) por aqui, que era um jornal sério, um jornal com qualidade de conteúdo” (repórter da Gazeta do Povo, em entrevista à autora, 2018).

O objetivo final do veículo é conseguir assinantes e não apenas audiência, por isso a opção de direcionar o conteúdo para um público mais segmentado, que compartilha dos mesmos princípios que o grupo. Assim, a Gazeta angaria um público conservador que quer ver suas visões reforçadas e legitimadas pela mídia. Em entrevista à Rafael Moro Martins, do *The Intercept Brasil*, Guilherme Döring Cunha Pereira, atual presidente do GRPCOM, admite que essa é, também, uma estratégia de mercado.

[O conservadorismo adotado pela Gazeta] tem uma ressonância com parte importante da população brasileira, que não encontrava outros veículos com idêntico posicionamento. (...) A gente percebeu que isso é uma riqueza também do ponto de vista estratégico, e montou toda uma estratégia em que o posicionamento [conservador] adquiriu status especial. Ele é um direcionador estratégico muito importante (CUNHA, 2018, s/p apud MARTINS, 2018, s/p).

¹⁴Excerto da fala transcrita do então diretor da redação da Gazeta do Povo, Leonardo Mendes Jr., durante o evento de lançamento do novo projeto editorial. Vídeo disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/opiniaio/nova-gazeta-do-povo>. Acesso em: 9 jun. 2017.

O novo perfil do público da Gazeta do Povo reflete no tipo de conteúdo que é oferecido a ele. Desde que anunciou a mudança editorial, matérias nacionais passaram a figurar com maior frequência entre as publicações e a economia e política parecem assumir o posto de carro-chefe do veículo, junto com o espaço destinado à opinião. Isso pode ser verificado não só a partir das notícias, mas também pelo perfil dos novos colunistas anunciados nesta nova fase da Gazeta: o economista Ricardo Amorin; Rodrigo Constantino, colunista político; Lúcio Vaz, correspondente em Brasília; Teco Medina, que falava sobre investimentos e Leandro Narloch, do Blog Politicamente Incorreto – estes dois últimos já não fazem mais parte do time de colunistas, atualmente. Além desses, outros profissionais foram contratados, como Madeleine Lackso; Flávio Augusto da Silva, fundador da rede *Wise Up* e proprietário do time de futebol *Orlando City*; o economista Pedro Menezes; o consultor político Pedro Fernando Nery; o jornalista Guilherme Fiuza; e Alexandre Garcia, após deixar a Rede Globo. O perfil do público somado ao dos principais colunistas já fornece um indicativo da linha editorial que a Gazeta assumiu após a reestruturação.

Apesar de ao longo de sua história a Gazeta do Povo tentar refletir o “gosto médio” da elite curitibana, ela era reconhecida pelas suas campanhas “em defesa dos interesses do Paraná”. No quesito político, a administração do jornal é marcada por uma postura política de extrema cautela e atrelamento ao poder, seja ele local, estadual ou federal (OLIVEIRA FILHA, 2006). Desde a modernização do jornal, ocorrida na década de 1960, o periódico evitou por muito tempo o debate político, a fim de evitar confrontos.

Isso não quer dizer que a Gazeta não investia em grandes investigações jornalísticas que envolviam o poder. Em parceria com a RPCTV, a série *Diários Secretos* ganhou visibilidade nacional após os jornalistas Karlos Kohlbach, Katia Brembatti, James Alberti e Gabriel Tabatcheik desvendarem um esquema de desvio de dinheiro da Assembleia Legislativa do Paraná que, segundo estimativas do Ministério Público (MP), ultrapassava os R\$ 100 milhões. Ao todo foram dois anos de apuração, investigando informações de 724 diários oficiais da Assembleia, publicados entre 1998 e 2009. A série rendeu aos jornalistas envolvidos o Prêmio Esso e o Prêmio Embratel/Tim Lopes de Jornalismo. Atualmente, a Gazeta adota uma linha editorial conservadora, defendendo abertamente determinados posicionamentos e ações políticas, como o *impeachment* da

ex-presidente Dilma Rousseff (PT) e a defesa incondicional da Lava Jato e do ex-juiz e ex-ministro da Justiça e Segurança Pública de Jair Bolsonaro (sem partido), Sergio Moro.

O objetivo de atingir um público nacional e não apenas regional, aliado ao fato de o jornalismo não ter mais o domínio exclusivo da informação, parece fazer o conteúdo da Gazeta do Povo caminhar para um jornalismo de nicho (STROUD, 2011) da ala fortemente conservadora da sociedade brasileira. Se até poucos anos atrás o Paraná ficava de fora do eixo central da mídia, alguns acontecimentos recentes na política trouxeram ao estado – e, conseqüentemente, aos seus veículos jornalísticos – uma expressividade pouco experimentada anteriormente.

A cristalização das mudanças editoriais de 2017 se materializa nas convicções particulares do grupo, que se tornaram a linha editorial do veículo. Ao todo são 28 textos que apresentam ao leitor as concepções e opinião acerca de determinados temas, o que guia a produção jornalística. A figura a seguir traz todos os temas aos quais a Gazeta do Povo se manifesta publicamente.

Figura 2 – Convicções da Gazeta do Povo

The image shows a screenshot of the Gazeta do Povo website. At the top, there is a dark blue header with the text 'GAZETA DO POVO' on the left and 'NOSSAS CONVICÇÕES' in the center. Below the header, there is a list of 28 convictions, organized into two columns. The left column includes social media icons for Facebook, LinkedIn, and Twitter, along with a 'COMENTE!' button. The list of convictions is as follows:

- Índice
- 1. [O poder da razão e do diálogo](#)
- Homem, dignidade, ética e família
- 2. [A dignidade da pessoa humana](#)
- 3. [O alcance da noção de dignidade da pessoa humana](#)
- 4. [Defesa da vida desde a concepção](#)
- 5. [Ética e a vocação para a excelência](#)
- 6. [O valor da família](#)
- 7. [A importância do casamento](#)
- 8. [A valorização da mulher](#)
- Sociedade, bem comum e princípio da subsidiariedade
- 9. [A finalidade da sociedade e o bem comum](#)
- 10. [O princípio da subsidiariedade: menos Estado e mais cidadã](#)
- 11. [Os responsáveis pelo bem comum](#)
- 12. [As empresas, sua finalidade e o bem comum](#)
- 13. [O valor da comunicação](#)
- Democracia, liberdades, o Estado, sua finalidade e limites
- 14. [O valor da democracia](#)
- 15. [O Estado de Direito](#)
- 16. [Cultura democrática](#)
- 17. [A finalidade do Estado e do governo](#)
- 18. [Os limites da ação do Estado](#)
- 19. [O que é o princípio da proporcionalidade](#)
- 20. [Proporcionalidade e liberdade profissional](#)
- 21. [O Estado laico](#)
- 22. [Liberdade de expressão](#)
- 23. [A legislação sobre o casamento](#)
- 24. [Livre iniciativa](#)
- 25. [Ações afirmativas](#)
- 26. [Fortalecimento do modelo federativo](#)
- 27. [O significado da representação política](#)
- 28. [Voto distrital misto](#)

Fonte: Reprodução/Gazeta do Povo (2018).

Em cada um dos artigos é revelada a posição do grupo a respeito do tema que trata, bem como uma explicação do porquê da Gazeta defender tal opinião. Oficialmente, o grupo se coloca como centro-direita¹⁵, e alinha um discurso que é muito bem recebido pelos grupos antipetistas. Ao apresentar as convicções, o veículo acredita estar construindo uma relação de confiança com o leitor, que de antemão já sabe, teoricamente, o que guia a produção jornalística. No cenário de polarização política, onde a capital de um estado como o Paraná passa a integrar o centro de decisão do Judiciário brasileiro, a Gazeta do Povo explora o contexto a seu favor. Ao enfrentar uma crise econômica, busca soluções para ampliar o número de assinantes e reduzir custos, acabando com a edição impressa, focando no digital e fechando o parque gráfico.

A onda antipetista (ALVES, 2017) favorece o posicionamento do grupo, que opta por direcionar o discurso para essa parcela da população. Ao fazer isso, deixa de lado a forte influência paranaense e procura se colocar como concorrente direto dos principais jornais do subsistema de referência nacional (PINTO, 2017), como Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e O Globo, com a particularidade de oferecer uma interpretação da realidade a partir de uma leitura fortemente conservadora.

Conclusões: As mudanças implementadas e as implicações para o jornalismo

Este texto teve por objetivo historicizar e explicar a última mudança editorial pela qual passou o então jornal Gazeta do Povo, o mais antigo em atividade do Paraná. Ainda há uma escassez de trabalhos que se dediquem a compreender as transformações implementadas no referido jornal, que se tornou uma das mais expressivas vozes do conservadorismo brasileiro, e um dos veículos mais acessados pelos leitores na rede. Essa reconfiguração editorial levou a uma maior produção jornalística voltada ao cenário nacional e também mais editorializada, um modelo de jornalismo que remete ao início do século XX, no Brasil, e se distancia do padrão adotado pelas redações país a fora.

A atuação política do jornalismo é um tema discutido por diversos pesquisadores brasileiros (FERNANDES, 2015; ATHANÁSIO, 2017; PESSOA, 2020), mas as

¹⁵ “Consagra a liberdade, mas deixa espaço para a ação subsidiária do Estado” Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/opiniao/nossas-conviccoes/os-limites-da-acao-do-estado-er9ppbc0ob4ioe2zgv37gwaac/>. Acesso em: 23 out. 2018.

consequências dela é algo pouco explorado, especialmente no cenário pós-golpe de 2016 (ALBUQUERQUE, 2018). Do ponto de vista econômico parece uma decisão acertada, pois pelos relatos dos profissionais, junto às informações disponibilizadas no site institucional do veículo, tem dado o retorno esperado. Já do ponto de vista jornalístico, essas mudanças são bastante questionáveis. Salvo exceções, a Gazeta do Povo se tornou um veículo que noticia temas controversos balizados a partir da sua opinião sobre eles e não pensando em oferecer interpretações equilibradas e plurais para que o leitor tire suas conclusões. Mesmo quando se trata de um veículo com posições políticas abertamente declaradas – como os blogs –, alguns jornalistas defendem que uma cobertura baseada em fatos ainda é possível (GUAZINA, 2013).

Isso ficou evidente com o peso que a opinião passou a ter no veículo, e que inevitavelmente contamina também a cobertura feita pela redação. De acordo com um de nossos entrevistados, o próprio diretor de redação afirmou na época do *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff que “a partir de agora, a Gazeta do Povo vai ter um muro poroso entre a opinião e a informação” (repórter, em entrevista à autora, 2017). Ainda, segundo ele, “até então a gente tinha liberdade pra falar, ouvir pessoas contra, pessoas a favor; [mas] a partir desse muro poroso você tinha que colocar nas reportagens o que a Gazeta do Povo defendia em seu editorial”. Ou seja, mesmo antes de o veículo lançar o novo projeto, declaradamente conservador, os posicionamentos particulares já se misturavam entre as peças opinativas e informativas.

A partir do novo projeto, os colunistas – de direita – também indicavam a estratégia do grupo de falar para um público segmentado. A única voz dissonante era a do jornalista Rogério Galindo, que acabou demitido após a eleição de Jair Bolsonaro, em outubro de 2018. A demissão se deu em função das duras críticas feitas à maneira como a imprensa brasileira de modo geral, e a Gazeta em particular, fez à cobertura das candidaturas daquele pleito, entre elas atribuindo aos veículos jornalísticos a responsabilidade pela eleição do então candidato do PSL. Galindo afirmou em entrevista a Rafael Moro, do *The Intercept Brasil*, que ficou claro para ele que a Gazeta bancava qualquer candidatura desde que fosse para evitar a volta do petismo, mesmo que de forma “envergonhada”.

Durante a campanha, foi o veículo paranaense que mais publicou sobre a eleição presidencial no Facebook, oferecendo maior visibilidade a Bolsonaro quando comparado a Lula e Fernanda Haddad (PT) (CAVASSANA; SINDERSKI, 2019). O veículo não só bancou a candidatura, defendendo-a em editorial¹⁶, como também se tornou porta-voz do bolsonarismo – pelo menos até a saída do então ministro Sérgio Moro.

Assim, a concepção da atual produção jornalística da Gazeta do Povo se aproxima muito mais dos chamados “blogs sujos” – da esquerda progressista (GUAZINA, 2013), do que dos veículos jornalísticos tradicionais. Naqueles espaços, o jornalismo é declaradamente de posição, visto como um exercício não vinculado necessariamente ao padrão de objetividade e neutralidade, valores constantemente reivindicados pelas empresas de comunicação como sinônimos de credibilidade. Os “blogs sujos” são lugares para uma produção editorializada, na visão dos próprios jornalistas que atuam neles (GUAZINA, 2013).

Deste modo, a Gazeta do Povo se distancia de um modelo *catch-all*, generalista, e passa a se dedicar a uma cobertura segmentada e de nicho (STOUD, 2011; LYCARIÃO; MAGALHÃES; ALBUQUERQUE, 2018). Argumentamos, por fim, que esse reposicionamento editorial está relacionado à judicialização da política a partir da Operação Lava Jato (ENGELMAN, 2016; SALGADO, 2018), que oportunizou um terreno fértil para a reverberação de determinados discursos e posicionamentos. Mais do que ser bolsonarista, a Gazeta do Povo se aproxima de ser um veículo *morista* e *lavajatista*. Esse é um ponto que procuraremos explorar com maior profundidade em trabalhos futuros.

Referências

ALBUQUERQUE, Afonso de. A Comunicação Política depois do Golpe – Notas para uma agenda de pesquisa. **Revista Compólitica**, v. 8, n. 2, p. 171-205, 2018.

¹⁶ O veículo lançou dois editoriais endossando a candidatura de Bolsonaro como antídoto à possível volta do PT ao poder. O do dia 09/10/2018 era intitulado “A ameaça do PT à democracia é real”. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/opiniao/editoriais/a-ameaca-do-pt-a-democracia-e-real-3gjzutrzk9ekzcbixwb5bxesf/>. Acesso em: 9 jun. 2020. O editorial do dia 27/10/2018, data do segundo turno, tinha como título “Uma chance para consertar o estrago”, referindo-se aos anos de governos petistas. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/opiniao/editoriais/uma-chance-para-consertar-o-estrago-8az7hffc56pplmv1gn7u4c184/>. Acesso em: 9 jun. 2020.

ALBUQUERQUE, Afonso de. A modernização autoritária do jornalismo brasileiro. **Revista Alceu**, v. 10, n. 20, p. 100-115, 2010.

ALVES, Marcelo Santos. Campanha “não oficial”: A Rede Antipetista na eleição de 2014. **Revista Fronteiras**, v. 19, p. 102-119, 2017.

ATHANÁSIO, Ester. A corrupção na opinião do jornal: o discurso dos editoriais da Folha de S. Paulo e da Gazeta do Povo sobre a Lava Jato. **Temática**, ano XIII, n. 8, p. 126-145, 2017.

CAVASSANA, Fernanda; SINDERSKI, Rafaela. Cobertura jornalística eleitoral em redes sociais on-line: As eleições de 2018 nas páginas de portais paranaenses. **Agenda Política**, v. 7, n. 2, p. 6-30, 2019.

CHALABY, Jean K. Journalism as an anglo-american invention: a comparison of the development of french and anglo-american journalism, 1830s-1920s. **European Journal of Communication**, v. 11, n. 3, p. 303-326, 1996.

COSTA, Osmani Ferreira da. **Televisão e política**: uma história dos canais e redes de TV no Paraná (1954-1985). Londrina: Eduel, 2015.

DE MATEO, Rosario; BERGÉS, Laura; GARNATXE, Anna. Crisis, what crisis? The media: business and journalism in times of crisis. **tripleC**, v. 8, n. 2, p. 251-274, 2010.

ENGELMANN, Fabiano. Julgar a política, condenar a democracia? Justiça e crise no Brasil. **Revista Conjuntura Austral**, v.7, n. 37, p.09-16, 2016.

FERNANDES, Carla Montuori. Da mídia impressa à audiovisual: o agendamento intermediário do escândalo da Petrobras no Jornal Nacional. **Líbero**, v. 18, n. 35, p. 111-122, 2015.

GAZETA DO POVO. “Meu pai foi severo, mas generoso”. Especial 90 anos, 2009a.

GAZETA DO POVO. Primeira edição. Especial 90 anos, 02/02/2009b. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/especiais/90-anos/independencia/primeira-edicao-beal0f9mkg967etxugqkrq15a/>. Acesso em: 27 ago. 2020

GAZETA DO POVO. O jeito de consumir informação mudou. E a Gazeta também. 21/11/2015. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/o-jeito-de-consumir-informacao-mudou-e-a-gazeta-tambem-cictf9cre1r5y0j8mz0nhedgx/>. Acesso em: 27 ago. 2020

GUAZINA, Liziane. Jornalismo que tem lado: o caso dos blogueiros brasileiros “progressistas”. **Brazilian Journalism Research**, v. 9, n. 2, p. 68-88, 2013.

LYCARIÃO, Diógenes; MAGALHÃES, Eleonora; ALBUQUERQUE, Afonso de. Noticiário “objetivo” em liquidação: a decadência do padrão “catch-all” na mídia comercial. **Famecos**, v. 25, n. 2, p. 1-19, 2018.

MARTINS, Rafael Moro. Como a Gazeta do Povo, do Paraná, deu uma guinada à direita e virou porta-voz do Brasil de Bolsonaro. **The Intercept Brasil**, 10 de dezembro de 2018.

Disponível em: <https://theintercept.com/2018/12/09/gazeta-do-povo-guinada-direita-bolsonaro/>. Acesso em: 30 jun. 2020.

MEYER, Philip. **The vanishing newspaper: saving journalism in the information age**. 2 ed. Columbia: University of Missouri Press, 2009.

OLIVEIRA, Élide. Investimento em tecnologia na mudança de mãos. In: *Gazeta do Povo, Especial 90 anos*, 2009.

OLIVEIRA FILHA, Elza Aparecida. **Olhares sobre uma cobertura: a eleição de 2002 para o governo do Paraná em três jornais locais**. 2006. 330 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio do Sinos, 2006.

PESSOA, Camila Mont'Alverne Barreto de Paula. **Imprensa como agente interessado na reforma política: um estudo sobre a cobertura noticiosa e editorial de Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e O Globo (1989-2017)**. 2020. 262 f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2020.

PINTO, Pâmela Araujo. **Brasil e as suas mídias regionais: estudos sobre as regiões Norte e Sul**. Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2017.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Jornalismo, literatura e política: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950. *Estudos Históricos*, n. 31, p. 147-160, 2003.

ROBINSON, Sue. Convergence crises: news work and news space in the digitally transforming newsroom. *Journal of Communication*, v. 61, p. 1122-1141, 2011.

SALGADO, Eneida Desiree. Populismo judicial, moralismo e o desprezo à Constituição: a democracia entre velhos e novos inimigos. *Revista Brasileira de Estudos Políticos*, n. 117, p. 193-217, 2018.

SANTOS JUNIOR, Marcelo Alves dos; ALBUQUERQUE, Afonso de. Perda da hegemonia da imprensa - a disputa pela visibilidade na eleição de 2018. *Lumina*, v. 13, n. 3, p. 5-24, 2019.

SILES, Ignacio; BOCZKOWSKI, Pablo. Making sense of the newspaper crisis: A critical assessment of existing research and an agenda for future work. *New Media & Society*, v. 14, n. 8, p. 1375-1394, 2012.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **O adiantado da hora**. A influência americana sobre o jornalismo brasileiro. São Paulo: Summus, 1991.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

STOUD, Natalie Jomini. **Niche news: the politics of news choice**. New York: Oxford University Press, 2011.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: por que as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

USHER, Nikki. Newsroom moves and the newspaper crisis evaluated: space, place, and cultural meaning. **Media, Culture & Society**, v. 37, n. 7, p. 1005-1021, 2015.

WU, Shangyuan. Uncovering alternative 'journalism crisis' narratives in Singapore and Hong Kong: When state influences interact with Western liberal ideals in a changing media landscape. **Journalism**, v. 19, n. 9-10, p. 1291–1307, 2018.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Temática
Volume 14, Número 3, set./dez. de 2020
Submetido em: 20/06/2020
Aprovado em: 07/08/2020

Narrativas de resistência da página #UERJResiste no Facebook em tempos de ódio às universidades públicas e à ciência

Narratives of resistance in the #UERJResiste Facebook page on hate times to the public university and the science

Narrativas de resistencia de la página #UERJResiste en Facebook en tiempos de odio a las universidades públicas y la ciencia

André Luís Cardoso TROPIANO¹
Neiva Vieira da CUNHA²

Resumo

Nos últimos anos, as mídias sociais se notabilizaram como uma arena pública (CEFAÏ, 2011, 2017a, 2017b) marcada por uma guerra cultural que tomou conta da agenda social sobretudo contra as Universidades Públicas. Neste artigo, vamos discutir sobre os desafios para a presença dos movimentos sociais nas mídias sociais principalmente no Facebook. Em especial, analisamos as narrativas construídas pelo movimento de defesa da Uerj por meio da página #UERJResiste no Facebook, no primeiro trimestre de 2017. Utilizamos uma metodologia antropológica centrada na descrição etnográfica (LAPLANTINE, 2014), em que emergiram quatro categorias, intituladas: políticas midiáticas, discurso do resistir, partilhas educativas e poéticas da identidade.

Palavras-chave: Movimentos Sociais em Rede. Arenas Públicas. Mídias Sociais. Etnografia. Universidade Pública.

Abstract

In recent years, social media has become known as a public arena (CEFAÏ, 2011, 2017a, 2017b) marked by a cultural war that has taken over the social agenda, especially against

¹ Relações Públicas e Jornalista. Mestre em Educação, Cultura e Comunicação, pelo Programa de Pós-Graduação em Educação, Cultura e Comunicação em Periferias Urbanas da Faculdade de Educação da Baixada Fluminense (PPGECC/FEBF-UERJ). Membro do Núcleo de Estudos sobre Periferias (NEsPE/FEBF-UERJ). E-mail: andretropiano@yahoo.com.br. ORCID: 0000-0001-5717-2733.

² Doutora em Antropologia pelo PPGSA/IFCS-UFRJ, Professora Associada da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (DCFE/FEBF-UERJ) e docente do Programa de Pós-Graduação em Educação, Cultura e Comunicação em Periferias Urbanas (PPGECC/FEBF-UERJ), Coordenadora do Núcleo de Estudos sobre Periferias (NEsPE/FEBF-UERJ), Pesquisadora Associada do Laboratório de Etnografia Metropolitana/LeMetro/IFCS-UFRJ, do Centre d'Etudes des Mouvements Sociaux/CEMS e do Instituto Nacional de Estudos Comparados em Administração Institucional de Conflitos (INCT InEAC/UFF). E-mail: neivavieiradacunha@gmail.com. ORCID: 0000-0001-9136-1546.

public universities. In this article, we will discuss the challenges of social movements to be present on social media mainly on Facebook. We analyzed the narratives constructed by the Uerj defense movement through the #UERJResiste page on Facebook, in the first quarter of 2017. We used an anthropological perspective centered on ethnographic description (LAPLANTINE, 2014), in which four categories emerged: media politics, discourses of resisting, educational shares, and poetics of identity.

Keywords: Networked Social Movements. Public Arenas. Social Media. Ethnographic. Public University.

Resumen

En los últimos años, las redes sociales se han convertido en una arena pública (CEFAÏ, 2011, 2017a, 2017b) marcada por una guerra cultural que se ha apoderado de la agenda social, especialmente contra las universidades públicas. En este artículo discutiremos sobre los desafíos para la presencia de movimientos sociales en las redes sociales principalmente en Facebook. En particular, analizamos las narrativas construidas por el movimiento de defensa de Uerj a través de la página #UERJResiste en Facebook, en el primer trimestre de 2017. Utilizamos una metodología antropológica centrada en la descripción etnográfica (LAPLANTINE, 2014), en la que surgieron cuatro categorías: políticas mediáticas, discursos do resistir, compartilhar educativo y poéticas de identidad.

Palabras clave: Movimientos Sociales em Red. Arenas Públicas. Etnografía. Universidade Pública.

Introdução

Estar ou não estar nas mídias sociais? Para além de ser uma escolha, estar nas mídias sociais é parte importante e fundamental da disputa narrativa que acontece na internet, como a possibilidade de uma arena pública (CEFAÏ, 2011, 2017a, 2017b). Porém, esse meio enquanto mediador privilegiado do sistema social ainda está à prova e precisa ser questionado e instigado a se constituir como espaço plural e democrático. Ainda carecem muitas ações, sobretudo no âmbito da proteção de dados e da privacidade, do tratamento da desinformação e dos discursos de ódio.

Ocupar as mídias sociais tornou-se estratégia primordial de existência dos movimentos sociais, que precisam se reinventar no uso dessas redes que reconfiguram o cotidiano e trazem novas formas de sociabilidade. Inseridos nesse cenário, os movimentos sociais em rede buscam mobilizar seus esforços para fomentar e equilibrar o debate público a seu favor (CASTELLS, 2017). Desta forma, pretendemos neste artigo refletir sobre a atuação página #UERJResiste no Facebook (figura 1), criada no ano de 2016, e

que se constituiu no ano de 2017 como importante bandeira em defesa da Universidade Pública do país.

Figura 1 – Página de #UERJResiste no Facebook



Fonte: UERJRESISTE, 2016.

Este artigo está dividido em duas partes: na primeira parte refletiremos sobre os desafios dos movimentos sociais em rede no Facebook, nessa perspectiva de uma Sociedade em Rede. Na segunda parte, buscaremos compreender o contexto em que surgiu o movimento em defesa da Uerj intitulado #UERJResiste, bem como sua caracterização como arena pública (CEFAÏ, 2017). Na terceira parte, analisaremos as narrativas construídas por meio de uma etnografia da página #UERJResiste no Facebook.

Disputar narrativas no Facebook

Atualmente normalizamos a existência de grandes corporações da internet, como o Facebook, que têm acesso fácil aos nossos dados, desde e-mail, telefone até números de documentos e cartões de crédito em prol de uma praticidade e de uma suposta liberdade. A reflexão proposta por diversos críticos da internet, como Andrew Keen (2012) e Eli Pariser (2012), atenta para a necessidade de observar o fenômeno com certa cautela, sobretudo com o crescimento dos monopólios empresariais que expandem seus domínios nas redes.

No momento em que questionamos a urgência de estar nas mídias sociais, observamos o avanço neoliberal e neoconservador tomar conta do que há tempos acreditávamos ser a terra da liberdade de expressão, um espaço para surgimento de

múltiplas vozes e da partilha dos conhecimentos. Mas nem tudo pode ser tão ruim, mesmo que não se mostre totalmente positivo. O desafio que enfrentamos no Brasil em relação à regulação dos meios de comunicação (rádio, TV e internet), ainda não possui um debate consolidado em torno das mídias sociais, que se tornaram grandes monopólios da atenção, da visibilidade, do consumo, da manipulação política em todo o mundo.

Google, Amazon, Facebook são exemplos dessas grandes corporações que se ramificam nos mais variados tipos de serviços sociais disponíveis *online*. Em tempos de web pragmática, as redes são mediadas pelo algoritmo que define o que buscamos de maneira personalizada e produz os filtros bolhas (Pariser, 2012). Conforme nos sugere Keen (2012), essa motivação social das corporações tem potencial para afetar a essência do ser humano quanto à autonomia, liberdade, consciência, personalidade e individualidade, gerando divisões e afastamentos entre as pessoas.

Esta discussão traz à luz algumas controvérsias do *Facebook* em relação à sua política de privacidade, propaganda e enquanto uma mídia, que precisa ser discutida e devidamente regulamentada. Destacamos que os aplicativos de Mark Zuckerberg estão entre os mais utilizados pelos brasileiros, o *WhatsApp, Instagram e Messenger*, além do próprio *Facebook*. Recentemente, vimos por meio do documentário da *Netflix*, *Privacidade Hackeada*³, lançado em 24 de julho de 2019, o caso da venda de dados dos usuários realizada pelo *Facebook* à empresa *Cambridge Analytics*. Esses dados foram utilizados para influenciar as eleições em democracias ao redor do mundo através de estratégias político-discursivas de persuasão.

O documentário aponta ainda o caso do Brasil, em que pelo menos 400 mil usuários tiveram seus dados violados na ocasião das eleições presidenciais de 2018. O caso reverberou, inclusive levando consequências jurídicas ao Facebook em vários países. No Brasil, a empresa foi multada no valor de R\$ 6,6 milhões, no final do ano passado, mas a questão pouco repercutiu nos espaços e na própria rede, não gerando um debate mais significativo sobre a questão da privacidade e da gestão dos dados.⁴

³ The Great Hack. Direção de Karim Amer e Jehane Noujaim. Estados Unidos: Netflix, 2019 (139 min).

⁴ Disponível em <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/12/30/ministerio-da-justica-multa-facebook-em-r-66-milhoes-em-apuracao-sobre-compartilhamento-de-dados.ghtml>. Acesso em: 14 jun. 2020.

Nos últimos anos, também foram realizadas muitas pesquisas em torno da saúde mental quanto ao uso do *Facebook*. Numa delas, Kramer, Guillory e Hancock (2014) avaliaram o contágio social, a transmissão de emoções entre as pessoas. Depois da análise e manipulação da *timeline* de mais 689 mil pacientes, eles concluíram que, quanto menos expressões positivas em seu *feed*, maior a tendência de produzir *posts* menos positivos e mais negativos, tendo assim observado também um padrão em sentido oposto.

Em outra pesquisa, Shakya e Christakis (2017) avaliaram o uso da mídia social e o comprometimento do bem-estar. Os pesquisadores apontam que, quanto mais as pessoas utilizam o Facebook, mais infelizes elas ficam e que as interações face a face têm efeito oposto, aumentando o bem-estar. Esse fato vai ao encontro de interesses questionáveis com o lançamento dos botões de reações, em fevereiro de 2016. Antes, os usuários poderiam apenas curtir o conteúdo que lhes interessava, agora é possível expressar suas emoções sobre os conteúdos da rede por meio de *emoticons*, que significam “haha” (riso), “amei” (amor), “uau” (surpresa/espanto), “choro” (triste) e “grr” (nervoso/ódio). A aplicação dessa novidade trouxe uma mudança relevante no algoritmo que seleciona a importância do conteúdo gerado pelos seus amigos, páginas e comunidades que você segue para aparecerem no seu *feed* de notícias. Além de indicar uma estratégia de venda de anúncios, essa atividade do *Facebook* também aponta para uma manipulação de sentimentos, o que acende um alerta para a alta atividade de vigilância gerada pela plataforma.

Esses vários escândalos de venda de dados pelos sites de redes sociais nos levam a refletir em que medida o consentimento de liberação de dados por parte dos usuários pode permitir que eles sejam compartilhados com empresas e influenciar o consumo às opiniões políticas? Fábio Malini e Henrique Antoun (2013) observam que as estratégias empregadas pelas empresas na internet são sempre de redução da liberdade em favor de sua mercantilização e acumulação de capital através das informações coletadas. Assim, para entendermos a sociedade atual é necessária uma compreensão contextual de uma conjuntura dos eixos econômicos, culturais, políticos e sociais, sendo fundamental pensarmos no contexto de uma sociedade em rede, conforme propõe Manuel Castells (2003, 2017). Para o sociólogo, as redes digitais não devem ser pensadas como um fator de alienação, mas sim como o tecido de nossas vidas, que se ligam pela cultura e pelo

idioma numa conexão global. A sociedade em rede está fundamentada em uma “disjunção sistêmica entre o global e o local para a maioria dos indivíduos e grupos sociais”, acarretando desafios sociais e econômicos com o protagonismo da comunicação (CASTELLS, 2003, 2017).

Apesar de todo o contexto desfavorável, as mídias sociais se configuram como um espaço já consagrado de ação política, mas é preciso estar atento às suas limitações. Como uma mídia, o Facebook tem os seus interesses e ainda padece das regulações necessárias, uma vez que as decisões arbitrárias vêm tomando maiores proporções na sociedade. Neste sentido, é importante pensar nos processos de ensino-aprendizagem imbuídos nos processos comunicativos das mídias sociais. A atenção do usuário e a disputa de narrativas pelos movimentos sociais são elementos fundamentais para equilibrar o debate público em favor de pautas emancipatórias.

Manuel Castells (2017) reforça que as tecnologias de comunicação não estão na raiz dos movimentos sociais, mas sim que “surgem da contradição e dos conflitos de sociedades específicas, e expressam as revoltas e os projetos de pessoas resultantes de sua experiência multidimensional.” (p. 198-199). Acrescenta-se a isso a importância do caráter educativo resultante da ação política e cidadã nos movimentos sociais para pensarmos a mudança política e social, como nos chama a atenção Maria da Glória Gohn (2003, 2011).

Diante disso, observamos que existem mudanças fundamentais nos novos movimentos sociais e políticos (GOHN, 2011), que emergem em suas lutas fundados na indignação de uma coletividade fragmentada e descentralizada transitando entre *online* e *offline*. Através da cultura de autonomia disseminada nas mídias sociais, o *Facebook* surge como plataforma potencial para se expor os posicionamentos políticos e dialogar com ações de comunicação e de mobilização, através de *hashtags*, personalização de perfis, memes e viriais multimídia.

Corroborando com essa questão, Fabio Malini e Henrique Antoun (2013, p. 133-134) destacam que a organização do ciberespaço não se dá em massas, mas sim em multidões reunidas conforme as comunidades virtuais e na forma de redes, buscando dissolver as relações de soberania. Não têm o aspecto homogêneo do povo, mas de pequenos grupos que se multiplicam, se diversificam constantemente, que são auto-

organizados e participativos. Essa mudança é o terreno fértil para a coordenação de ações coletivas nas redes.

Dessa forma, estamos diante de novos movimentos sociais, os quais Castells (2017) nomeia de movimentos sociais em rede, nesta cultura que disputa espaço em relação às questões econômicas e contestam os poderes e imperialismos globais. Apesar de Castells (2016, 2017) observar de maneira crítica o poder das empresas de internet, cada vez mais concentrado, ele aponta as várias frentes de resistências ao redor do mundo, entendendo que a rede é um eterno território de luta por liberdade.

Ocupar as redes e mobilizar a defesa da Universidade Pública

A luta pela liberdade é o que motiva a ação de movimentos sociais em rede. Liberdade que, conforme Freire (1967), não é concedida, mas se dá na relação com o outro, pelo diálogo, da interação construtiva e libertadora, ou seja, está em constante disputa pelas redes de autonomia comunicativa. A estratégia de ocupação das redes é a maneira pela qual os movimentos sociais podem dialogar com seus conhecimentos e trazer às arenas sociais suas pautas de reivindicação.

Essas disputas constituem o que Daniel Cefaï (2011, 2017a, 2017b) chama de arenas públicas, que são experiências coletivas de construção de políticas públicas e de experiências democráticas, que podem ser um tanto conflituosas, mas fazem parte do processo político quando se constrói novas possibilidades de um mundo comum e justo. Para o sociólogo, “[...] os problemas públicos são **movimentos sociais** cujos membros reconstróem fatos, lançam-se em investigações, analisam dados oficiais, buscam elementos de comparação, testam hipóteses e agem em consequência.” (CEFAÏ, 2017a, p. 131)

Os problemas sociais se tornam problemas públicos quando são alvo de um trabalho coletivo de reflexão e discussão, ao serem publicizados e irem além das pessoas diretamente afetadas, ao se formarem de maneira autônoma, e quando interpelam os poderes públicos para a solução dos problemas. Conforme os problemas são apresentados enquanto uma realidade social, sua publicização adota uma retórica de dramatização, de cenas públicas, em que vão trazer mais públicos afetados, instituições, associações,

especialistas que corroborem ou concorram para os conflitos e disputas que vão gerar ações públicas a partir da arena pública constituída.

Essa publicização dos movimentos sociais em rede é disseminada principalmente por meio das *hashtags*, que são sempre iniciadas com o símbolo “#” e cumprem um papel primordial na organização, localização e busca de assuntos que ocupam os sites de redes sociais, conforme Malini e Antoun (2013). A própria grafia de #UERJResiste, apresentada na Figura 2, utilizada em todos os materiais do movimento na internet e nas ruas, revela uma intenção de se constituir enquanto uma ação que se propaga e gera engajamento num movimento simbiótico entre internet e as ruas, tal como as ocupações.

Figura 2 – Imagens utilizadas no perfil da página #UERJResiste



Fonte: UERJRESISTE, 2016.

O pragmatista Daniel Cefaï (2011, 2017a, 2017b) não faz uma relação direta, na literatura consultada, entre as arenas públicas e as redes sociais na internet, passando apenas pelos fóruns de deliberação e participação democrática instituídos pelos governos. Porém, observamos que as redes sociais na internet têm assumido um papel fundamental de participação social e democrática. Por isso, têm ganhado força e presença dos movimentos sociais, que têm a possibilidade de gerar suas arenas públicas e, inclusive, influenciar os debates públicos em outras esferas sociais. Sendo assim, entendemos que #UERJResiste passa a ser uma arena pública que debate a autonomia e as formas de financiamento da Universidade, pois não se limita à atuação da página do *Facebook*, mas afeta e mobiliza pessoas, instituições e dinâmicas cívicas nesse processo reflexivo de solução do problema público que ela apresenta.

O professor Ricardo Lodi Ribeiro (2019), atual reitor da Uerj, caracterizou a situação política atual como uma guerra cultural contra a Universidade Pública. Ele explica que a autonomia proposta se desdobra em três facetas: didática-científica, administrativa e de gestão financeira e patrimonial, indicando que essa autonomia não pode estar à mercê de uma política de governo, pois a Universidade brasileira é uma das cinco entidades autônomas, conforme assegura a Constituição. Ao concluir, Ribeiro afirma que é possível vislumbrar um horizonte de autonomia para as Universidades, que não se resume no repasse financeiro dos duodécimos, somente quando houver a construção de seus orçamentos de maneira própria reunindo os interesses da comunidade acadêmica e da sociedade.

As lutas dos movimentos sociais da Uerj contra os abusos do Estado se intensificaram no ano em que a cidade foi sede dos Jogos Olímpicos, em 2016. Servidores, alunos e terceirizados padeceram por mais de três meses sem receberem seus salários e bolsas e, quando recebiam, o pagamento era feito em parcelas ao longo do ano, em conta-gotas. Naquele ano, durante a posse do reitor Ruy Garcia Marques, em janeiro, o governador Luiz Fernando Pezão anunciou que “as Universidades Públicas brasileiras precisam urgentemente organizar suas ferramentas de gestão. Aprimorar seus modelos de governança e encontrar novas formas de financiamento”⁵.

Nesse contexto surge a página #UERJResiste, que foi criada em 28 de janeiro de 2016 e atualmente conta com mais de 68 mil seguidores.⁶ A criação da página se deu pelo Conselho Diretor da Associação de Docentes da Uerj (Asduerj) objetivando dar visibilidade ao movimento de resistência da Universidade com um discurso unificado frente aos problemas impostos pelo Estado e a ameaça iminente de privatização, como um reflexo das pautas da associação sindical. A página assume um regime de publicização vinculada à Associação Docente da Uerj (Asduerj), que se mostra através de uma diferente performance pública, pois cria-se um novo caráter institucional, até mesmo dentro de uma nova dinâmica de organização que não está diretamente ligada à instituição sindical. Daniel Cefaï (2011) caracteriza essas “fachadas” como uma estratégia de

⁵ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/uerj-tera-orcamento-2-menor-que-executado-em-2015-diz-novo-reitor-18456326>. Acesso em: 14 jun. 2020.

⁶ Dados conferidos em 11 jun. 2020.

publicização, que compõe essas várias formas de mobilização coletiva de uma arena pública.

Importante destacar que #UERJResiste também está presente no *Twitter* e no *Instagram*, além de possuir um domínio de site www.uerjresiste.com, que são mantidos pelos seus membros. Numa comparação com outras páginas relacionadas à Universidade, conseguimos perceber um alcance expressivo em termos de número de seguidores da página de #UERJResiste. Por exemplo, a página oficial da UERJ conta atualmente com 99 mil seguidores; UERJ da Depressão, com 100 mil; Asduerj, com 21 mil; e DCE-UERJ, com 20 mil.⁷ Importante destacar que durante o período estudado, o ano de 2017, as demais páginas tinham números inferiores aos consultados, inclusive a página oficial, que passou a ter uma frequência de postagem maior a partir do referido ano. Nessa dinâmica conectiva, também foi possível ao usuário do *Facebook* manifestar seu apoio por meio da aplicação da marca da campanha de #UERJResiste à sua foto de perfil. Em consulta ao site *Twibbon*, verificamos que o uso dessa personalização contou com 5.180 apoios⁸.

Narrar a resistência: uma etnografia de #UERJResiste

Como a pesquisa transcorreu em período posterior ao recorte temporal adotado, utilizamos o *Netvizz*, que é uma ferramenta desenvolvida no contexto do *Digital Methods Initiative* (DMI) pelo pesquisador Bernard Rieder. Com apoio do *Netvizz*, extraímos uma planilha das postagens realizadas pela página #UERJResiste, contendo data, texto postado, link das imagens e o link direto da postagem, além dos dados estatísticos das reações, comentários e compartilhamentos. A partir daí, analisamos todas as postagens manualmente, acessando *link* por *link*, desde 1º de janeiro a 09 de abril de 2017, totalizando 266 postagens, sendo 194 fotos e 72 vídeos. O recorte temporal da pesquisa corresponde ao período em que a Uerj ficou fechada em função da falta e/ou atraso de verbas para pagamento dos serviços de manutenção por parte do governo do estado. Fechamos nosso recorte temporal no dia 9 de abril de 2017, pois marca o dia anterior ao

⁷ Dados conferidos em 14 jun. 2020.

⁸ Disponível em: https://twibbon.com/Support/uerjresiste-3?fbclid=IwAR0EslTcCQjAmVswOIPeKyCOnewWMS_LDKgOkdvknwrUtyZ6RFkJnKdcZfo. Acesso em: 14 jun. 2020.

anúncio de retorno às atividades da Universidade. A data final também se destaca por uma postagem do vídeo do ator Mateus Solano, que foi disparadamente o *post* de maior repercussão numérica do ano na página do movimento no Facebook.

Visando construir uma descrição etnográfica da página #UERJResiste, seguimos então a definição proposta pelo antropólogo François Laplantine de que “[...] a descrição etnográfica é a realidade social apreendida a partir do olhar, uma realidade social que se tornou linguagem e que se inscreve numa rede de intertextualidade.” (LAPLANTINE, 2014, p. 31). Neste sentido, quando entendemos o ambiente digital como um campo empírico, observamos implicações em rede que conectam não apenas os assuntos e os conteúdos abordados dentro da Internet, mas, também, em certa medida, a extrapolação para o mundo físico, gerando polêmicas e controvérsias, o que expande o alcance discursivo e midiático do assunto, tratando-o na esfera da ação política. Essa descrição toma corpo como narração, que envolve objetos, participantes e pesquisador numa relação ativa.

A partir desta perspectiva, entendemos que esta pesquisa percorre um dos caminhos definidos por Laura Graziela Gomes e Débora Leitão (2017), como *etnografia-stalker*, ou o que as pesquisadoras Suely Fragozo, Raquel Recuero e Adriana Amaral (2011) adotam como perspectiva *lurking*, em que o pesquisador observa e vai percorrendo o fluxo das socialidades sem que para isso se identifique aos pesquisados. O pesquisador observador atento às movimentações vai rastreando os espaços e viajando, enquanto usuário da própria rede, por onde sua curiosidade vai levar (GOMES; LEITÃO, 2017, p. 54).

Num primeiro momento, analisamos e codificamos cada postagem, enquadrando-as em alguma categoria, quando emergiram mais de dez categorias, provenientes de determinados padrões e similaridades. Em um segundo momento, ao analisar mais profundamente o material, buscando traduzi-lo de maneira mais objetiva e completa, reagrupamos cada tipo de postagem chegando a quatro categorias. Cada categoria foi nomeada segundo as características das suas postagens, num processo de reflexão e diálogo constante, em que foram intituladas como Políticas Midiáticas, Discursos do Resistir, Partilhas Educativas e Poéticas da Identidade. Veremos a seguir as características e exemplos de *posts* de cada categoria.

Essa divisão em categorias não pretende se esgotar e nem aprisionar cada postagem em apenas uma delas, pois muitos *posts* podem ser encaixados em mais de uma categoria. Importante destacar o fato de que todas as postagens analisadas continham imagens, mesmo sendo *prints* de textos, uma vez que a plataforma do Facebook privilegia a exposição de imagens a textos nas *timelines*, o que se trata de uma estratégia importante.

Políticas Midiáticas

Composta pelas notícias e matérias republicadas pela página com origem na mídia hegemônica – tal como jornais, revistas e telejornais – as postagens reagrupadas nessa categoria divulgam vídeos e fotos de eventos organizados pela própria página ou por terceiros, além de informes e convocações para os mais variados eventos e mobilizações. O termo “políticas”, integrado ao nome desta categoria abrange múltiplos significados, podendo ser entendido como normas ou condutas, bem como os relacionamentos com o agenciamento midiático e a mobilização. A nomeação dessa categoria parte do entendimento de que a página se coloca enquanto uma mídia dentro de uma mídia social. Por isso, a maior parcela das postagens versa sobre a divulgação dos eventos de mobilização, dos quais contabilizamos 24 eventos no período analisado, sendo eles próprios específicos da Uerj, unificados com servidores estaduais e de causas externas.

Tudo o que se pode inserir num contexto de divulgação, no sentido de informar sem necessariamente querer persuadir e sem apresentar um uso emotivo de linguagem, está contido nessa classificação. Os conteúdos mais emotivos, mais persuasivos, que implicam numa dramaturgia pública e que chamam a uma participação, apoio direto ou ação efetiva à causa se ajustam melhor na categoria Discursos do Resistir.

A figura 3 (abaixo) representa um dos tipos de postagem mais populares na página que comenta as decisões do Fórum de Diretores. Muitos dos comentários nessa postagem se referiam a pessoas marcando amigos da rede social para que vissem a notícia e se atualizassem sobre o funcionamento da Universidade.

Figura 3 – Divulgação sobre o Fórum de Diretores



Fonte: UERJRESISTE, 2016.

Figura 4 – Sub-reitora fala no programa Sem Censura

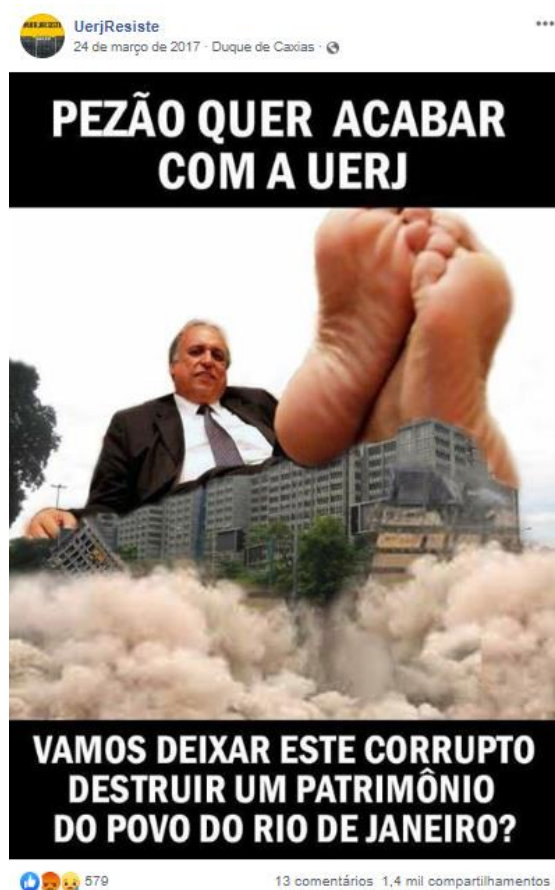


Fonte: UERJRESISTE, 2016.

Na Figura 4 (acima), a postagem apresenta a participação da professora Tânia Carvalho Neto, sub-reitora de Graduação, no Programa Sem Censura, da TV Brasil, transmitido em 31 de janeiro de 2017, que versava sobre o tema “Volta às Aulas”. A sub-reitora reforçou um novo adiamento do retorno às atividades da Uerj, sem uma previsão clara e definitiva, pois não havia uma sinalização do Estado em resolver a situação do pagamento dos servidores.

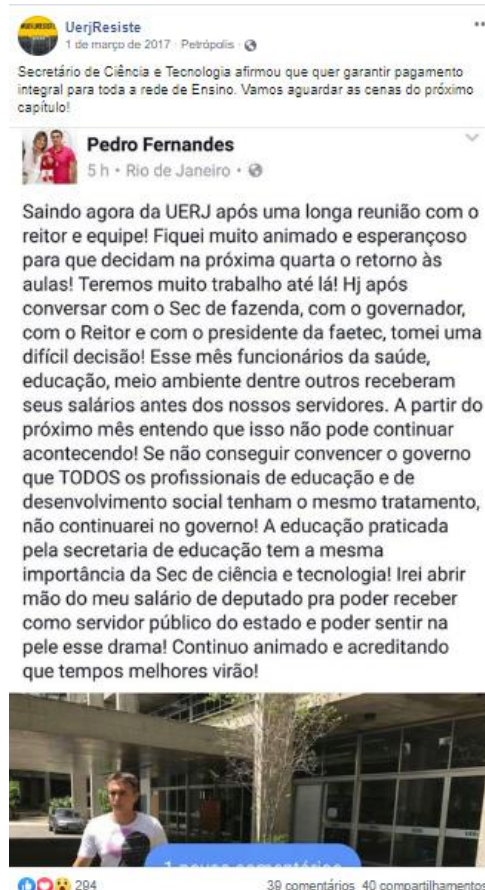
Ainda nessa categoria, para além dos eventos de mobilização nas ruas e das manifestações artísticas e culturais, algumas postagens tinham uma vertente política mais afrontosa, uma vez que surgiam muitos pronunciamentos de políticos em ataque à Universidade, o que corroborava para uma desinformação da população sobre a real situação da Uerj, conforme as Figuras 5 e 6.

Figura 5 - Convocação/Provocação ao Governador



Fonte: UERJRESISTE, 2016.

Figura 6 - Secretário de Ciência e Tecnologia



Fonte: UERJRESISTE, 2016.

A reação das pessoas à publicação contendo a postagem do secretário (Figura 6) foi positiva: das 294 reações, 266 foram de curtidas. Mas dentro dos comentários muitos questionavam as intenções do político, e outros tentavam mobilizar uma ação na internet através de comentários de “SOS UERJ” na página do secretário.

A relação com o governador do Estado é das mais conflituosas. Em 27 de janeiro de 2017, em entrevista à rádio CBN⁹, o governador criticou a direção da Uerj ao dizer que ela se escudava na autonomia universitária para não debater os números do

⁹ Disponível em <http://m.cbn.globoradio.globo.com/programas/cbn-total/2017/01/27/UERJ-NAO-FEZ-CONTENCOES-DE-DESPESAS-DIZ-LUIZ-FERNANDO-PEZAO.htm?fbclid=IwAR06EPtP8mHif10sRLH5C4GbhF2ILSxqYQ7sUyJd-akmuUqqFdoz6wLI8yk>. Acesso em: 23 jan. 2020.

orçamento. Em 24 de março de 2017, vieram a público através dos jornais os planos do governador de cortar em 30% o salário dos professores da Uerj caso não retomassem as aulas.¹⁰ A Uerj buscou os aparatos jurídicos para se defender das ingerências do governo do Estado, sendo concedido pela Justiça do Rio um mandado de segurança impedindo qualquer corte salarial. Durante todo o período de crise houve uma judicialização dos processos e muita luta na rua, na ALERJ e no Ministério Público. Os movimentos também buscaram apoio no Congresso Nacional e no STF¹¹.

Discursos do Resistir

Nessa categoria estão incluídas as postagens que remetem diretamente às ações de resistência política, tais como as moções e declarações de apoio, campanhas e críticas às questões sócio-políticas, bem como as manifestações de apoio às lutas de outras instituições. Todas as postagens corroboram e disseminam o discurso da resistência. Poderia se considerar que todas as postagens são, de alguma forma, um discurso de resistência, por tratar-se de uma página chamada #UERJResiste. Porém, nem todas as postagens têm essa intencionalidade, num tom emotivo de linguagem. É na função emotiva que diferenciamos esta categoria das demais, conforme já apontado no item anterior quando abordamos as políticas midiáticas.

Esta categoria emerge com um volume maior de conteúdos próprios, principalmente em vídeos, que demonstram apoio de artistas e professores. Entendemos que nesta categoria prevalece uma construção discursiva de apoio ao movimento, que legitima e reforça a luta perante os seguidores e o público em geral que visualiza a página e que pode, assim, melhor dimensionar a importância do movimento e da causa defendida. Essa resistência também é calcada numa identidade coletiva e num apelo à opinião pública. Nesse campo, o que mais nos chamou atenção foi a ligação da Universidade com a cultura popular através do samba, estreitando ainda mais a sua intimidade com a favela da Mangueira. Além dessa ligação, o período analisado compreende o período do

¹⁰ Notícia disponível em https://odia.ig.com.br/_conteudo/rio-de-janeiro/2017-03-24/peza-decide-cortar-em-30-os-salarios-de-servidores-da-uerj.html. Acesso em: 22 jan. 2020.

¹¹ Disponível em https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/uerj-vai-recorrer-ao-stf-autonomia-financiera-para-obrigar-rj-a-repassar-verba.ghtml?fbclid=IwAR2pwFpZ-IMN0OwWcTX5OJgg_9HHnBP-tgojRNyBzL-Qo0U_4tGPOxfec6g. Acesso em: 23 jan. 2020.

carneval, momento em que a mobilização virou festa e a tristeza deu espaço temporariamente à alegria. Nesse contexto semântico, o samba é também entendido como uma ação política, pois foi durante muito tempo marginalizado e criminalizado por ser uma produção cultural afro-brasileira, por cantar a dor e a tristeza dessa “vida marginal”, mas que se transforma em prazer e alegria na ponta dos pés não apenas no carnaval, mas ao longo da vida cotidiana. Ele é o verdadeiro motor da vida cotidiana nas favelas e periferias do Rio de Janeiro e expressa sua resistência cultural junto à Uerj.

Na Figura 7, vê-se o vídeo do sambista Aluísio Machado, figura recorrente nas mobilizações em defesa da Universidade. Também foram postados apoios de professores, artistas, atores, cantores, deputados entre outros. Em 09 de abril, um dia antes do retorno das aulas na Uerj, a página publicou um vídeo do ator Mateus Solano (figura 8), destacando a importância da Universidade e chamando a população a apoiá-la. No vídeo, o ator da Rede Globo, consagrado em diversas novelas do horário nobre, diz em um trecho da sua fala:

@UERJResiste: [...] A UERJ é um símbolo de esperança, esperança de que a vida pode ser melhor pela Educação, esperança de que todos podem chegar à Universidade. Mas parece que o Governo do Estado e o Governo Federal não sabem disso. Estão tentando sufocar a UERJ. Calar a sua fala, matá-la. Mas a Uerj não morreu. A Uerj resiste, está viva e conta com o seu apoio. Você também pode fazer parte dessa luta. Participe, divulgue. Lute conosco (UERJRESISTE, 2016, 09/04/2017).

Figura 7 - Vídeo do Sambista Aluísio Machado



Figura 8 - Vídeo do Ator Mateus Solano



O vídeo de Mateus Solano teve mais de 79 mil compartilhamentos e mais de 2,4 milhões de visualizações, sendo a mais visualizada da página.¹² As atividades da Uerj foram retomadas mesmo com pagamentos atrasados de servidores e de funcionários terceirizados, porém com ajustes entre as empresas de limpeza e segurança¹³.

Figura 9 – Moção de Apoio da ANDES

UerjResiste
30 de janeiro de 2017 · 🌐

Instituições Superiores de todo o Brasil representadas na Associação Nacional de Docentes do Ensino Superior enviam seu apoio à UERJ e conclamam os professores de todo o país a se mobilizarem em prol da instituição.

#UerjResiste

MANIFESTO EM APOIO À UERJ

Situada no estado do Rio de Janeiro, com campi localizados na Região Metropolitana (São Gonçalo e Caxias) e no Interior (Friburgo, Resende, Teresópolis, Petrópolis e Ilha Grande/Angra dos Reis), a **UERJ**, com dois hospitais universitários (HUPE e Clínica Piquet Carneiro) e um Instituto de Aplicação (CAP-UERJ) tem intensa relação com a história e a vida de milhares de pessoas. Foi a primeira Universidade a adotar políticas afirmativas de inclusão social através do regime de cotas, dando oportunidade para inserção no ensino superior de milhares de filh@s de trabalhador@s, atualmente, os cotistas representam 45% das vagas para entrada de estudantes no vestibular.

Já há algum tempo a **UERJ** tem recebido ataques por parte do governo. Desde 2001, os docentes efetivos dessa instituição não recebem reajuste salarial (a defasagem está em mais de 100% do salário) e não existe, até então, dedicação exclusiva dentro do salário base. Os professor@s substitutos trabalham em condições precárias, com salários muito aquém da sua formação, com sucessivos atrasos nos pagamentos e, em alguns casos ocorrendo o não pagamento. Os terceirizados também estão incluídos nesta precariedade, sendo submetidos a trabalho semi-escravo, trabalhando por meses sem receber seus salários.

A partir de 2016, o governo agiu com grande ofensividade, avançando na retirada de direitos dos trabalhador@s da **UERJ** e dos demais funcionários públicos do estado do Rio de Janeiro. Os professor@s concursados tiveram seus salários parcelados e submetidos a atrasos de até três meses, incluindo o décimo terceiro. Somado a isso, o bandedeio da **UERJ** encontra-se fechado, os alunos cotistas não recebem suas bolsas de permanência, o que compromete o caráter inclusivo da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

É preciso lembrar que além da **UERJ**, o governo do Estado do Rio também ameaça de fechamento outras duas universidades públicas: **UEZO** (zona oeste), **UEFF** (Norte Fluminense) e ainda a Fundação de Apoio à Escola Técnica (**FAETEC**). A **FAPERJ** encontra-se em estado de penúria, o que impossibilita o desenvolvimento político, científico, intelectual e cultural do Estado do Rio de Janeiro e do Brasil.

Acreditamos que a **UERJ** é o laboratório das políticas de ajuste fiscal, no "pacote de maldades", dos governos PMDB neoliberais, para a destruição das Universidades públicas e gratuitas do país. Portanto, a garantia de **permanência e sobrevivência da UERJ** significa agora a **luta por uma educação superior pública, gratuita, inclusiva, popular e socialmente referenciada no Brasil**.

Convocamos a tod@s que participem dessa corrente de solidariedade e de luta para que o **UERJ resista**.

<http://www.souuerj.meuio.org.br/>
<http://www.peticao publica.com.br/peticao.aspx?c=8896951>
<http://www.acdnerj.org.br/>
<https://www.facebook.com/uerjresiste/>

150 105 compartilhamentos

Fonte: UERJRESISTE, 2016.

Figura 10 – Moção de Apoio dos Petroleiros

UerjResiste
7 de março de 2017 · 🌐

Petroleiros apoiam a luta da UERJ!

Rio de Janeiro, 05 de março de 2017

A
Sociedade Brasileira e ao Movimento UERJ Resiste

Moção de Apoio

O grupo de base autônomo de trabalhadores petroleiros inimigos do Rei manifesta seu apoio ao Movimento UERJ RESISTE. A Uerj, na qual alguns de nós estudamos e que formou muitos trabalhadores petroleiros, é importante pro ensino, pra pesquisa e pra extensão. Mantê-la funcionando plenamente e melhorá-la, buscando especialmente aprimorar a análise crítica e o compromisso com o povo, é uma necessidade. O governo do estado do Rio de Janeiro utiliza o discurso da crise financeira pra deixar a Uerj sem recursos suficientes. O exagero desse discurso é ridículo. Uma audição com participação popular poderia ajudar a mostrar qual é, em termos mais precisos, a realidade. De qualquer maneira, o governo deveria priorizar a Uerj e outras frentes. Mas não. É mais um agente do aprofundamento aceleradíssimo da privatização e da (re)colonização do Brasil. A venda da Cedeae é outro exemplo disso. Essas ações fazem parte de um movimento mais amplo, que inclui a tecnocratically chamada venda de ativos da Petrobras, acompanhada do reforço da lógica privada dentro da empresa, e percursos semelhantes na Eletrobras, Furnas, FEAETEC, no Banco do Brasil, na Caixa Econômica Federal, nos Correios e no conjunto da rede de escolas técnicas e universidades públicas. Isso sem falar da privatização e da desnacionalização cada vez maiores de outros recursos, como o ouro, o minério de ferro, o nióbio, o urânio, metais em geral e a água (com risco inclusive pro Aquífero Guarani), a biodiversidade, também terras e a submissão e controle do mercado interno. Em cada um desses espaços e dessas situações, a luta tem especificidades, mas os cenários guardam também muitas semelhanças. Isso só ressalta ainda mais a importância de articularmos essas lutas, pra potencializarmos cada uma, notadamente a partir do apoio mútuo, e pra enfrentarmos melhor a mercantilização da vida.

Compreendendo que o estado do Rio de Janeiro não está fadado e tem condições de se sustentar com os impostos que arrecada, estamos tratando de um golpe pelo Estado mínimo no Brasil em todos os entes federativos, que levará ao retorno da condição de submissão total ao capital estrangeiro, as ações não estão isoladas, elas estão interligadas, com as privatizações da segurança pública, da saúde, da educação, da previdência social...

Defendemos em síntese, a UERJ e reafirmamos "UERJ e Petroleiros juntos em defesa da Educação Pública, pela Autonomia Universitária e por nenhuma Privatização".

Contem com a nossa ajuda na luta pela Uerj, como já temos feito. E também convidamos vocês pra nós ajudarem na luta em torno da Petrobras.

GRUPO DE BASE INIMIGOS DO REI
<https://www.facebook.com/inimigosdo rei petroleiros?ref=ts>

2 comentários 2 compartilhamentos

Fonte: UERJRESISTE, 2016.

¹² Disponível em <https://www.facebook.com/watch/?v=703235966467719>. Acesso em: 22 jan. 2020.

¹³ Disponível em <https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/reitor-da-uerj-retoma-aulas-mas-diz-que-nao-ve-solucao-no-curto-prazo.ghtml>. Acesso em: 14 jun. 2020.

Nas Figuras 9 e 10 (abaixo), temos duas postagens de moções de apoio de outras instituições, sendo elas, a Associação Nacional de Docentes do Ensino Superior (Andes) e o Grupo de Trabalhadores Petroleiros.

Partilhas Educativas

Compreende as postagens que têm um conteúdo mais reflexivo e pedagógico, mais engajado em esclarecer determinados assuntos, a exemplo da reforma da Previdência, da gratuidade da universidade pública, da função das universidades etc.

Toda publicação e publicização nas mídias sociais é uma forma de partilha, sobretudo as que propõem reflexões e engajamento em ações políticas. Mas nem toda informação se propõe a ser educativa. Por isso entendemos, nessa categoria, a educação como prática da liberdade, segundo Paulo Freire (1967), ou seja, quando a aprendizagem torna-se colaborativa e contínua, sobretudo fundada no diálogo e na mediação dos conhecimentos de mundo de cada indivíduo envolvido no processo educativo, dando espaço de fala e escuta, buscando a comunicação como princípio e não a domesticação. No entanto, as ações empreendidas pela página do movimento no sentido de partilhar conhecimentos são poucos, uma vez que a pauta de discussão em geral é informativa ou já definida dentro de um campo de discussão.

O primeiro *post* que consideramos educativo foi realizado no dia 14 de janeiro de 2017 com título “Por que gratuita?” (Figura 11), em que promove uma reflexão sobre a importância de se ter uma Universidade pública, gratuita e plural. Essa é uma das questões centrais da página, por isso a postagem no momento imediatamente posterior ao seu fechamento temporário, em 10 de janeiro.

Figura 11 – Sobre a luta da Uerj



Fonte: UERJRESISTE, 2016.

Figura 12 – Texto reflexão do livro "Hoje acordei pra luta"



Fonte: UERJRESISTE, 2016.

Na Figura 12 (acima), que apresenta um dos posts de uma sequência de divulgação de reflexões do livro “Hoje eu Acordei pra Luta”, lançado em e-book pela EdUERJ em 2017, também propõe dialogar com os internautas e, à medida que traz conhecimentos novos, enriquece o diálogo na página.

Outra sequência de postagens, que aconteceu entre 17 e 20 de março, trouxe três vídeos que explicam a crise tentando aproximá-la de situações próximas dos cidadãos

numa estratégia de gerar empatia na sociedade pela Uerj. Nomeamos essa sequência de vídeos de “Como o Governo trata a UERJ”, que são mostrados nas Figuras 13 e 14.

Figura 13 – Vídeo "Como o Governo trata a UERJ" - Dona de Casa



Fonte: UERJRESISTE, 2016.

Figura 14 – Vídeo "Como o Governo trata a UERJ" – Taxista



Fonte: UERJRESISTE, 2016.

Os vídeos têm 50 segundos e trazem metáforas que relacionam o Governo do Estado a uma loja, a um taxista e a uma dona de casa. Os protagonistas dos vídeos são representantes da Asduerj. Eles começam sempre convidado o espectador a imaginar uma situação prática do cotidiano, conforme o texto abaixo:

@UERJResiste: Imagina que você trabalha numa loja. O dono da loja não paga fornecedor. O dono da loja não cuida da limpeza nem da segurança da loja. E aí, ele chega à conclusão que é você que deixa a loja cara. Ele então divide o seu salário em 7 vezes, paga com atraso, insistindo que é você que encarece a loja... Perdoa a dívida do vizinho. Uma dívida que daria para pagar o seu salário por muito tempo. Ainda sobre esse argumento que você encarece tudo, ele ainda gasta o dinheiro, que diz que é pouco, numa cervejaria. Pois é assim que o Governo do Estado do Rio de Janeiro trata as universidades públicas do Rio (UERJRESISTE, 2016, transcrição do vídeo de 17/03/2017).

Poéticas da Identidade

Ao verificar o *corpus* de análise de #UERJResiste, identificamos que os primeiros dias do ano foram marcados por uma mobilização dos internautas em torno da produção de uma identidade coletiva por meio do uso da hashtag #SouUERJ. As poéticas têm um sentido de construção narrativa do fazer poético abordado em Aristóteles (2008). Elas partem das experiências individuais, pessoais e íntimas, que desvelam sentimentos

para expor uma relação que se faz no coletivo, expondo a natureza do movimento social em rede e compondo a dramaticidade das cenas públicas produzidas.

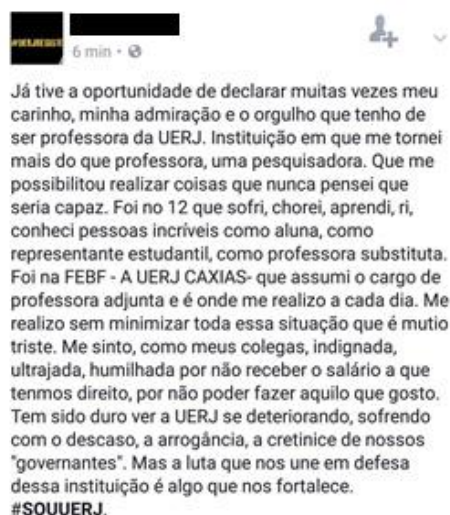
Através dessa ação, foram compartilhadas pela página #UERJResiste 20 postagens referentes ao tema, todas no mês de janeiro de 2017. Elas se configuram enquanto uma possibilidade de construção de uma identidade coletiva para o movimento e de uma identidade uerjiana¹⁴, relativa ao reconhecimento de um pertencimento à Uerj. Ela teve seu funcionamento de maneira orgânica e autônoma entre os usuários do Facebook, conforme vemos nas Figuras 15, 16, 17 e 18.

Figura 15 - Depoimento #SOUUERJ



Fonte: UERJRESISTE, 2016.

Figura 16 - Depoimento #SOUUERJ



Fonte: UERJRESISTE, 2016.

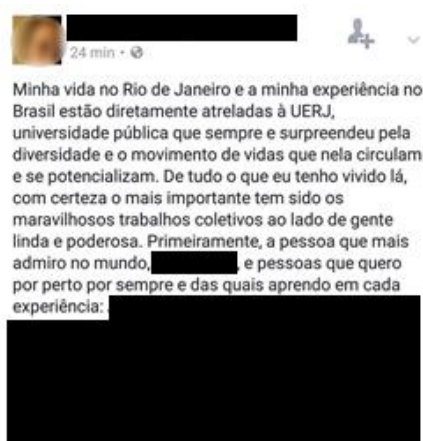
¹⁴ Gentílico adotado pela comunidade universitária.

Figura 17 - Depoimento #SOUUERJ



Fonte: UERJRESISTE, 2016.

Figura 18 - Depoimento #SOUUERJ



#uerjresiste #SouUerj
Fonte: UERJRESISTE, 2016.

Professores, funcionários, alunos e ex-alunos, além de membros da sociedade como universitários de outras instituições, se manifestaram para contar suas histórias e sua relação com a Uerj, indicando, assim, sua identificação com a Universidade. Num contexto geral de análise desses personagens em destaque já comentados, podemos sintetizar a produção de algumas características que perpassam todos os textos. Desta forma, entendemos aqui que essa síntese nos proporciona algumas pistas para a formação de uma identidade do movimento #UERJResiste. Extraímos, então, desses textos algumas características para formatação de uma identidade: resistente, comunitária, relacional, afetiva, notável, periférica, de luta, potente, unida.

Considerações Finais

A atual situação política do país continua colocando em risco o financiamento público e a autonomia das universidades. Nos últimos anos, a Universidade Pública passou de protagonista à vilã do desenvolvimento do Brasil. Ao longo dos governos presididos pelo Partido dos Trabalhadores (PT), foram ampliados *campi*, inauguradas universidades nos centros urbanos e no interior do Brasil e, além disso, com a política de reserva de vagas, vimos crescer a diversidade racial e de classe nos bancos universitários. Porém, diante do avanço do neoconservadorismo com o governo eleito em 2018, a Universidade Pública se transformou na principal vilã, bem como opositora ao fascismo

crecente. Mas ela acabou por ser o terreno ideológico para contrapor os valores da família, da religião e dos bons costumes, descreditando seu valor científico e sua potência e importância no desenvolvimento do país.

Todas essas ameaças e violências que atingem todas as comunidades acadêmicas incluíram o Brasil, no ano de 2019, pela primeira vez, no mapa da associação *Scholars at Risk (SAR)*, que é uma rede internacional de instituições acadêmicas que monitora e denuncia ataques às universidades ao redor do mundo por meio do relatório *Free to Think*¹⁵.

Por outro lado, é preciso admitir que existam ressalvas à estrutura e à forma como se colocam as universidades dentro de um sistema meritocrático e elitista em uma sociedade marcada por desigualdades sociais profundas. Precisamos pensar na universidade autônoma como um espaço mais inclusivo, mais plural, mais aberto, logo mais democrático e que promova mais cidadania. Uma universidade forte e que também fortaleça a luta das minorias tão negligenciadas pelo Estado e que não perpetue o privilégio de poucos. Esse é um ponto muito sensível e que é usado pelos atores políticos antagônicos para tornar relevante a proposta de privatização do Ensino Superior.

Quanto às formas de publicização desse debate, nos perguntamos ainda: Como aprofundar esses temas importantes para a sociedade sem a manipulação de escolhas políticas tal como acontece no Facebook? Podemos confiar nas redes sociais enquanto uma nova esfera pública, de comunicação horizontal e livre? Estas são algumas questões para as quais não temos respostas muito positivas e nem definitivas, mas que apontam caminhos interessantes em novos estudos para os movimentos sociais em rede.

Avaliamos que a atuação de #UERJResiste foi muito bem-sucedida, na medida em que todos os pleitos dos docentes foram atendidos, em certa medida, mesmo que tenha demorado um longo período, por mais de três meses. Inclusive, a proposta de autonomia financeira da Uerj e de recebimento de duodécimos mensais também foi aprovada, passando a valer a partir deste ano, de maneira paulatina. A estratégia de manter uma página dita apartidária, sem identificar se é feita por um sindicato ou pela universidade,

¹⁵Disponível em <https://educacao.uol.com.br/noticias/agencia-estado/2020/01/20/ataques-a-academia-ameacam-todos-nos.htm>. Acesso em: 14 jun. 2020.

mantém certa independência em seu posicionamento e ganha credibilidade fundamental com a imprensa. Aliada à estratégia de expansão da *hashtag* foi criado um verdadeiro mosaico que coloca a resistência da universidade pública como tema favorável para debate nos meios de comunicação tradicionais.

Entendemos que a estratégia de buscar adesão das mídias hegemônicas pode potencializar a comunicação dos movimentos sociais, pois elas ainda detêm grande parte da audiência e gozam de credibilidade na informação. A comunicação pelas mídias sociais por si só pode mobilizar as pessoas, mas entendemos que a mobilização sempre toma um vulto maior com a adesão dos meios de comunicação de massa. É importante, nesse sentido, refletir sobre o papel que as mídias de massa desempenham hoje e como os movimentos sociais podem influenciar na construção de novas narrativas críticas nessas mídias de massa.

Nessa guerra cultural instaurada, a Uerj foi uma espécie de laboratório para fascistas e neoliberais verem cumpridos o desmonte das universidades públicas brasileiras. Diante dos vários discursos de privatização da Educação Pública e de ódio à ciência, entendemos que a defesa da Universidade Pública é elemento fundamental para o desenvolvimento social, tecnológico e econômico, a soberania nacional, a inclusão social e a diminuição das desigualdades sociais, para a melhoria das condições sociais de maneira geral e aprimoramento da própria democracia. Por isso, torna-se cada vez mais fundamental que estudos sobre movimentos como #UERJResiste sejam trazidos ao protagonismo como narrativas importantes a serem divulgadas, refletidas e discutidas para que continuemos a resistir.

Referências

ARISTÓTELES. **Poética**. Tradução: Ana Maria Valente. Lisboa: Fundação Galouste Gulbenkian, 2008.

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e de esperança**: movimentos sociais na era da internet. 2 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. São Paulo: Paz e Terra, 2016.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CEFAÏ, Daniel et al. (org.). **Arenas Públicas**: por uma etnografia da vida associativa. Niterói: EdUFF, 2011.

CEFAÏ, Daniel. **Públicos, problemas públicos, arenas públicas...** O que nos ensina o pragmatismo (parte I). Tradução Rosa Freire D'Aguiar. *Novos estud. CEBRAP* [online], São Paulo, v. 36, n.1, p.187-213, Out. 2017a. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/nec/v36n1/1980-5403-nec-36-01-187.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2020.

CEFAÏ, Daniel. **Públicos, problemas públicos, arenas públicas...** O que nos ensina o pragmatismo (parte II). Tradução Rosa Freire D'Aguiar. *Novos estud. CEBRAP* [online], São Paulo, v.36, n. 2, p.129-142, Out. 2017b. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/nec/v36n2/1980-5403-nec-36-02-129.pdf> . Acesso em: 10 fev. 2020.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de Pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FREIRE, Paulo. **Educação como prática para liberdade**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1967.

GOHN, Maria da Glória. **Movimentos Sociais na contemporaneidade**. *Revista Brasileira de Educação*, Rio de Janeiro, v. 16, n. 47, mai-ago, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rbedu/v16n47/v16n47a05.pdf> Acessado em: 16 jun. 2020.

GOHN, Maria da Glória. **Movimentos sociais no início do século XXI**. Petrópolis: Vozes, 2003.

KEEN, Andrew. **Vertigem digital**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

KRAMER, Adam; GUILLORY, Jamie E.; HANCOCK, Jeffrey T. **Emotional contagion through social networks**. *Proceedings of the National Academy of Sciences Jun 2014*, 111 (24) 8788-8790; DOI: <https://doi.org/10.1073/pnas.1320040111>

LEITÃO, Débora; e GOMES, Laura. **Etnografia em ambientes digitais**: perambulações, acompanhamentos e imersões. *Revista Antropolítica*, Niterói, n. 42, p. 41-65, 1. sem. 2017. DOI: <https://doi.org/10.22409/antropolitica2017.1i42.a546>

LAPLANTINE, François. **A Descrição Etnográfica**. Traduzido por João Manuel Ribeiro Coelho e Sérgio Coelho. São Paulo: Terceira Margem, 2004.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua**: ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulinas, 2013.

PARISER, Eli. **O filtro invisível**: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

REZNIK, Luis et al. **70 anos UERJ: 1950-2019**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2019.

RIBEIRO, Ricardo. **Autonomia Universitária em Tempos de Guerra Cultural**. *Revista da Faculdade de Direito da UERJ*, Rio de Janeiro, n. 35, p. 1-20, jun. 2019. DOI: <https://doi.org/10.12957/rfd.2019.44010>

SHAKYA, Holly B.; CHRISTAKIS, Nicholas A. **Association of Facebook Use With Compromised Well-Being: A Longitudinal Study.** American Journal of Epidemiology, Volume 185, Issue 3, 1 February 2017, Pages 203–211. DOI: <https://doi.org/10.1093/aje/kww189>

TROPIANO, André. **Narrativas da Resistência:** o movimento social em rede #UERJResiste no Facebook. Orientadora: Profa. Dra. Neiva Vieira da Cunha. 2020. 152 f. Dissertação (Mestrado em Educação, Cultura e Comunicação) – Faculdade de Educação da Baixada Fluminense, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Duque de Caxias, 2020.

UERJRESISTE. Página da Comunidade, 2016. Facebook: @Uerjresiste. Disponível em: <http://www.facebook.com/uerjresiste>. Acesso em: 14 mar. 2020.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Livre
Volume 14, Número 3, set./dez. de 2020
Submetido em: 26/02/2020
Aprovado em: 22/07/2020

Os Jovens Baumann e o filme encontrado: estratégia singular na ficção de horror brasileira

The Young Baumanns and Found Footage: singular strategy in the Brazilian horror fiction cinema

Os Jovens Baumann y la película encontrada: estrategia singular en la ficción de terror brasileña

Laura Loguercio CÁNEPA¹

Resumo

Este artigo discute o filme paulista *Os Jovens Baumann*, de Bruna Carvalho Almeida. Em meio a um número significativo de filmes de fantasia e horror lançados no Brasil em 2019, *Os Jovens Baumann* foi o único a optar pelo estilo conhecido como *found footage* [filme encontrado]. Além disso, o filme tem outras características que nos interessam: o fato de tratar-se de filme de reconstituição da década de 1990; o caráter enigmático e fragmentário das imagens em VHS que compõem o núcleo da sua trama; a narração em *voice-over*, em primeira pessoa, dentro de uma simulação de documentário. Buscaremos investigar essas opções temáticas e estilísticas do filme por meio da análise descritiva, com o objetivo de definir os aspectos que nos parecem mais relevantes para singularizar esta obra na produção contemporânea de cinema fantástico e de horror no Brasil.

Palavras-chave: Cinema contemporâneo. Brasil. Horror. *Found footage*. *Os Jovens Baumann*.

Abstract

In this essay, we discuss the Brazilian film *The Young Baumanns* (2018), directed by Bruna Carvalho Almeida. The film was part of a significant group of fantasy and horror films released in Brazil in 2019, but it was the only one in “found footage style”. *The Young Baumanns* also has other singularities: the fact that the story takes place during the 1990s; the enigmatic and fragmentary plot; the narration in *voice-over* that simulates a documentary. We will investigate these thematic and stylistic options of the film, based on observations related to the found footage style and Brazilian horror cinema. Through descriptive analysis, we will try to define the issues that seem most relevant to establish

¹ Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi. Doutora em Multimeios (UNICAMP, 2008). E-mail: laura_canepa@yahoo.com.br. ORCID: 0000-0003-3248-599X.

the uniqueness of this film for the contemporary production of fantastic and horror cinema in Brazil.

Keywords: Contemporary cinema. Brazil. Horror. *Found footage*. *The Young Baumanns*.

Resumen

Este artículo analiza la película *Os Jovens Baumann*, de Bruna Carvalho Almeida. En medio de un número significativo de películas de fantasía y terror lanzadas en Brasil en 2019, *Os Jovens Baumann* fue el único en elegir el estilo conocido como *found footage* (película encontrada). Además, la película tiene otras características que nos interesan: la recreación de la década de 1990; el carácter enigmático y fragmentario de las imágenes VHS que conforman el núcleo de su trama; la narración, en *voice-over*, en primera persona, dentro de una simulación documental. Buscaremos investigar estas opciones temáticas y estilísticas de la película a través del análisis descriptivo, con el objetivo de definir los aspectos más relevantes para singularizar *Os Jovens Baumann* en la producción contemporánea de cine fantástico y de terror en Brasil.

Palabras clave: Cine contemporâneo. Brasil. Terror. *Found footage*. *Os Jovens Baumann*.

Introdução

Na imprensa especializada em cinema no Brasil, tanto em veículos impressos de grande circulação, quanto no universo dos sites e revistas digitais, o ano de 2019 ficou marcado por algumas pautas recorrentes, entre elas: a premiação internacional de filmes de diretores que vêm se firmando no cenário mundial como Kleber Mendonça Filho (de *Bacurau*, 2019, co-dirigido com Juliano Dornelles)² e Karim Aïnouz (de *A vida invisível*, 2019)³; as constantes ameaças do Governo Federal à ANCINE e à Cinemateca Brasileira, marcadas pelo ir e vir de declarações, cortes de orçamentos e mudanças nos cargos de liderança; a necessidade de democratização do acesso às salas de cinema no Brasil, que foi tema da redação do ENEM realizada por quase cinco milhões de estudantes no mês de novembro.

² Vencedor do Prêmio Especial do Júri no Festival de Cannes de 2019 e de Melhor Filme no Festival de Munique, entre várias outras premiações, além de estar na capa da edição de outubro de 2019 da revista *Cahiers du Cinéma*.

³ Vencedor do Prêmio Un Certain Regard no Festival de Cannes de 2019 e do Prêmio CineCoPro no Festival de Munique, entre várias outras premiações.

Entre outras pautas frequentes, uma que esteve particularmente em voga⁴, e que serve como mote para o presente artigo, tratou da grande quantidade de filmes nacionais do gênero horror (ou dele muito próximos, seja pelo caminho de tramas insólitas e sombrias, seja pela temática da extrema violência) lançados comercialmente nos cinemas brasileiros ao longo de 2019, entre os quais: *Mal nosso* (de Samuel Galli); *A Sombra do Pai* (de Gabriela Amaral Almeida); *Mormaço* (de Marina Meliande); *O Clube dos Canibais* (de Guto Parente); *Morto não fala* (de Dennison Ramalho); *Noite Amarela* (de Ramon Porto Mota); *O Juízo* (de Andrucha Waddington); *Os Jovens Baumann* (de Bruna Carvalho Almeida). A essas longas ainda deve somar-se o fenômeno de *Bacurau*, que sem dúvida dialoga com o universo do cinema fantástico, aí incluído o gênero do horror, mas também a ficção-científica e diferentes tipos de fantasias distópicas.

Observando-se esse conjunto de filmes, percebe-se diferentes propostas, o que resulta em trabalhos que podem se aproximar de um tipo de produção de baixíssimo orçamento, como é o caso de *Mal Nosso*, ou de produções de grandes orçamentos para padrões brasileiros, como *O Juízo*, orçado em oito milhões de reais. Encontram-se também cineastas estreantes em longas, como Bruna Carvalho Almeida, e outros mais experientes, como Guto Parente, cuja trajetória profissional já trazia cinco longas antes de *O Clube dos Canibais*. Vê-se ainda diretores que têm se dedicado continuamente ao cinema de horror, como Dennison Ramalho (diretor de dois dos mais importantes curtas-metragens de horror brasileiros: *Amor Só de Mãe*, 2003; *Ninjas*, 2009) e Gabriela Amaral Almeida (que estreara nos longas em 2017 com o filme de horror *O Animal Cordial*), e outros que apenas eventualmente se aproximam do horror, como Andrucha Waddington.

Mas, em meio a esse conjunto heterogêneo de filmes ligados ao gênero do horror, queremos aqui discutir uma obra destoante e, por isso mesmo, curiosa: o filme paulista *Os Jovens Baumann*. Nossa escolha se deve ao fato de que este foi o único filme brasileiro do gênero lançado em 2019 a optar pelo estilo conhecido como *found footage* [filme encontrado], que tem pouquíssimos representantes entre longas brasileiros de ficção

⁴ Entre diversos produtos jornalísticos que podem ser mencionados, destacamos: o programa de televisão *Conversa com Bial*, da Rede Globo, que no dia 09 de dezembro de 2019 entrevistou os cineastas Dennison Ramalho e Rodrigo Aragão sobre o novo cinema de horror brasileiro; a reportagem publicada em 12 de outubro de 2019 por Rayssa Motta no jornal *O Estado de São Paulo*, intitulada *Com cinco lançamentos brasileiros de terror, outubro marca primavera do gênero nos cinemas*.

realizados em anos recentes. Além disso, o longa de Bruna Carvalho Almeida tem outras características que nos interessam: o fato de tratar-se de reconstituição da década de 1990; o caráter enigmático e fragmentário das imagens em VHS que compõem o núcleo da sua trama; a narração, em *voice-over*, em primeira pessoa, dentro de uma simulação de documentário. Buscaremos investigar essas opções temáticas e estilísticas do filme por meio da análise descritiva, com o objetivo de definir os aspectos que nos parecem mais relevantes para singularizar esta obra na produção contemporânea de cinema fantástico e de horror no Brasil.

Os filmes de horror “encontrados”

O chamado *found footage* de ficção está ligado a um ciclo de filmes populares de longa-metragem lançados a partir do sucesso mundial do falso documentário de horror *A Bruxa de Blair* (*The Blair Witch Project*, Eduardo Sánchez; Daniel Myrick, EUA, 1999). Esses filmes são caracterizados por estratégias narrativas nas quais as câmeras que gravam os acontecimentos existem dentro da diegese como se estivessem registrando eventos não-ficcionais. Essas câmeras, quase sempre digitais e com resolução de imagem relativamente baixa, podem ser equipamentos profissionais manejados por equipes de TV, telefones celulares, instalações de vigilância, *webcams* etc, e, como observa Barry Keith Grant, sua presença é reconhecida pelas personagens, que se exibem para elas em acontecimentos gravados quase sempre em *tempo real*⁵ (2015, p.19).

Também é muito frequente que, nesses filmes, a narrativa seja enquadrada como se os registros filmados fossem, de alguma forma, encontrados por pessoas estranhas aos acontecimentos, e só então editados em forma de documentário – o que incitou realizadores, fãs, críticos e teóricos a adotarem o termo *found footage*⁶ para identificá-los. Como descreve Rodrigo Carreiro, “de modo geral, os filmes chamados dessa forma possuem enredos ficcionais que utilizam deliberadamente procedimentos estilísticos e/ou narrativos normalmente associados ao documentário, muitas vezes com a intenção de

⁵ Caracterizado pela coincidência entre o tempo transcorrido na narrativa e o tempo vivido pelos espectadores diante do filme.

⁶ Destaque-se que o termo *found footage* se refere originalmente a filmes documentais ou a ensaios audiovisuais realizados a partir do uso de imagens de arquivo ou preexistentes, o que gera polêmicas em torno da atribuição do mesmo termo para filmes de ficção (CÁNEPA; FERRARAZ, 2013, p. 81).

enganar o espectador quanto ao caráter ontológico de suas imagens e sons” (CARREIRO, 2013, p. 227). Note-se que esse espírito de “enganar o espectador”, que nos remete à tradição dos falsos documentários (ou *mockumentaries*), foi muito importante no caso de *A Bruxa de Blair*, mas, com o passar do tempo, perdeu força nessa categoria de filmes de ficção. No mais das vezes, hoje, a ideia do documentário em filmes de ficção *found footage* constitui-se como justificativa fácil para a presença de câmeras intradiegticas, sem que os filmes se organizem em narrativas que possam ser comparáveis às tradições do cinema documental. No caso de *Os Jovens Baumann*, porém, como veremos em seguida, o falso documentário se reveste de outros significados, sobretudo por meio da presença da narradora/diretora/montadora dentro do filme.

São várias as explicações buscadas, por diferentes autores, para a relação frequente dos filmes *found footage* de ficção com os gêneros do horror e da ficção-científica, a ponto de Grant ter criado a categoria “*cinema verité* de horror e ficção científica” para descrevê-los (GRANT, 2015). Ainda que se encontrem obras de *found footage* de ficção não-enquadráveis nesses gêneros, é preciso levar em conta o fato de que os baixíssimos orçamentos desses filmes podem ter atraído produtores acostumados a lidar com gêneros historicamente ligados às produções baratas, particularmente no caso do horror. Brigid Cherry (2010, p. 69) destaca que os fãs do horror foram usuários do ambiente online desde os primeiros dias da tecnologia, seja compartilhando conhecimento e opiniões sobre filmes, seja também construindo suas próprias histórias e hospedando-as em blogs e sites como o YouTube. Além disso, como descreve Ana Acker, a própria relação imaginária que se estabelece com as tecnologias de produção e reprodução de imagens e sons parece, por vezes, propícia ao desenvolvimento de histórias fantásticas, o que torna o horror um gênero bastante adaptável às transformações tecnológicas. Segundo ela, “nas obras *found footage*, são recorrentes as cenas em que personagens demonstram repulsa à presença da câmera, ao mesmo tempo em que são ouvidas frases como: ‘grave tudo’” (ACKER, 2015, p. 10). Ademais, é necessário destacar que a tradição ficcional do horror, calcada na literatura fantástica dos séculos XVIII e XIX, traz com grande frequência narrativas em primeira pessoa emolduradas por descobertas de diários, cartas ou documentos misteriosos (como em *Frankenstein*, de Mary Shelley, de 1818; *O relato de Arthur Gordon Pym*, de Edgar Allan Poe, de 1838;

Drácula, de Bram Stoker, de 1897; *A volta do parafuso*, de Henry James, de 1898), o que faz com que essa tradição encontre ressonância na tendência contemporânea dos filmes encontrados (CÁNEPA; MONTEIRO, 2018, p. 245-246).

O resultado dessa combinação de tradições do próprio gênero a novas tecnologias de produção, e também a um tipo de sociabilidade voltada ao compartilhamento do desconforto diante de tecnologias disruptivas, foi um número imenso de *found footages* de horror produzidos no mundo inteiro, e consumidos avidamente, sobretudo por jovens espectadores. Para se ter uma ideia da extensão do fenômeno, o site IMDB – *Internet Movie Database* – concentra em sua lista de filmes mais de setecentos e cinquenta longas-metragens de ficção classificados como *found footage*, a grande maioria deles realizados depois do ano 2000, em países como EUA, Austrália, Japão, Noruega, Argentina, Costa Rica, França, Alemanha, Espanha, Rússia, Romênia ou Paquistão. O sucesso também originou franquias como a estadunidense *Atividade Paranormal*, criada por Oren Pelli em 2007, com cinco filmes e mais dois *spin offs*⁷; e a espanhola *[REC]*, criada por Jaume Balagueró e Paco Plaza, com quatro filmes e duas refilmagens estadunidenses⁸. No caso de *Atividade Paranormal*, que é a franquia mais popular, os sete filmes, quando somados, ultrapassam a cifra de oitocentos milhões de dólares arrecadados nas bilheterias mundiais, com um custo de produção médio em torno de cinco milhões de dólares⁹. Isso representa uma lucratividade quase incomparável para os padrões de Hollywood.

Da produção brasileira de cinema de horror, desde a explosão da tendência dos filmes encontrados no começo dos anos 2000, apenas um longa-metragem desse filão havia chegado aos cinemas até 2019: *Desaparecidos* (David Shürmann, 2014). Trata-se, como é mais usual nesses filmes, de uma produção que fez a opção estilística de colocar a câmera na mão de atores/personagens que, diante de supostas ameaças, fogem em regiões pouco habitadas. O filme buscou passar-se como falso documentário, ao estilo de

⁷ *Paranormal Activity* (Oren Pelli, 2007); *Paranormal Activity 2* (Tod Williams, 2010); *Paranômaru Akutibiti: Dai-2-shô/Tokyo Night* (JAPÃO, Toshikazu Nagae, 2010); *Paranormal Activity 3* (Henry Joost, Ariel Schulman, 2011); *Paranormal Activity 4* (Henry Joost, Ariel Schulman, 2012); *Paranormal Activity: The Marked Ones*, EUA, 2013 (Christopher Landon); *Paranormal Activity: The Ghost Dimension*, EUA, 2015; Gregory Plotkin

⁸ *[REC]* 2007; *[REC]* 2 Possuídos (2009); *[REC]* 3 Genesis, 2012; *[REC]* 4 Apocalipse (2014).

⁹ Fonte: IMDB - Internet Movie Database <<http://imdb.com>>

A *Bruxa de Blair* (chegando a divulgar perfis das personagens em redes sociais), mas a repercussão junto ao público foi praticamente nula, e o filme foi, de maneira geral, ignorado ou mal recebido pelos críticos, que viram nele excessivas limitações em função do manejo da câmera intradieética. Essas limitações dizem respeito a características muito comuns aos filmes dessa modalidade, tais como: a baixa definição das imagens, típica dos equipamentos amadores; a trepidação, causada pela manipulação da câmera em cenas de correria improvisada; o áudio por vezes falho, por causa das limitações dos microfones das câmeras; a edição que articula os tempos mortos a lacunas narrativas, causadas pela ausência de registro de momentos-chave das histórias; a expectativa de que o público perceba os registros como emulações de situações que poderiam ter sido vividas e registradas por elas próprias em situações de perigo.

Mas essas limitações, que podem dar aos filmes aspectos repetitivos, oferecem também a possibilidade de interessantes variações. Uma delas diz respeito ao tipo de mistério que lhes serve de argumento (que pode ser uma invasão extraterrestre, uma epidemia, uma desaparecimento sobrenatural) exigindo abordagens diferentes de personagens, situações e justificativas para a presença das câmeras. A interferência da montagem é também um complicador na comparação entre esses filmes, pois há tanto os que produzem a impressão de fidelidade à ordem e à duração dos eventos captados quanto os que oferecem uma montagem contraditória ou complementar entre diferentes câmeras presentes na ação, com o uso (ou não) da *voice-over*. Por fim, outra diferença relevante “é a da proximidade maior ou menor dos recursos estilísticos do documentário, que pode ser muito significativa em alguns filmes, residual em outros, ou até inexistente no caso daqueles que simulam vídeos domésticos” (CÁNEPA; FERRARAZ, 2013, p. 86).

É nesse contexto que David Bordwell (2012) aponta a franquia *Atividade Paranormal* como caso exemplar do processo de repetição/variação do formato do filme encontrado no cinema de ficção. Para Bordwell, a franquia concebida por Oren Pelli operou um processo interessantíssimo, porque sua popularidade foi resultado de uma forma de repetição pouco usual, já que, mesmo sendo baseada em uma premissa comum das histórias de horror – a de uma entidade demoníaca que se apossa de uma casa –, a série se manteve na ativa sobre as bases de um uso diferente, em cada filme, dos equipamentos de captação. Como afirma Bordwell, a razão que parece ter atraído os

milhões de espectadores da série foi uma dinâmica formal de familiaridade e variação no uso das câmeras a cada novo episódio. Assim, descreve ele, fazer filmes dessa série passou a ser um tipo de performance, um jogo em que o espectador se pergunta: qual vai ser a estratégia desta vez? Por exemplo, no primeiro filme da série, as personagens decidem investigar suspeitas sobrenaturais usando uma única câmera caseira, operada tanto na mão quanto em um tripé; bem mais adiante, no quarto episódio, já serão uma *webcam* e uma câmera do aparelho Kinect¹⁰ a registrar os terríveis acontecimentos.

Se ampliarmos a análise de Bordwell sobre a dinâmica de repetição/variação de *Atividade Paranormal* para o *found footage* de ficção em geral, poderemos entender melhor o fascínio que o modelo pode exercer sobre alguns espectadores. E, não por acaso, o filme brasileiro *Os Jovens Baumann* tem pelo menos um antecedente sugerido no terceiro episódio da série de Oren Pelli: o filme *Atividade Paranormal 3* se passa, em sua maior parte, no ano de 1988, antes do surgimento das câmeras digitais de uso doméstico. Nesse caso, além da equipe ter de produzir cenas convincentes como caseiras, ainda foi necessário emular, no digital, as possibilidades técnicas e as texturas do VHS. Em *Os Jovens Baumann*, a diretora optou por uma solução ainda mais arriscada: o uso de câmeras VHS originais da década de 1990 para a captação da maioria das imagens, o que acrescenta outras camadas à sua proposta reflexiva, como veremos a seguir¹¹.

***Os Jovens Baumann*: análise descritiva**

A relativa inexpressividade do *found footage* entre as produções brasileiras não significa que o estilo em si tenha sido mal recebido pelo público nacional - que, desde *A Bruxa de Blair*, garantiu boa audiência a esses filmes importados, tanto nas salas de cinema quanto na TV a cabo e em plataformas de *streaming*. Além disso, se olharmos para as produções brasileiras de horror, veremos que a estética da câmera de vídeo e do cinema barato está muito presente. Cineastas como o catarinense Petter Baiestorff (que iniciou sua carreira nos anos 1990 com o VHS em filmes como *O Monstro Legume do Espaço* e ainda se mantém na ativa com filmes como *Zombio 2*, de 2015) e o capixaba

¹⁰ Acessório do videogame X-Box capaz de captar o movimento do usuário.

¹¹ Note-se que as câmeras de VHS foram usadas apenas para a captação das imagens de época. O som foi captado integralmente com equipamentos digitais.

Rodrigo Aragão (que estreou em 2008 com o longa de zumbis *Mangue Negro* realizado inteiramente em vídeo digital, e desde então já realizou outros cinco longas com circulação mundial em festivais e exibições na TV a cabo) são exemplos de que tanto o público quanto os festivais estão abertos para experiências em que a nitidez das imagens e a qualidade técnica do registro sonoro não são vistas como precondições para a aceitação de filmes de horror. O que se nota, tanto nas produções de Baiestorff quanto nos primeiros filmes de Aragão, é que tanto a espontaneidade, quanto a incorporação de imprevistos das filmagens à narrativa, com frequência se aproximam do clima que consagrou muitos dos *found footages* de horror.

Mas foi apenas em 2019 que chegou às telas, em estreia conjunta nos cinemas e no *streaming* da TV a cabo, *Os Jovens Baumann*, primeiro longa-metragem *found footage* de horror lançado no Brasil depois do praticamente ignorado *Desaparecidos* – e que, apesar de ter tido uma circulação discreta, recebeu mais atenção da crítica e dos festivais. Como veremos, a diretora e roteirista Bruna Carvalho Almeida articulou a ideia já descrita do filme encontrado a outras experiências que fazem dele um filme bastante singular, o qual gostaríamos de analisar descritivamente a partir de três aspectos: 1) o fato de tratar-se de uma reconstituição da década de 1990; 2) o caráter enigmático e fragmentário das imagens em VHS que compõem o núcleo da trama; 3) a narração, em *voice-over*, em primeira pessoa, dentro de uma simulação de documentário. Nosso objetivo será, então, identificar o espaço ocupado por esse filme na produção contemporânea de cinema de horror no Brasil.

A trama central se passa em 1992, durante um encontro realizado na fazenda da fictícia família Baumann, a mais rica de Santa Rita d'Oeste, no interior de Minas Gerais. Durante esse encontro de férias, reúnem-se todos os oito jovens herdeiros dos Baumann. Eles, no entanto, desaparecem misteriosamente da fazenda. Vinte e cinco anos depois, o acontecimento é revisitado por uma jovem cineasta que conheceu os jovens quando criança, e busca compreender seu desaparecimento por meio do exame de filmagens em VHS feitas por eles, e recuperadas na própria fazenda. O filme alterna, então, as imagens de VHS com outras rodadas em 2017, num jogo temporal que tem a esperança de reconstituir os últimos dias do grupo e solucionar o mistério – que, no entanto, resiste.

A sinopse de *Os Jovens Baumann* é típica dos filmes de horror *found footage*, mas o longa deve sua forma principalmente ao modelo adotado por George Romero em *O Diário dos Mortos* (*The Diary of the Dead*, 2007), que se apresenta como um documentário organizado e narrado em *voice-over* por uma personagem que comenta os fatos registrados por ela e por seus amigos durante o apocalipse zumbi. Esse procedimento diferencia o filme de Romero da grande maioria dos *found footages* de horror, nos quais a autoria intradieética costuma ser identificada de maneira mais vaga – por vezes, como se os filmes trouxessem apenas sequências de imagens brutas gravadas nas câmeras de personagens desaparecidas. Nesse sentido, acentua-se o caráter reflexivo do filme de Romero, e também do de Bruna Carvalho Almeida. E, nesse último, a reflexão não se dá apenas por meio da estruturação narrativa, mas da própria tecnologia de captação das imagens. Parte da força do filme brasileiro deriva do fato de ele ter parte de suas imagens feitas com o uso da tecnologia pouco nítida do VHS, o que remete aos anos 1990 por meio da própria textura das imagens obtidas pela diretora de fotografia Ana Júlia Santos (que também interpreta uma das personagens, Isa Baumann).

Quanto a esse trabalho de reconstituição, note-se que a textura do VHS não é a única a dar o tom relativo aos anos 1990, mas ela vem acompanhada de um discreto trabalho de direção de arte, a cargo de Eduardo Azevedo, que se traduz nos cortes de cabelos e nos figurinos dos jovens Baumann, e também no destaque dado a objetos de cena como toca-discos e modelos de carros vendidos na época. Outro elemento fundamental, como não poderia deixar de ser, é a ausência de telefones celulares e de computadores, o que acentua a ociosidade das personagens, cuja experiência é dividida em longos blocos de tempo durante os quais acontecimentos (cada vez menos) banais vão tomando forma.

Como afirma o crítico Michel Araújo (2019), “a qualidade fotográfica do VHS provoca, de imediato, o distanciamento do espectador não apenas temporalmente, mas sensorialmente”. Ele destaca que a baixa definição em relação a outros suportes padrão se tornou nos anos recentes uma espécie de fetiche estético para a tendência *lo-fi*¹², e destaca que esse distanciamento “potencializa não apenas o ar de ‘recordação’ do filme,

¹² Estilo de produção musical que usa técnicas de gravação consideradas de baixa fidelidade.

mas principalmente seu ar de ‘vestígio’, ‘fragmento’, ‘rastros’, fazendo com que o espectador se veja diante de um mosaico de pequenas subjetivações inconclusivas dessas personagens, as quais podemos entender tão pouco” (ARAÚJO, 2019).

Como destacou Michel Araújo, as personagens deixam muito pouco de si para que possamos conhecê-las. Afinal, as imagens que elas produzem de si mesmas têm características semelhantes às apontadas por Roger Odin em seu estudo sobre os filmes domésticos, sobretudo quando ele alega que a principal característica desses filmes costuma ser o fato de eles serem feitos para aqueles que vivenciaram o que é representado na tela (1995, p. 31). Assim, as características textuais que, segundo Odin, permitem que reconheçamos um filme doméstico – como a temporalidade linear descontínua, a ausência de fechamento, o som irregular, os olhares constantes das pessoas para a câmera – aplicam-se perfeitamente aos registros feitos pelos jovens Baumann. Eles próprios não sentem necessidade de explicar nada que contextualize as situações vividas, pois serão eles os espectadores preferenciais dos registros.

Com isso, as imagens e os sons do VHS não explicam nada; apenas sugerem, por meio de trechos de conversas, olhares misteriosos sem contracampo e eventuais explorações do espaço, respostas para os mistérios que o filme pretende investigar. Algumas conversas entre os primos fazem referência a cidades em volta da fazenda que teriam sido submersas por uma represa; uma das primas conta que, ao montar seu cavalo, foi levada por ele até a beira de uma estrada que nunca havia visto, sentindo uma enorme vontade de desaparecer; um dos primos revela uma experiência de quase morte na qual teria visto uma espécie de filme de sua vida. Há também momentos em que os jovens, por detrás de uma fogueira, adquirem ares sinistros; há ainda luzes e sons estranhos em um cafezal que sugerem, pelo som, uma invasão por objetos voadores não identificados (OVNIs). Eles também discutem, em tom de brincadeira, o destino da herança; falam de reforma agrária; brincam como pessoas recém-saídas da adolescência, com muito contato físico e eventuais insinuações de relações amorosas ocorridas em segredo.

Em sua encenação em grande parte improvisada pela equipe reunida numa fazenda durante algumas semanas, o filme, a seu modo, entra em sintonia com obras recentes – a maior parte delas feitas em tecnologia digital – vinculadas ao que se chamou de *cinema de fluxo*, isto é, a um tipo de cinema realista voltado ao transcorrer da vida

diante das câmeras, possibilidade alcançável com mais facilidade pela tecnologia de registro ilimitado do vídeo. Como define Luiz Carlos de Oliveira Jr, esse cinema de fluxo surge a partir de um polo oposto ao que chama de *maneirismo* supersaturado de estilo presente no cinema contemporâneo, “buscando reinventar o cinema como se ele tivesse acabado de aparecer” (2013, p. 135-137). Para Oliveira Jr, enquanto, no maneirismo cinematográfico, temos “imagens ‘de segundo grau’ [...] que retomam outras imagens”, no cinema de fluxo, os filmes constroem suas experiências a partir de um corpo a corpo com o mundo, aguardando que o transcorrer da realidade diante das câmeras produza sua própria narratividade, fazendo uso de planos mais longos, criando dispositivos contemplativos e desenvolvendo estratégias visuais capazes de “produzir acontecimentos por um processo de narração automático” (2013, p. 136). Segundo o autor, nesses filmes, “o cineasta abandona a *mise en scène* para se tornar um instalador de ambiências ou um provocador/intensificador de realidades” (OLIVEIRA Jr, 2013, p. 137).

O filme de Bruna Carvalho Almeida sem dúvida bebe na fonte do cinema de fluxo, criando um dispositivo no qual os próprios atores empunham as câmeras, usando um roteiro bastante aberto, e podem criar seus personagens enquanto filmam a si mesmos. É claro, também, que os aspectos *maneiristas* não devem ser totalmente excluídos dessa experiência – afinal, trata-se da emulação de um registro doméstico de 25 anos atrás, e para isso é necessário conhecer e reproduzir uma série de características do registro amador de eventos privados gravados por grupos de amigos ou de familiares –, mas *Os Jovens Baumann* equilibra-se de modo competente entre esses dois polos apontados por Oliveira Jr. no cinema contemporâneo.

Porém, os registros domésticos realizados em VHS pelos jovens Baumann, e que são apresentados aos espectadores, durante os primeiros minutos, sem nenhuma explicação, são logo emoldurados por uma ampla elipse temporal construída pela narrativa, demarcada pela narração em *voice-over*. Esta, juntamente com imagens obtidas em vídeo digital de espaços vazios na fazenda, deixa espaço para questionamentos sobre as motivações dos jovens, mas não deixa dúvidas sobre os motivos pelos quais as gravações de 1992 estão sendo resgatadas: trata-se de investigar o desaparecimento dos Baumann. A partir daí, surge uma reflexão que diz respeito menos à história daquela

família ou às mudanças tecnológicas dos registros caseiros, e mais à atitude de integrantes das classes altas brasileiras em relação à sua própria posição social e a seus privilégios.

Não por acaso, o momento histórico escolhido pelas roteiristas Bruna Carvalho Almeida e Larissa Kurata para o desaparecimento dos jovens herdeiros de grandes latifúndios no interior do Brasil foi o mês de janeiro de 1992 – ano em que o país viveria o *impeachment* de Fernando Collor de Mello, descendente de proprietários de terras e coronéis do estado do Alagoas. Como relata a própria diretora, em entrevista realizada para a confecção do presente artigo¹³, a data foi escolhida deliberadamente, e isso fica bastante claro no texto narrado pela atriz Isabela Marinoto. Sua primeira entrada em cena, sempre usando somente a voz, ocorre aos 13 minutos de filme, após uma sucessão de longos *takes* dos primos na fazenda. Ela recita, com certa gravidade, o seguinte texto:

Esses eram os Baumann. Primos e herdeiros do sobrenome mais importante de Santa Rita d'Oeste. Eram donos desta fazenda que já tinha sido a maior produtora de café da região, mas que, com o passar dos anos, tinha virado só uma casa de veraneio com um pequeno cafezal. Nenhum dos jovens morava em Santa Rita d'Oeste. Já eram filhos das grandes cidades. Quando passavam suas férias aqui, se isolavam na fazenda e mal eram vistos pelos moradores da cidade. Tinham uma presença meio fantasmagórica, e foi assim até 1992. Foi naquela época que eu entrei pela primeira vez naquela casa. Eu tinha sete anos e estava com o meu pai, que veio arrumar o encanamento. Eu fiquei encantada com os azulejos escandalosos da cozinha; com o dossel de princesa no quarto das meninas. Eu cheguei a pensar que eles eram a família mais rica do mundo. Mas, poucos dias depois, tudo mudou. Eu acordei com os comentários de que algo terrível tinha acontecido naquela fazenda. Os jovens Baumann desapareceram, e depois desse dia os oito primos nunca mais foram vistos. Seus registros são a única prova de que um dia estiveram aqui (Texto de *Os Jovens Baumann*).

No relato da personagem (que nunca diz o próprio nome), o mote do olhar lançado às fitas dos jovens Baumann é a brutal diferença de classe. As memórias infantis da diretora dentro do filme nos remetem a itens superficiais como os objetos decorativos do quarto das meninas, mas o que sobressai é o abismo entre os jovens e as pessoas que trabalhavam eventualmente na casa – abismo que ela descreve como uma “presença

¹³ Entrevista semiestruturada, realizada em São Paulo no dia 08 de novembro de 2019, com o objetivo de compreender o processo de concepção e de produção do filme.

fantasmagórica”, isto é: a fazenda funcionava um lugar de passagem do qual os jovens usufruíam sem deixar marcas e sem interagir diretamente com aqueles que lá trabalhavam.

A narradora retorna aos 23 minutos e comenta algumas imagens das fitas VHS em que os primos posam para a câmera com chapéus, bengalas e poses nobres, mas com um espírito adolescente e carnavalesco. É neste momento que ela revela que as fitas já haviam sido investigadas pela polícia, mas que nada de conclusivo fora encontrado. Segundo ela, o mistério teria sido suplantado pelo movimentado noticiário daquele ano de 1992, e ela dá três exemplos de notícias relevantes: o sucesso de Ayrton Senna na Fórmula 1; o divórcio de Lady Di no Reino Unido; os escândalos do governo Fernando Collor de Mello. A narradora escolhe momentos de destaque da vida de figuras ligadas à elite nacional e mundial, não mencionando outros fatos importantes daquele ano como a realização da conferência ECO 92 no Brasil, ou o massacre ocorrido no presídio do Carandiru, em São Paulo. Dentro da narrativa apresentada, o noticiário girava em torno da própria elite. Mais adiante no filme, ela dirá: “Assistindo às fitas, eu começo a me lembrar daquele verão de 1992. (...) De como parecia fácil e divertido para eles, enquanto para mim era muito desconfortável estar num lugar que parecia tão grandioso.”

Aos 35 minutos, a narradora retorna, e então podemos comparar sua trajetória pessoal a certa ascensão das classes trabalhadoras no Brasil, e também à crise econômica dos anos recentes:

Fiquei muito tempo sem pensar nos Baumann. Saí de Santa Rita d’Oeste ainda adolescente para estudar cinema em SP e morei lá por quase vinte anos. Mas depois de passar os últimos meses sem conseguir trabalho, decidi voltar para a casa dos meus pais. Assim que eu cheguei eles me contaram que os velhos tinham finalmente vendido a fazenda. [...]. O novo dono parecia feliz de se livrar daquelas fitas malditas (Texto de *Os Jovens Baumann*)

Aos cinquenta minutos do filme, sobre uma tela azul de VHS, temos a última entrada da narradora. Aqui, finalmente, ela parece encontrar uma resposta (ainda que bastante vaga) para o mistério que se dedicou a investigar: “Talvez esses VHSs sejam o último suspiro de uma família que, sem os seus herdeiros, está fadada a desaparecer. (...) Me pergunto se essas fitas tinham algum propósito, ou se, como tantas outras, são apenas

registros de jovens passando férias”. E então ela sugere ter encontrado uma resposta: “Entre tantas imagens, uma única fita se destaca e me apresenta um epílogo possível.”

Na sequência derradeira do filme que então se inicia, uma história de medo se revela por meio de cenas em que pouco se explica. Começa-se com um acontecimento insólito de estranhas luzes e sons no cafezal, o que leva os jovens a uma progressiva paranoia. Eles parecem desconfortáveis ao prepararem sua própria comida, chegando a matar uma galinha em frente à câmera, com expressão de enorme gravidade, e sem nada dizer. Um incômodo se instala, os jovens falam cada vez menos, observam a cidade ao longe pela primeira vez, do alto de uma montanha. Trocam olhares assustados. Fazem uma pequena performance, correndo pelo cafezal. Pulam juntos. E desaparecem no ar. Ao final de *Os Jovens Baumann*, Bruna Carvalho Almeida cria, pela reversão das imagens (como se apertasse a tecla *rewind* do aparelho VHS), um momento em que as personagens simplesmente somem diante de nossos olhos. Junto com elas, desaparece também a narradora que, até pouco antes, era a voz que nos conduzia por entre as imagens, tentando dar-lhes unidade.

Acredito que o sentido desse desaparecimento – dos Baumann e da narradora – está na irreconciliável tensão de classe que se estabelece entre ela e os jovens com quem nunca compartilhou diretamente qualquer experiência. O acesso que ela tem ao espaço privado de convívio desses jovens não é vivo e nem aberto, mas distante e póstumo. Assim, esse tipo de “*found footage* da frustração” (conforme descrito pelo jornalista Bruno Carmelo, 2019), remete-nos não apenas à ausência de respostas sobre os acontecimentos investigados pelo filme, mas também à impossibilidade de um encontro esclarecedor entre as partes – a diretora e os jovens. O filme parece sugerir que o rastro dos Baumann permanecerá para sempre opaco: eles nada produziram que pudesse ser aproveitado por alguém que não fossem eles mesmos; usufruíram de um espaço no qual não trabalharam e no qual nada modificaram; preocuparam-se apenas com o seu próprio gozo. E sumiram.

***Os Jovens Baumann* e o horror brasileiro contemporâneo**

A abordagem da realidade brasileira, de sua história e de suas tensões de classes, vem sendo continuamente testada por cineastas voltados ao fantástico e ao horror,

conforme se observa em filmes reconhecidos por analistas culturais e pesquisadores como peças importantes no debate político no cinema nacional, dentre os quais destacamos as longas-metragens *Trabalhar Cansa* (2011)¹⁴ e *As Boas Maneiras* (2017)¹⁵, ambos da dupla Juliana Rojas e Marco Dutra, formados no mesmo curso de Cinema e Audiovisual da ECA-USP¹⁶ no qual se formou a cineasta Bruna Carvalho Almeida.

De fato, não é raro que histórias de horror abordem questões políticas de maneira frontal, como se observa, por exemplo, na obra de um cineasta já mencionado neste texto: George Romero, consagrado desde o final dos anos 1960 por sua série sobre zumbis inaugurada com o longa-metragem *A Noite dos Mortos-Vivos* (*The Night of the Living Dead*, EUA, 1968). No entanto, é seguro dizer que, em anos recentes, cineastas nascidos em sua maioria nas décadas de 1970 e 1980, e que foram marcados pela enorme quantidade de filmes de horror voltados ao público infanto-juvenil nos anos 1980, parecem ter dado ao gênero uma dimensão particular, recorrendo com frequência ao repertório do horror (não raro com citações explícitas a filmes de cineastas como Romero, John Carpenter ou Dario Argento) em obras menos comprometidas com as algumas das convenções mais superficiais do gênero, como a preferência pelas cenas noturnas, as trilhas musicais calcadas em andamentos de suspense, as tramas sobrenaturais mirabolantes, os *jump scares* (pulos de susto), ou os desfechos catárticos e sangrentos.

O que se vê em uma grande quantidade de filmes ao redor do mundo, mas particularmente no Brasil, pode ser definido, conforme Fernanda Sales Rocha Santos, como “uma combinação de elementos de um realismo social e sensorial contemporâneo com procedimentos do cinema de gênero, particularmente do horror” (2019, p. 70). No caso do cinema brasileiro, podemos destacar filmes como *Mate-me Por Favor* (Anita Rocha da Silveira, 2015), drama urbano adolescente com clara influência de filmes como *Carrie – A Estranha* (Brian De Palma, EUA, 1976) e *Suspiria* (Dario Argento, Itália, 1977)¹⁷, ou *O Som ao Redor* (Kleber Mendonça Filho, 2013)¹⁸, com suas homenagens a John Carpenter. Outros filmes brasileiros já mencionados anteriormente, como *Mormaço*

¹⁴ Cf. trabalhos como os de SOUTO, 2012 e DORIA, 2016.

¹⁵ Cf. trabalho de CAETANO, 2018.

¹⁶ Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

¹⁷ Cf. trabalho de BARRENHA, 2018.

¹⁸ Cf. trabalho de SANTOS, 2019.

e *A Sombra do Pai*, também reúnem características importantes do gênero horror (a presença de ameaças violentas e inexplicáveis, a progressiva regressão das personagens a estados de pavor) à representação, feita em tons realistas, de problemas urgentes da sociedade brasileira, tais como a desigualdade econômica, a misoginia e a violência policial. Não se trata, nesses filmes, portanto, de tirar as personagens de sua vivência cotidiana para colocá-las diante do horror (como se observa em obras mais convencionais do gênero), e sim de revelar aspectos horríficos do próprio cotidiano.

Nesse sentido, *Os Jovens Baumann* parece fazer um ponto de inflexão nessa leva de filmes brasileiros ao direcionar seu olhar a aspectos aparentemente seguros da vida dos indivíduos das classes altas, mas percebendo as ameaças e rachaduras em sua própria ociosidade e alienação. Diferentemente dos outros filmes mencionados (como *Trabalhar Cansa*, *O Som ao Redor* e *O Clube dos Canibais*) *Os Jovens Baumann* não investe na criação de situações em que se percebe um enfrentamento entre classes sociais. Ao contrário, o roteiro prefere estabelecer a tensão por meio de uma lacuna temporal e de um mistério insondável. Mesmo assim, o destino que o filme imagina para os jovens Baumann coloca o horror claramente no horizonte, seja pelo discurso da diretora dentro do filme; seja pelas expressões das personagens em seus momentos finais em 1992; seja pela própria indexação genérica de *Os Jovens Baumann* aos filmes de estilo *found footage*, quase sempre identificados com o horror.

Conclusão

Como já apontamos, a opção por alternar as imagens de VHS a outras em alta definição (num momento que corresponderia aos “dias de hoje” da diegese) acompanhadas da *voice-over*, dão ao filme *Os Jovens Baumann* uma camada de novidade em relação a obras de *found footage* de horror mais convencionais, pois o recurso do filme encontrado ganha ares mais reflexivos, em função, em primeiro lugar, da elaboração desses registros por meio da fala de uma personagem, mas também pela distância temporal, dentro da diegese, entre os registros e sua posterior edição, o que permite contemplar as imagens com uma curiosidade que transcende os fatos misteriosos e nos permite pensar sobre a história do Brasil e de suas elites.

Em 2020, num momento bastante dramático da história do Brasil, quando a viabilização econômica do cinema brasileiro promete se transformar em desafio fundamental, o longa-metragem *Os Jovens Baumann* ganha relevância também por apontar para a capacidade de reinvenção do *found footage* de ficção como proposta estilística de baixíssimo orçamento, capaz de promover reflexões sobre a nossa relação com as imagens, com a memória e com as experiências históricas, aqui mediadas pelo cinema de gênero e pelas tecnologias “caseiras” de registro de som e imagem.

Referências

ACKER, Ana. O dispositivo no cinema de horror found footage. **Lumina**: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. v. 9, n. 1, 2015, pp. 1-17.

ALMEIDA, Bruna Carvalho; CÁNEPA, Laura. **Entrevista**: Realizada em São Paulo, no dia 08 de dezembro de 2019.

ARAÚJO, Michel. Os Jovens Baumann: Excertos e a transgressão de seus limites. **Vertentes do Cinema**. Jul, 17, 2019. Disponível em: <https://vertentesdocinema.com/os-jovens-Baumann/> Acesso em: 2 fev. 2020.

BARRENHA, Natalia C. Son tempos de miedo, de terror, de pesadilla: apropiaciones y subversiones em el horror social de *Matame por favor*. **Katatay**: Revista Crítica de Literatura Latinoamericana, v. 11, p. 91-91, 2018.

BORDWELL, David. Return do paranormalcy. **Observations on film art**. Nov. 13, 2012. Disponível em: <http://www.davidbordwell.net/blog/2012/11/13/return-to-paranormalcy/>. Acesso em: 2 fev. 2020.

CAETANO, Lucas Procópio. **Monstros gigantes, jaulas pequenas**: O modo horrífico em filmes brasileiros contemporâneos. Dissertação de Mestrado em Mídias. Unicamp, 2018.

CÁNEPA, Laura; FERRARAZ, Rogério. “Fantasmagorias das imagens cotidianas: O estranho e a emulação do registro doméstico no cinema de horror contemporâneo. In: BRASIL, André; MORETTIN, Eduardo; LISSOBSKY, Maurício. (Orgs). **Visualidades hoje**. Salvador: COMPÓS/EDUFBA, 2013, pp. 79-100.

CÁNEPA, Laura Loguercio; MONTEIRO, Juliana Cristina Borges. Drácula Found Footage: Reflexões sobre um exercício de realização audiovisual. **Mediaciones Sociales**, Madrid, v. 17, 2018, pp. 243-258.

CARMELO, Bruno. Os Jovens Baumann: Os fantasmas se divertem. **Adoro Cinema**. Outubro de 2019. Disponível em: <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-266873/criticas-adorocinema/>. Acesso em: 2 fev. 2020.

CARREIRO, Rodrigo. A Câmera diegética: legibilidade narrativa e verossimilhança documental em falsos *found footage* de horror. **Revista Significação**, v. 40, n. 40, 2013, pp. 224-244.

CHERRY, Brigid. Stalking the Web: Celebration, Chat and Horror Film Marketing on the Internet. CONRICH, I. (ed.). **Horror Zone: The cultural experience of contemporary horror cinema**. London/NY: I.B. Tauris, 2010, pp. 67-85.

DORIA, Kim. **O horror não está no horror: cinema de gênero, anos Lula e luta de classes no Brasil**. Dissertação de Mestrado em Meios e Processos Audiovisuais. Universidade de São Paulo, 2016.

GRANT, Barry Keith. Ansiedade digital e o novo cinema verité de horror e ficção científica. In: SUPPIA, A. (Org). **Cartografias para a ficção científica mundial: cinema e literatura**. São Paulo: Alameda, 2015, pp. 19-42.

ODIN, Roger. Le film de famille dans l'institution familiale. In: ____ (Org). **Le film de famille: usage privé, usage public**. Paris: Méridiens Klincksieck, 1995, p. 27-42.

OLIVEIRA Jr, Luiz Carlos. **A mise en scène no cinema: do clássico ao cinema de fluxo**. Campinas: Papyrus, 2013.

SANTOS, Fernanda Rocha Sales. Por causa de uma cerca: Território e narrativa cisados pelo medo em *O som ao redor* e *Historia del miedo*. **Dixit**, n. 31, jul/dez 2019, pp. 70-81.

SOUTO, Mariana. O que teme a classe média brasileira? Trabalhar Cansa e o horror no cinema brasileiro contemporâneo. **Revista Contracampo**, n. 25, dez. de 2012, pp. 43-60.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Livre
Volume 14, Número 3, set./dez. de 2020
Submetido em: 28/01/2020
Aprovado em: 01/07/2020

A encenação midiática da política no filme *O processo*

Mediatic political staging in the film O processo

La escenificación mediática de la política en la película O proceso

Márcio ZANETTI NEGRINI¹
Cristiane FREITAS GUTFREIND²
Helena Maria ANTONINE STIGGER³

Resumo

Analisamos como o filme *O processo* (2018), dirigido por Maria Augusta Ramos, cria um ponto de vista sobre o impeachment de Dilma Rousseff. Para isso, realizamos a desconstrução da montagem, pontuando três particularidades: a deflagração do impeachment; a defesa político-jurídica; a disputa entre grupos conservadores e progressistas. Tais aspectos são atravessados por um traço em comum: as correlações entre as imagens de diferentes mídias e as imagens do filme, produzindo no documentário a visualidade da imagem dentro da imagem. Assim, enquanto documento de uma época, o longa-metragem revela o transcurso do golpe parlamentar como a encenação midiática da política.

Palavras-chave: Encenação midiática da política. Golpe Parlamentar. *O processo*.

Abstract

In this paper, we analyze how the film *O Processo* (2018), directed by Maria Augusta Ramos creates one point of view regarding Dilma Rousseff's impeachment. For that end, we deconstruct the film's editing, punctuating three singularities: the triggering of the impeachment; the legal and political defense; the dispute between conservative and progressive groups. A common trace crosses these aspects: the correlations between images from different media and the film's own images, producing the visuality of image

¹ Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PPGCOM/PUCRS). Pesquisador vinculado ao Grupo de Pesquisa Cinema e Audiovisual: Comunicação, Estética e Política (Kinepoliticom/CNPq). E-mail: marcioznegrini@gmail.com. ORCID: 0000-0003-1274-9732.

² Doutora em Sociologia pela Universidade de Paris 5 (René Descartes, Sorbonne). Professora titular e coordenadora do PPGCOM/PUCRS. Líder do Kinepoliticom e bolsista de produtividade do CNPq. E-mail: cristianefreitas@puers.br. ORCID: 0000-0001-7333-3146.

³ Doutora pelo PPGCOM/PUCRS e professora do Curso de Produção Audiovisual da PUCRS. E-mail: helena.stigger@puers.br. ORCID: 0000-0002-4016-2253

within image in the documentary. In that manner, as documentation of a period in time, the feature reveals the course of the legislative coup as a mediatic political staging.

Keywords: Mediatic political staging. Dilma Rousseff's impeachment. *O processo*.

Resumen

Nosotros analizamos cómo la película *O processo* (2018), de la directora Maria Augusta Ramos, crea una perspectiva sobre el *impeachment* de la presidente Dilma Rousseff. Para eso, realizamos la deconstrucción del montaje presentando tres características: la deflagración de la impugnación, la defensa político-legal y la disputa entre grupos políticos conservadores y progresistas. Estos aspectos tienen una particularidad en común: las correspondencias entre las imágenes de diferentes medios y las imágenes de la película crean la visualidad de la imagen dentro de la imagen. Por lo tanto, como documento de una época el largometraje presenta el transcurrir del golpe parlamentario cómo una escenificación mediática de la política.

Palabras clave: Escenificación mediática de la política. Golpe parlamentario. *O processo*.

Introdução

Em 2016, o impeachment de Dilma Rousseff colocou em primeiro plano as imagens de diferentes atores políticos. No processo para deposição da Presidente acompanhamos através da televisão e das redes sociais digitais os discursos de parlamentares opositores, por vezes, efusivos quanto à defesa da moralidade política. Parcela dos congressistas imputava ao partido governista a centralidade dos escândalos de corrupção, que marcaram aquele contexto sociopolítico. Assim, o governo de Dilma Rousseff e o Partido dos Trabalhadores (PT) estariam diretamente implicados numa espécie de derrocada do sistema político, que foi estabelecido desde a Constituição de 1988.

Nas ruas, setores da sociedade mobilizaram-se em grandes manifestações de apoio ou repúdio ao impeachment. Naquele período, notabilizou-se a disseminação de imagens nas redes sociais, visibilizando narrativas de ódio direcionadas ao PT e à Presidente. Em parte, essas imagens apresentavam apologias misóginas além de exaltações contrárias à afirmatividade de grupos minoritários. A polarização da sociedade foi propagada através das imagens, desse modo, grandes atos de rua estiveram a serviço da espetacularização midiática da política. A corrupção como escândalo político-

midiático tornou-se traço preponderante do cotidiano brasileiro daquele momento, tanto em relação às notícias disseminadas pelos meios de comunicação tradicionais, quanto pela circulação de imagens e textos em redes sociais digitais.

Segundo Alain Badiou (2017), na contemporaneidade, a comprovação do crime de corrupção é o escândalo mostrado como semelhança da prova jurídica, produzindo o falseamento da realidade. Para o autor, a corrupção como intrínseca ao modo de ser da economia no capitalismo atual torna-se um efeito de exceção na forma do escândalo midiático. Nesse sentido, as encenações midiáticas apresentadas enquanto instantaneidade dos fatos produzem totalizações da realidade social; sobretudo, a impressão de concomitância do acesso ao factual vincula-se à veracidade do ocorrido.

Por outro lado, no cinema, as imagens que se fazem presentes são aquelas que aparecem como vestígios. Isto é, a montagem cinematográfica acontece imageticamente na relação entre a perda e a criação de sentidos. Como as imagens oníricas, esmaecidas ao despertar, as imagens que se fazem atuais pela montagem são aquelas que restam. Na perspectiva de Georges Didi-Huberman (2017), a temporalidade das imagens que sobrevivem e se fazem presentes revela a intensidade da correlação passado-presente. Em outras palavras, esse instante “anacrônico” é o entremeio no qual acontece a legibilidade histórica.

Segundo Didi-Huberman (2015, p. 23), o “anacronismo” mostra-se na relação criativa entre a imagem e a história; assim, o autor propõe uma posição estratégica diante da imagem de modo que o observador atente para a atuação dos diferenciais do tempo em cada imagem. Ou seja, o “anacronismo” advém da “[...] montagem de tempos heterogêneos [...]”. Nesse sentido, podemos dizer que as imagens do cinema possuem lugar privilegiado, ressignificando imagens produzidas e propagadas na dinâmica instantânea do atual contexto tecnológico e midiático. É assim que compreendemos o papel do cinema na organização da memória e dos saberes sobre um acontecimento político emblemático como o golpe parlamentar de 2016.

Filmes brasileiros dedicaram-se aos registros de acontecimentos relacionados ao impeachment de Dilma Rousseff, criando ao longo dos últimos anos diferentes estratégias narrativas apresentadas através de documentários. Longas-metragens como *O Muro* (Lula Buarque de Holanda, 2017), *Excelentíssimos* (Douglas Duarte, 2018), *Já vimos esse filme*

(Boca Migotto, 2018), *O processo* (Maria Augusta Ramos, 2018) e *Democracia em vertigem* (Petra Costa, 2019) são representativos da busca cinematográfica pela compreensão das circunstâncias que levaram ao golpe parlamentar. Em comum, os documentários oferecem contraponto à perspectiva do impeachment legitimado por questões técnico-fiscais relacionadas à gestão econômica da governante petista.

Nesse conjunto de filmes, *O processo*⁴ chama especialmente atenção ao destacar o protagonismo das imagens midiáticas no contexto em que o golpe foi deflagrado, enfatizando a produção dessas imagens. O longa-metragem sobressai os bastidores da defesa e da acusação político-jurídica de Dilma Rousseff, revelando o trabalho da imprensa e dos sujeitos ocupados em disseminar imagens nas redes sociais. Além disso, o documentário recorre às imagens produzidas pelas televisões públicas vinculadas ao Congresso Nacional.

A partir dessa diversidade de registros que destacam a produção imagética vinculada ao golpe parlamentar, *O processo* sugere que o andamento do impeachment se caracterizou pela forma político-jurídica encenada midiaticamente. A deposição de Dilma Rousseff seria inevitável, conforme reconhecem seus aliados para as imagens do documentário. Portanto, a defesa político-jurídica transcorre segundo uma elaboração narrativa em apoio ao legado da Presidente e de seu partido; assim, o filme de Maria Augusta Ramos mostra-se como partícipe dessa construção.

De acordo com Siegfried Kracauer (2001), entendemos que as imagens cinematográficas revelam as relações sociais inscritas na espessura do mundo físico. Conforme o autor, os filmes amplificam nossa capacidade de observar e compreender a realidade social. É nessa perspectiva que *O processo* se apresenta enquanto documento de uma época, revelando o decurso do golpe parlamentar como uma encenação midiática

⁴ Trata-se do 18º filme, entre curtas e longas-metragens, da diretora brasileira Maria Augusta Ramos. Além da direção, Maria Augusta assina o roteiro e a produção executiva do documentário. Ao longo de 2018, *O Processo* obteve indicações e prêmios nos seguintes festivais de cinema: Berlinale – Berlim (prêmio do público na Mostra Panorama); Visions du Réel – Suíça (grande prêmio de melhor filme); Festival IndieLisboa – Portugal (melhor filme da Mostra Silvestre); Documenta Madrid Festival – Espanha (melhor filme); Festival Internacional de Documentários de Buenos Aires – Argentina (melhor filme); Filmer Le Travail – França (melhor filme); Prêmio Sesc 2018 – Brasil (melhor documentário pela crítica e prêmio do público); Festival de Cinema de Havana – Cuba (prêmio especial do júri); Prêmio Ibero-Americano de Cinema Fênix – Cidade do México (indicação para melhor documentário) (*O PROCESSO*, 2019).

da política. O longa-metragem evidencia como nossa sociedade relaciona-se com a produção e a circulação de imagens num contexto tecnológico marcado pela instantaneidade da informação e da comunicação digital; dessa maneira, podemos entender como essas imagens estão implicadas num acontecimento político que marca a história contemporânea do país.

Em vista disso, realizamos a desconstrução da montagem fílmica, pontuando três particularidades: a deflagração do impeachment; a defesa político-jurídica; a disputa entre grupos conservadores e progressistas. Esses aspectos são atravessados por traço em comum: a correlação das diferentes imagens produzidas para televisão e redes sociais com as imagens do filme que, por sua vez, cria a visualidade da imagem dentro da imagem.

A deflagração do impeachment e o escândalo de corrupção

Em *O processo*, a encenação político-midiática do escândalo de corrupção é vista através das imagens da votação pela abertura do impeachment na Câmara de Deputados. O documentário justapõe imagens filmadas na área externa à Assembleia Nacional àquelas realizadas no plenário, e imagens da sessão parlamentar que foram apropriadas da *TV Câmara*.

Durante o discurso de um deputado a favor da abertura do processo para cassação presidencial, o enquadramento em primeiro plano destaca a presença de um smartphone que registra o momento, possivelmente para difundir imagens nas redes sociais do parlamentar (Figura 1)⁵. O deputado enfatiza que a deposição de Dilma Rousseff está a serviço do combate à corrupção no âmbito das acusações imputadas ao PT pela *Operação Lava Jato*⁶.

⁵ Nos últimos anos, os vídeos gravados para compartilhamento e as transmissões ao vivo realizadas por parlamentares youtubers, durante seus pronunciamentos no plenário da Câmara de Deputados, tornaram-se acentuado. A partir das eleições de 2018, a prática mostra-se corriqueira para aqueles que desejam estabelecer comunicação imediata com sua base eleitoral on-line. Na toada do procedimento adotado por Jair Bolsonaro durante e após o pleito presidencial, deputados do PSL (Partido Social Liberal) destacam-se pela recorrência do registro em vídeo de seus discursos, por vezes, constringendo o decurso das sessões parlamentares (FOLHA..., 2019).

⁶ Iniciada em março de 2014, ainda em atividade, a força tarefa batizada de Operação Lava Jato acumula quase 70 fases com investigações empreendidas pela Polícia Federal, averiguando possíveis casos de

Figure 1 – Cenas do filme *O processo*



Fonte: Adaptado do filme *O processo*. Tempo: 7'33''– 7'51''.

Ao primeiro plano do parlamentar enquadrado próximo à imagem luminosa do smartphone, a montagem do documentário sobrepõe outra imagem que foi produzida na área externa à Assembleia Nacional (Figura 2). Observamos o plano de conjunto da parcela dos manifestantes que se mostra efusiva em prol do impeachment. Nesse registro que causa efeito flagrante quanto ao momento de entusiasmo, notamos o brilho das telas de smartphones e do telão que retransmite ao vivo as imagens televisivas do plenário. Notadamente, as vestes, bandeiras e cartazes sugerem uma espécie de torcida pela seleção brasileira em dias de campeonato futebolístico. A presença do telão com imagens ao vivo e a vibração a cada novo voto pelo impeachment intensificam essa impressão.

corrupção, que envolvem partidos políticos, membros de governos e dirigentes empresariais. A partir de junho de 2019, o site jornalístico *The Intercept_ Brasil* passou a publicar conjuntamente a outros veículos de imprensa série de reportagens investigativas, denominada *Vaza Jato*; assim, revelando o expediente processual da operação quanto à indevida colaboração entre as instâncias julgadora e acusatória, nomeadamente o juiz federal do Paraná Sérgio Moro – atual ministro da Justiça do governo de Jair Bolsonaro – e membros do Ministério Público Federal do mesmo estado, especialmente, o procurador Deltan Dallagnol. Em suma, junto ao Ministério Público e à Polícia Federal o ex-juiz apontou testemunha que poderia incriminar Lula, atuou para alterar ordem de investigação e antecipou veredito, além de pautar a espetacularização midiática de buscas, apreensões e prisões coercitivas (THE INTERCEPT..., 2019).

Figure 2 – Cenas do filme *O processo*



Fonte: Adaptado do filme *O processo*. Tempo: 07'52''– 07'55''.

A partir disso, a montagem recorre às imagens internas do plenário da Câmara de Deputados; utiliza tanto aquelas produzidas pela equipe do documentário, quanto as imagens televisionadas pela *TV Câmara*⁷ (Figura 3). Avistamos a comoção dos deputados opositores que comemoram o voto pelo impeachment, flamulando bandeiras do Brasil e ostentando cartazes em repúdio a Dilma Rousseff e ao seu partido. Além disso, observamos as telas brilhantes dos smartphones que registram os acontecimentos, sugerindo o compartilhamento instantâneo dos fatos nas redes sociais.

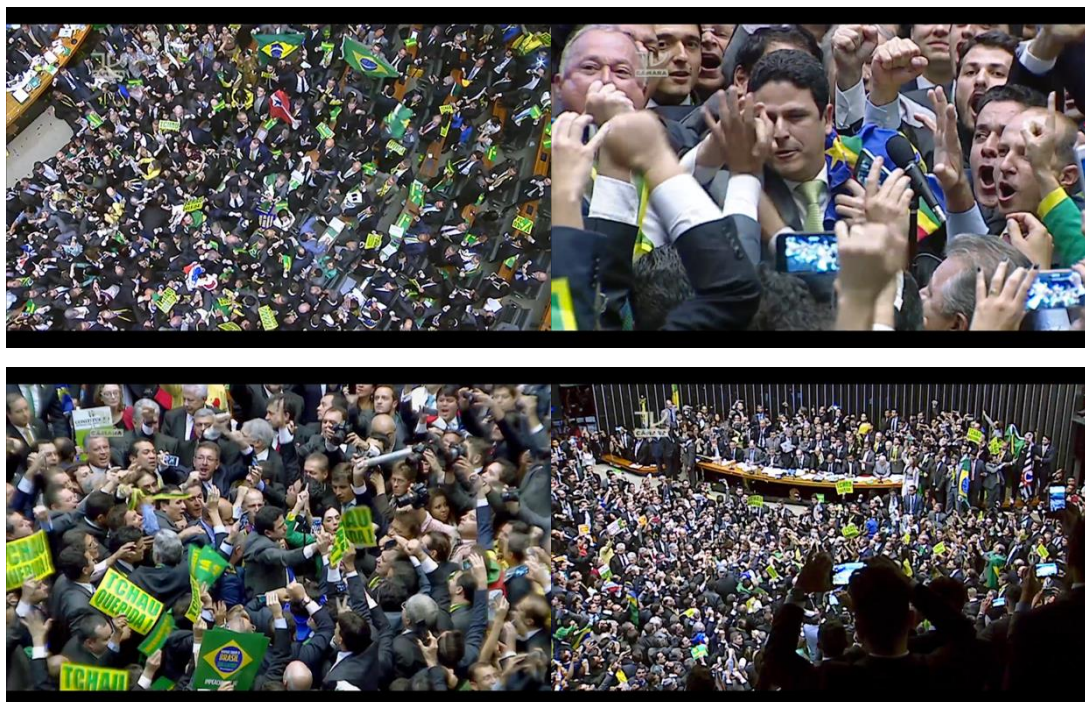
Embora vídeos realizados através das câmeras de smartphones possam ser gravados para posterior publicação, em *O processo* as imagens das telas desses aparatos sugerem a instantaneidade da transmissão de imagens, que foram produzidas pelos sujeitos presentes na votação para abertura do impeachment. Isso ocorre porque o documentário apresenta imagens que flagram os smartphones, recorrendo às imagens de arquivo que inicialmente foram transmitidas ao vivo pela *TV Câmara*.

Dessa maneira, o filme de Maria Augusta Ramos chama atenção para a imagem dentro da imagem através da múltipla temporalidade dos registros imagéticos; portanto, a elaboração das imagens pela montagem do filme aparece em contraponto à simultaneidade entre a produção e a difusão de imagens no transcurso do impeachment. O “anacronismo” (DIDI-HUBERMAN, 2015) das imagens “ao vivo” da *TV Câmara* revela a atualidade dessas imagens como crítica à encenação midiática da política. Assim,

⁷ Essas imagens são identificadas pelo logotipo da *TV Câmara*.

a sobredeterminação das imagens de *O processo* compõe novas imagens, criando um documento cinematográfico sobre o golpe parlamentar de 2016.

Figure 3 – Cenas do filmem *O processo*



Fonte: adaptado do filme *O processo*. Tempo: 7'56'' – 8'25''.

Em vista disso, o documentário mostra que o escândalo político-midiático – próprio às circunstâncias atuais da vivência política brasileira – se torna visível através de imagens que sugerem o “ao vivo” como a expressão da realidade dos fatos. Esse aspecto transforma os episódios políticos em encenações efetuadas para o contexto de instantaneidade das informações; assim, observamos o presente como a impressão de uma totalidade que projeta o imediatismo factual enquanto a veracidade sobre os acontecimentos.

Desse modo, *O processo* revela o “ao vivo” implicado no compartilhamento de imagens nas redes sociais como uma espetacularização da política, que impõe a veracidade dos fatos pela negação da imagem enquanto limiar entre presente e passado. É nesse sentido que a temporalidade da montagem do filme elabora um contrarritmo como “[...] ritmo de tempos heterogêneos sincopando o ritmo da história [...]”. É assim que se

encontram o agora e o outrora [...]. O aspecto propriamente dialético dessa visão se deve ao choque dos tempos na história” (DIDI-HUBERMAN, 2015, p. 129).

Com efeito, o longa-metragem sugere o rito pelo impeachment na Câmara de Deputados como um procedimento enredado na própria forma; isto é, como a encenação do presente que se mostra “ao vivo” de modo a pressupor a totalização do tempo na história. Portanto, o escândalo de corrupção denunciado pelo deputado federal em seu voto pela cassação da Presidente mostra-se como uma simulação da realidade (Figura 3) – vinculada à impressão de presente causada pelas imagens “ao vivo”.

A defesa político-jurídica e a encenação midiática

A partir da deflagração do processo de impeachment pela Câmara de Deputados, o documentário apresenta imagens dos bastidores da Comissão Especial de Impeachment (CEI) no Senado. O transcurso das sessões aparece como encenação para as câmeras, tanto da *TV Senado*, quanto de outros veículos jornalísticos credenciados para cobertura das reuniões. Destacam-se atuações para as câmeras de smartphones que servem à difusão de versões sobre os acontecimentos nas redes sociais.

O longa-metragem revela imagens dos instantes que antecedem a sessão dedicada às alegações dos advogados de acusação e defesa; observamos a presença de senadores, assessores e cinegrafistas. O filme sobressai à imagem de Janaina Paschoal, que foi uma das personagens centrais para abertura do processo de impeachment⁸. Avistamos a advogada de acusação alongando-se atrás de uma câmera de televisão.

⁸ Além de Paschoal, o advogado Miguel Reale Júnior e o procurador aposentado Hélio Bicudo assinam a peça processual.

Figure 4 – Cenas do filme *O processo*



Fonte: Adaptado do filme *O processo*. Tempo: 19'43'' – 20'07''.

O processo mostra os preparativos da advogada para encenação que, em poucos instantes, será realizada ao vivo diante das câmeras de televisão. As imagens produzidas para o filme de Maria Augusta Ramos intensificam a perspectiva de que os acontecimentos da reunião se caracterizam como uma encenação midiática – expressando a imagem dentro da imagem.

Após o flagrante de Janaína preparando-se para entrada em cena avistamos a performance da advogada frente ao plenário. A dramaticidade da voz embargada e as pausas na fala intensificam os propósitos da atuação. Para acentuar a artificialidade dramática da advogada frente às câmeras a montagem fílmica contrapõe as feições melodramáticas de Janaína Paschoal⁹ à expressão sorridente de Gleisi Hoffmann – naquela época senadora e presidente do PT até a atualidade.

⁹ Atualmente, Janaína Paschoal é professora universitária licenciada para o exercício do mandato como deputada estadual de São Paulo. Sua atuação frente ao impeachment favoreceu as condições de visibilidade pública para eleição ao cargo legislativo pelo Partido Social Liberal. Notadamente, a advogada apoiou o pleito de Jair Bolsonaro – agora sem partido – à presidência em candidatura do PSL. No transcurso da votação que designou a abertura do processo para cassação do mandato da Presidente, Jair Bolsonaro, então deputado federal, proferiu seu voto contra a governante em saudação ao torturador de Dilma Rousseff durante a Ditadura Militar.

Figure 5 – Cenas do filme *O processo*



Fonte: Adaptado do filme *O processo*. Tempo: 20'20'' – 23'47''.

No pronunciamento a advogada pede perdão a Dilma Rousseff, revelando que sua motivação particular para o pedido de impeachment teve em consideração o futuro do país e dos netos da Presidente. Através dessa oposição entre as imagens (figura 5), o documentário cria um efeito de ironia quanto à desfaçatez de Janaína Paschoal frente às câmeras. A montagem intensifica a perspectiva do filme que aponta para os argumentos acusatórios servirem à encenação midiática do escândalo de corrupção – nesse caso, vinculado ao argumento jurídico sobre a responsabilidade fiscal da governante petista.

As chamadas “pedaladas fiscais” de Dilma Rousseff serviram à justificativa para cassação de seu mandato, porém não caracterizavam procedimento inédito a exemplo de seus antecessores. Além disso, o efetivo descumprimento das leis orçamentária e de improbidade administrativa era questionado pela defesa político-jurídica da Presidente. Alçando as imagens daquela sessão da Comissão Especial de Impeachment ao tempo, *O processo* constrói seu ponto de vista como um documento para a história; assim, revelando a encenação político-midiática como traço da acusação jurídica de Dilma Rousseff e particularidade de uma época.

A disputa midiática entre grupos conservadores e progressistas

O processo mostra a mobilização de um grupo formado principalmente por mulheres, em apoio à Dilma Rousseff. A Presidente desce a rampa do Palácio do Planalto ao encontro das manifestantes que entoam “Dilma guerreira da pátria brasileira”. As participantes entregam rosas à estadista que se oferece aos abraços das apoiadoras. Nesta sequência, destacam-se tanto cinegrafistas e fotógrafos profissionais, que acompanham

Dilma em seu trajeto, quanto os smartphones empunhados pelas integrantes da homenagem. As mulheres direcionam suas câmeras à governante e uma delas consegue produzir uma *self* junto à petista.

Figure 6 – Cenas do filme *O processo*



Fonte: Adaptado do filme *O processo*. Tempo: 17'37'' – 18'55''.

A emoção que marca o encontro entre a Presidente e suas apoiadoras é intensificada pelo desejo de que o momento seja registrado e compartilhado – através das câmeras de smartphones e das redes sociais digitais. Há, portanto, a notoriedade das imagens impulsionadas pelas mulheres como produção imagética dos acontecimentos relacionados ao golpe parlamentar; a sugestão da presença dessas imagens no documentário acontece devido às telas luminosas dos aparatos móveis.

Dessa maneira, as imagens de redes sociais encontram-se simbolicamente presentes nas imagens do longa-metragem; assim, atuando a serviço da construção de uma narrativa progressista enquanto encenação midiática da resistência ao golpe parlamentar. De fato, criando contraponto ao conservadorismo que intentava se estabelecer no domínio do governo federal. Diante da exacerbação do presente em imagens de redes sociais, as imagens da montagem fílmica elaboram os acontecimentos políticos, criando um documento imagético-cinematográfico para a história.

Nesse sentido, o documentário mostra a coletiva de imprensa concedida pelo então deputado federal Eduardo Cunha que, enquanto presidente da Câmara, se colocou como um dos personagens centrais na articulação que deflagrou o processo de

impeachment¹⁰. Durante a entrevista, avistamos Eduardo Cunha através de imagens exibidas num televisor fixado à parede de uma das antessalas do Congresso Nacional. O deputado exime-se das acusações de corrupção que o afastaram da presidência da Câmara.

Figure 7 – Cenas do filme *O processo*



Fonte: Adaptado do filme *O processo*. Tempo: 30'50'' – 31'14''.

Enquanto vemos as imagens televisionadas de Eduardo Cunha também notamos a naturalidade com a qual assessores parlamentares, repórteres e funcionários de manutenção transitam pelos corredores do Congresso. As imagens transmitidas pela televisão aparecem dentro da imagem fílmica, sobressaindo os bastidores do Congresso Nacional; assim, observamos a encenação político-midiática interpretada pelo ex-presidente da Câmara dos Deputados. O contraponto produzido entre as imagens da televisão e a espontaneidade dos sujeitos que circulam pelo corredor da casa legislativa sugere a atuação de Eduardo Cunha frente às câmeras como falaciosa.

De maneira a enfatizar as disputas entre narrativas midiáticas progressistas e conservadoras, o filme apresenta outra sequência protagonizada pela advogada Janaína

¹⁰ Filiado ao então Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), Eduardo Cunha teve seu mandato como presidente da Câmara de Deputados cassado pelo plenário da casa legislativa logo após a deposição de Dilma Rousseff. Deputado desde 2003, com atuação destacada nas pautas conservadoras da bancada evangélica, teve suas prerrogativas parlamentares cassadas pelo Supremo Tribunal Federal. Foi preso preventivamente no âmbito da *Operação Lava Jato*, em 2016, posteriormente condenado a 14 anos e seis meses de prisão pelos crimes de corrupção passiva, lavagem de dinheiro e evasão de divisas – segunda instância, em 2017. Já no contexto de investigações relacionadas a desvios financeiros na Caixa Econômica Federal, Cunha foi condenado a 24 anos e 10 meses de prisão pelos crimes de corrupção ativa, lavagem de dinheiro e violação de sigilo funcional – primeira instância, em 2018 (FOLHA..., 2017; 2018).

Pachoal, desta vez, junto a Felipe Barros¹¹ – vereador da cidade de Londrina. Inicialmente, eles posam abraçados para uma fotografia realizada através do smartphone de Barros. Em seguida, o vereador pede à advogada para gravar vídeo direcionado aos paranaenses que o acompanham nas redes sociais.

Figure 8 – Cenas do filme *O processo*



Fonte: Adaptado do filme *O processo*. Tempo: 31'46''– 33'14''.

Janaína Paschoal realiza seu depoimento apontando para o impeachment como parte de um processo mais amplo de moralização da política. A advogada agradece as orações do público e, ao final da gravação, recebe um abraço do vereador que enfatiza o fato de seus conterrâneos estarem orando para o êxito de Janaína Paschoal. A imagem dentro da imagem aparece pela evocação que o documentário faz quanto às imagens que circulam nas redes sociais. Desse modo, o filme destaca uma perspectiva que confere suposta legitimidade ao impeachment enquanto fiador da moralidade política; o conservadorismo de âmbito religioso mostra-se como recurso simbólico desse intento.

Por outro lado, *O processo* revela imagens de uma reunião entre a Presidente e representantes estrangeiros mobilizados em seu apoio. A estadista relata o conflito de versões atribuídas ao seu estado emocional no transcurso do golpe parlamentar – especialmente o fato de não ter sucumbido à renúncia.

¹¹ Vinculado ao movimento de direita paranaense, elegeu-se vereador pelo Republicanos, em 2016. Atualmente é deputado federal pelo PSL.

Figure 9 – Cenas do filme *O processo*



Fonte: Adaptado do filme *O processo*. Tempo: 54'26'' – 55'32''.

Enquanto observamos Dilma Rousseff em primeiro plano avistamos um cinegrafista posicionado atrás da governante, registrando as imagens dos ouvintes. A câmera do documentário encontra-se imediatamente à frente do outro aparato cinematográfico; desse modo, a Presidente alterna olhares entre os interlocutores e a câmera de *O processo*.

No limiar entre as câmeras que se entrecruzam e o olhar de Dilma Rousseff, compreendemos a atuação imagética do filme de Maria Augusta Ramos. Em *O processo*, o “agora” implicado na atualidade das imagens que compõem a montagem fílmica – portanto o filme como documento imagético atuante na história – encontra com o “outro” de sua produção através da imagem do cinegrafista posicionado frente à câmera do documentário. Nesse instante, o longa-metragem sobressai o seu processo de realização, destacando o “anacronismo” (DIDI-HUBERMAN, 2015) da imagem dentro da imagem. *O processo* evidencia a disputa política através da encenação midiática, colocando a si mesmo como parte da narrativa sobre o golpe contra a democracia ocorrido em 2016.

Considerações finais

Em um novo ciclo de retrocessos democráticos – que reaviva a experiência traumática do passado autoritário brasileiro – *O processo* suscita a discussão sobre o protagonismo das imagens produzidas por diferentes mídias, oferecendo a perspectiva das imagens cinematográficas.

A temporalidade das imagens do documentário está inscrita na tensão entre o presente e o passado, segundo uma particularidade da montagem fílmica. Ao sobressair diferentes imagens midiáticas através de sua montagem *O processo* produz uma “visualidade anacrônica” (DIDI-HUBERMAN, 2015). Isto é, o filme enquanto documento imagético antagoniza com imagens marcadas pela instantaneidade do “ao vivo”, propriedade essa relacionada à televisão e às redes sociais.

Para isso, o documentário evoca através de suas imagens a produção e a difusão de diferentes imagens midiáticas relacionadas ao decurso do impeachment de Dilma Rousseff, destacando câmeras e telas de smartphone e de televisão. É dessa maneira que *O processo* opera na elaboração de imagens que, repetidas à exaustão no período do golpe, estariam fadadas ao esvaziamento de sentidos e ao esquecimento. O filme cria um jogo entre temporalidades, reavivando distintas imagens midiáticas e destacando os seus contextos de produção e circulação. Assim, o longa-metragem revela a encenação midiática da política como característica de um momento histórico e sua consequência no golpe parlamentar. Sobretudo, o documentário implica-se como partícipe na construção de um ponto de vista sobre os acontecimentos políticos.

Ao chamar atenção para imagem dentro da imagem o filme de Maria Augusta Ramos apresenta-se como documento de uma época (KRACAUER, 2001), oferecendo contraponto à efemeridade da incessante difusão de imagens midiáticas através da elaboração criativa das imagens do cinema. Em suma, o filme como agente de memória coloca-se a serviço da organização dos saberes frente aos desafios democráticos do futuro.

Referências

BADIOU, A. **Em busca do real perdido**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.

DIDI-HUBERMAN, G. **Quando as imagens tomam posição: o olho da história I**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2017.

_____. **Diante do tempo: história da arte e anacronismo das imagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2015.

FOLHA DE SÃO PAULO. Deputados ‘youtubers’ irritam colegas e escancaram desordem de base aliada. *Jornal Folha de São Paulo on-line*, 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/05/deputados-youtubers-irritam-colegas-e-escancaram-desordem-de-base-aliada.shtml>. Acesso em: 16 ago. 2019.

_____. Eduardo Cunha tem pena reduzida na segunda instância. Jornal Folha de São Paulo on-line, 2017. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/11/1936980-eduardo-cunha-tem-pena-reduzida-na-segunda-instancia.shtml>. Acesso em: 26 jan. 2020.

_____. Juiz federal condena Eduardo Cunha a 24 anos de prisão por desvios na Caixa. Jornal Folha de São Paulo on-line, 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/06/juiz-federal-condena-eduardo-cunha-a-24-anos-de-prisao-por-desvios-na-caixa.shtml>. Acesso em: 26 jan. 2020.

KRACAUER, S. **Teoría del cine**. Barcelona: Paidós Ibérica, 2001.

O PROCESSO. **Filmografia de Maria Augusta Ramos**. Disponível em: <https://www.maria-ramos.com/maria-augusta-ramos-2/>. Acesso em: 16 ago. 2019.

THE INTERCEPT BRASIL. **Como e por que o Intercept está publicando chats privados sobre a Lava Jato e Sergio Moro**. Disponível em: <https://theintercept.com/2019/06/09/editorial-chats-telegram-lava-jato-moro/>. Acesso em: 16 ago. 2019.

Filmografia

Democracia em vertigem (Petra Costa, 2019).

Excelentíssimos (Douglas Duarte, 2018).

Já vimos esse filme (Boca Migotto, 2018).

O Muro (Lula Buarque de Holanda, 2017).

O processo (Maria Augusta Ramos, 2018).

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Livre
Volume 14, Número 3, set./dez. de 2020
Submetido em: 08/04/2020
Aprovado em: 29/07/2020

Narrativa e animação: representações da maternidade na websérie *Conception*

Narrative and animation: representations of motherhood in the webseries Conception

Narrativa y animación: representaciones de la maternidade en la serie web Conception

Christina FERRAZ MUSSE¹
Isabella DE SOUSA GONÇALVES²

Resumo

Depois do New Journalism, houve uma nova aproximação entre jornalismo e narrativa, a partir de profissionais que procuraram se utilizar de técnicas literárias para a produção de suas reportagens. A influência de tal movimento pode ser vista, até hoje, em produtos que procuram se afastar do formato tradicional. Este é o caso da websérie *Conception*, produzida pelo New York Times, que traz a história sobre a maternidade de seis mulheres, por meio de animações curtas. Este artigo procura entender como a maternidade é representada na primeira temporada da websérie, por meio da análise de conteúdo de Bardin (2011). Evidenciou-se que são abordadas temáticas diversificadas, a partir dos testemunhos, com a perspectiva das próprias personagens, amplificadas pelo uso de recursos multimídia, resultando em uma narrativa híbrida, ou animação jornalística.

Palavras-chave: New York Times. Websérie. Jornalismo. Narrativa; Representação.

Abstract

After the New Journalism, there was a new approach between journalism and narrative, as journalists tried to use literary techniques for producing their articles. The influence of this movement can be seen until nowadays, noticed on stories different from the traditional format. This is the case of the webseries “*Conception*” produced by the *New York Times*, which brings stories related to motherhood of six different women, using short animations. This paper aims to understand how motherhood is represented on the first season of this webseries, through the content analysis by Bardin (2011). It was

¹ Professora titular do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Juiz de Fora. E-mail: cferrazmusse@gmail.com. ORCID: 0000-0002-1172-5993.

² Doutoranda em Ciências da Comunicação na Universidade da Beira Interior. E-mail: isgoncalvess@gmail.com. ORCID: 0000-0002-6492-9236.

evident that diverse themes are approached, based on the testimonies, with the perspective of the characters themselves, amplified by the use of multimedia resources, resulting in a hybrid narrative, or journalistic animation

Keywords: New York Times. Webserie. Journalism. Narrative. Representation.

Resumen

Después del Nuevo Periodismo, hubo un nuevo enfoque entre el periodismo y la narrativa, de los periodistas que intentaron utilizar técnicas literarias para la producción de sus artículos. La influencia de tal movimiento se puede ver hoy, en informes que buscan alejarse del formato tradicional. Este es el caso de la serie web “Conception”, producida por el New York Times, que trae la historia sobre la maternidad de seis mujeres, a través de animaciones cortas de 4 minutos. Este artículo busca comprender como se representa la maternidad en la primera temporada de la serie web, basada en el análisis de contenido, por Bardin (2011). Era evidente que se abordan diversos temas, basados en los testimonios, con la perspectiva de los propios personajes, amplificados por el uso de recursos multimedia, es decir, una narrativa híbrida, o periodismo animado.

Palabras clave: New York Times. Serie web. Periodismo. Narrativa. Representación.

Introdução

A websérie *Conception* foi veiculada, no YouTube, no início de 2018, tendo sido produzida a partir de histórias das seguintes mulheres: Marie, Laurin, Gabrielle, Yael, Cassandra, Catie e Jenn. Trata-se de mulheres reais, que podem ser confundidas com milhares de outras. Para a seleção de tais narrativas, o *New York Times* pediu a participação de seus leitores, tendo que escolher seis enredos, dentre 1300 respostas. Posteriormente, as histórias foram narradas pela voz de Triona O’Neill, que participa de todos os episódios. Ao assistir, o espectador não tem acesso aos nomes completos das personagens, tampouco consegue saber como se parecem, uma vez que as narrativas foram ilustradas. A narradora conta uma história em primeira pessoa, um relato autobiográfico, portanto, uma narrativa da memória, mas ambientada em um cenário que mais parece ficcional, porque é desenhado. Nesse sentido, a websérie se configura enquanto narrativa híbrida, que bebe de atributos literários, jornalísticos, documentais e do cinema de animação. Neste artigo, vamos denominá-la de animação jornalística.

De acordo com Munday (2018), para a criação da arte, o periódico contou com a participação de ex-alunos do londrino *Moth Studio* (Sam Ballardini, Hannah Jacobs,

Amelia Griller, Jordan Bruner e Joanna Neborsky). Por meio de tal artifício, cada uma das histórias ganhou uma identidade distinta, uma vez que cada um dos animadores utilizou o seu próprio estilo para o trabalho. Dessa forma, ao assistir a cada um dos episódios, o espectador tem acesso a uma nova história, que ganha a sua singularidade a partir das características da animação, além da própria originalidade do enredo.

Os traços nada realistas das animações provocam no espectador uma nova amplitude de fruição da narrativa. De certa forma, ganha corpo uma estética quase que lúdica para falar de temas tabus em relação à maternidade, como a tentativa de aborto ou de suicídio. O desenho protege a identidade da depoente, mas vai além. A percepção que temos é de que a animação é capaz de tornar mais universais aqueles sentimentos, ao mesmo tempo em que extrai deles a crueza do real, para incorporar ao relato ingredientes como a emoção e a subjetividade. Os traços delicados e a trilha sonora tornam-se molduras para cada história, e, ao invés de provocarem estranhamento, parecem criar mais empatia entre o espectador e a personagem. Cada animação é carregada do sentimento de humanidade, uma espécie de humanização daquelas grávidas que são vítimas da dor, da dúvida e da perda. Essas personagens, normalmente retratadas para despertar compaixão no interlocutor, parecem aqui adquirir novas habilidades, que habitam os relatos ficcionais. Na superfície do desenho, os corpos não estão mais presos aos referenciais de espaço ou tempo, pelo contrário, parecem flutuar e lutar contra o peso do calendário e da gravidade. Assim, através da animação, são amplificadas e multifacetadas as representações sobre a maternidade.

Cada história tem um caráter plural, embora as mães representadas possuam histórias, experiências e lugares de fala distintos e singulares. São experiências narrativas sensíveis e com capacidade de tocar os espectadores de forma mais intensa, do que parece ser possível com os formatos narrativos mais canônicos, em especial o jornalismo audiovisual, com as fórmulas que alternam narrações e depoimentos, numa repetitiva sequência de imagens. Em *Conception*, as edições enxutas, de pouco mais de quatro minutos, exibem histórias fáceis de ver e ouvir, em qualquer plataforma.

Este artigo visa a analisar quais as narrativas sobre a maternidade são representadas na primeira temporada dessa websérie. O estudo se justifica, já que a maternidade “carrega um peso forte enquanto identidade, em especial a imagem da ‘boa’

mãe” (WOODWARD, 2003, p. 21). Segundo a pesquisadora, existe uma dialética entre a figura da “boa” mãe e da mãe “ruim”. A primeira é, em diversas ocasiões, incorporada na imagem da “Virgem Maria”, sendo ela, portanto, altruísta, sacrificando-se em prol de seu filho e não sendo vista enquanto indivíduo sexual. Em oposição, a “mãe ruim” é egoísta, não possui cuidado com os filhos e procura o prazer pessoal.

De acordo com Woodward (2003), as mães ruins são representadas mais frequentemente na mídia. No jornalismo, as reportagens trazem histórias de mães que abandonaram seus filhos, devido a interesses pessoais. Em contrapartida, nos casos similares, pais são raramente submetidos a essa classificação de “pais ruins”. Existe, portanto, uma forte identidade de maternidade, que se sustenta nas atribuições dadas à figura materna, enquanto a paternidade não possui tais cobranças.

Os conceitos relacionados à definição do masculino e do feminino são simbólicos, formados a partir de um conjunto de perspectivas, intercaladas por uma ideologia patriarcal idealizada (MENÉNDEZ, 2008). Nesse sentido, a construção da identidade feminina perpassa pela representação cultural, que influencia na demarcação do campo de atuação desse “ser mulher”. Essa separação entre o masculino e o feminino delegou aos homens a identificação de elementos como poder e autoridade; enquanto as mulheres ficaram relacionadas à dimensão do trabalho doméstico e ao cuidado das pessoas (HIDALGO-MARÍ; SÁNCHEZ, 2020).

As representações sociais, assim, contribuem para reforçar tais estereótipos de gênero ou, ao contrário, para quebrá-los. Dessa forma, é fundamental analisar como os veículos de comunicação têm representado a maternidade, de forma a perceber se tal representação e, por consequência, a identidade, tem sofrido alteração ao longo do tempo. Assim, analisar os sistemas de representação importa, já que tais como os produtos midiáticos, eles influenciam na construção de identidades. Para entender o conceito de representação, utilizamos, como referência, Moscovici (1988) e Lippman (1922), autores fundamentais para a psicologia social, campo que se utiliza dos conceitos de representação e estereótipo como base para suas reflexões.

De acordo com Moscovici (1988), as representações sociais podem ser entendidas enquanto espaços de mediação e negociação. Tais processos, por sua vez, ocorrem tanto em nível individual, quanto coletivo, por meio do fenômeno da inovação e

da continuidade. As representações sociais são fundamentais, enquanto aspectos da sociedade, uma vez que são responsáveis por atuar no direcionamento de interações sociais, já que se comportam enquanto um mapa subjetivo. Dessa forma, atuam enquanto enquadramentos para o processo de construção de sentido. A representação, assim, pode ser entendida enquanto ponte entre o mundo e as coisas, dando sentido à realidade.

Para lidar com a realidade complexa, o ser humano procura criar modelos de simplificação que auxiliam na tomada de decisões. Lippman (1922) conceitua tais modelos enquanto pseudoambientes, que são, na realidade, uma coleção de estereótipos, estando eles relacionados a tudo, como a grupos de pessoas, ambientes, governo, instituições, ou seja, todos os aspectos da sociedade. Tais estereótipos ou pseudoambientes influenciam cada uma das decisões do indivíduo. “Para cada decisão política, alguma visão dos fatos é considerada conclusiva, alguma visão das circunstâncias é aceita como base da inferência e como estímulo aos sentimentos”. (LIPPMAN, 1922, p. 11)³. Nesse sentido, importa estudar tais representações sociais, uma vez que esses modelos influenciam, de forma determinante, cada uma das ações humanas. Dessa forma, as visões acerca das mulheres ou, mais especificamente, da maternidade, podem influenciar a criação de políticas públicas ou mesmo a perpetuação de comportamentos ou ações machistas.

Assim, o presente artigo procura investigar a primeira temporada da websérie *Conception*, adotando, para tanto, a análise de conteúdo proposta por Bardin (2011). Por meio dela, procura-se entender quais são os temas abordados, através das subcategorias: (a) Gravidez desejada; (b) Gravidez não desejada; (c) Impossibilidade da gravidez; (d) Depressão pós-parto; (e) Aborto considerado; (f) Aborto realizado; (g) Maternidade sozinha; (h) Maternidade como aprisionamento; (i) Dificuldades da maternidade; (j) Questionamento dos papéis de gênero. Ademais, a análise também procurou identificar os sentimentos associados à gravidez e à maternidade a partir dos relatos, tendo sido contemplados: (a) Felicidade e (b) Frustração/Tristeza. A análise pretende identificar

³ Trecho original: “For each of these decisions (political ones) some view of the facts is taken to be conclusive, some view of the circumstances is accepted as the basis of inference and as the stimulus off feeling. What view of the facts, and why that one?”

novas formas de representação do feminino, no relato jornalístico, capazes de romper comportamentos naturalizados, que aprisionam os relatos em leituras acríticas.

O jornalismo como narrativa

Durante a sua história, o jornalismo construiu, em relação a si próprio, uma narrativa sobre a sua relação com a verdade. Para tanto, adotou técnicas de produção responsáveis por firmar o seu aspecto científico e objetivo. De acordo com Schudson (2001), a interseção do jornalismo com a objetividade começa a se estabelecer nos Estados Unidos, ao final do século XIX, momento em que ocorreu uma maior comercialização das notícias. Nesse momento embrionário, entretanto, tal interseção com a objetividade ainda estava longe do modelo desenvolvido depois nas redações, mas serviu enquanto ponto de partida, tendo se estabelecido, de fato, somente a partir de 1922.

A busca pela objetividade, por parte da imprensa, passou a influenciar os mais diversos jornais, como o próprio *New York Times* (NYT), objeto deste estudo. Ao assumir o veículo, em 1896, por exemplo, Adolf Ochs afirmou que o jornal entregaria as notícias de forma imparcial, independentemente de qualquer partido ou interesse (NYT, 2015). O modelo norte-americano se baseava nas técnicas da redação que são observadas até hoje, sendo elas: *lead*⁴, pirâmide invertida⁵, manuais e *copydesk*⁶ (RIBEIRO, 2000). Tais procedimentos fazem com que o jornalismo adquira um caráter técnico, corroborando para o véu de realismo que ele procura vestir.

Entretanto, é interessante perceber que essas noções de verdade, transparência e objetividade, presentes até hoje, são consolidadas na forma de discurso. O jornalismo conversa com o racionalismo moderno, que se afasta e nega aspectos míticos e inverossímeis (SODRÉ, 2009). Portanto, baseia-se em uma “aposta na realidade externa ao texto e ao sujeito (...) [que] está inserida em uma tradição positivista e científica que dominou o século XIX” (PONTES; SILVA, 2010, p. 52).

⁴ O lead é o primeiro parágrafo da notícia, que deve responder às perguntas: “O quê?”; “Quem?”; “Quando?”; “Onde?”; “Como e Por quê?”.

⁵ A pirâmide invertida é uma técnica de redação jornalística que prevê que o mais importante deve ser apresentado primeiro ao leitor, o que nem sempre respeita a ordem cronológica do fato.

⁶ A função de copydesk é semelhante à de um revisor, que vai aprimorar o texto do repórter para publicação.

Segundo Tuchman (1993), quatro procedimentos podem ser identificados para configurar a objetividade jornalística, sendo eles: (a) a identificação dos “fatos” e a apresentação deles de forma objetiva, a partir de diferentes versões; (b) a apresentação de provas auxiliares; (c) o uso de citações, fazendo desaparecer a presença e a opinião do repórter, demonstrando apenas as colocações das fontes e simulando uma neutralidade; (d) a estruturação da informação, de forma a constituir uma sequência apropriada, a partir da configuração de pirâmide invertida.

Com os seus métodos para a produção da notícia, o jornalismo tem, em seu discurso, uma lógica pragmática e objetiva, demonstrada em sua ligação com a objetividade e com a sua função de informar. Entretanto, mesmo que tenha um critério informativo, é inegável que a notícia possa ser classificada como uma narrativa, embora, por muito tempo, o jornalismo tenha tentado negar essa relação. Nesse sentido, as notícias se utilizam dos princípios da objetividade para suportar a ideia de neutralidade, mas o discurso jornalístico possui procedimentos retóricos e imaginativos enquanto base e se configura, para tanto, na forma de narrativa (SODRÉ, 2009).

Para Motta (2005), o estabelecimento da narrativa ocorre por meio da organização de estados de transformação, ou seja, a partir de uma sequência de continuidade, na qual são integradas ações do passado, presente e futuro. Nesse sentido, o jornalismo, ao relatar o acontecimento, sequencia os fatos. Dessa forma, mesmo que narre elementos não ficcionais, ele organiza os fatos sob o formato de uma história e apresenta traços que identificam qual tipo de história está contando. (PONTES; SILVA, 2010, p. 59). Nessa perspectiva, apesar de seu caráter informativo, a notícia se configura em forma de narrativa, dividindo-se em momentos de descrição e narração, com um caráter híbrido. Assim como na ficção, a sua organização não é aleatória, por ser pensada e estruturada segundo objetivos. Dessa forma, ela é responsável por produzir efeitos na sociedade (MOTTA, 2005).

Segundo a teoria literária, descrita por Motta (2005), existe uma oposição no que tange à narrativa, sendo ela a existência de duas técnicas: (i) o *showing*, técnica de representação dramática que apresenta uma sequência de cenas, revelando as situações e deixando o espectador compor a história; (ii) e o *telling*, na qual há um narrador, responsável por conectar eventos, apresentar interpretações e contar a história. No caso

do jornalismo, há uma tendência para o *showing*, uma vez que existe uma ideia de distanciamento do jornalista, sendo que ele busca apenas apresentar os fatos e deixa a interpretação a cargo do leitor. Na contemporaneidade, no entanto, o jornalismo, a cada dia mais, tem se estruturado em torno da técnica do *telling*, que coloca em evidência a força do narrador como contador de histórias, como veremos neste artigo.

Na prática jornalística, até então, era comum o discurso informativo, que se apropriava dos eventos da sociedade para estabelecer relatos relacionados com a realidade (SODRÉ, 2009). Entretanto, mesmo procurando caracterizar tal veracidade, o jornalismo, em diversos momentos, já vivenciou interseções entre a objetividade e a subjetividade, fato exemplificado no *New Journalism*, movimento surgido nos Estados Unidos, em meados do século XX, que utilizou artifícios literários (SODRÉ, 2009), evidenciando a interseção entre jornalismo e narrativa, e do próprio jornalismo com a literatura.

Dessa forma, jornalistas da época, como Truman Capote, Hunter S. Thompson, Joan Didion, Terry Southern e Gay Talese escreviam as reportagens jornalísticas a partir de técnicas literárias, obedecendo, portanto, a características da literatura no formato narrativo. No entanto, vale lembrar que tal relação do jornalismo com a literatura se dá desde a sua fase inicial, uma vez que ainda nos tempos dos publicistas, na primeira metade do século XX, estes procuravam se inspirar no estilo de autores como Camões, Cervantes, Molière e Shakespeare (LAGE, 2006).

Outros autores também estabelecem essa conexão entre jornalismo e literatura. Olinto (2008), por exemplo, alega que o jornalismo é, na realidade, uma literatura sob pressão, por ser feito na imediatez. Em obras literárias reverenciadas pelo cânone, como *Os Sertões* (1902), de Euclides da Cunha, a representação da realidade pulsa forte, como em uma grande reportagem. Na antológica revista *Realidade*, publicada pela Editora Abril, na década de 1960, perfis e relatos de viagem, acompanhados de belos ensaios fotográficos, seduziam os leitores. Hoje, livros-reportagem de jornalistas como Daniela Arbex ou Eliane Brum⁷ têm sido muito vendidos.

⁷ Daniela Arbex e Eliane Brum são jornalistas brasileiras. A primeira ficou conhecida por seu livro reportagem *Holocausto Brasileiro*, e a segunda, pela obra *O Olho da Rua*.

Nesse sentido, mesmo diante do caráter cientificista do jornalismo, observado especialmente no século XX, por meio de uso de tais técnicas mencionadas, o jornalismo e a literatura encontram-se e mesclam-se constantemente. No século XXI, além disso, com a expansão de narrativas digitais, novos formatos podem ser adotados, havendo, assim, a experimentação de outros tipos de linguagem no exercício cotidiano jornalístico. Jornais impressos, por exemplo, têm utilizado o formato audiovisual para apresentar novos enquadramentos noticiosos, dentro de uma perspectiva de convergência midiática. Geralmente, os conteúdos são apresentados como pequenos documentários. Às vezes, os recursos gráficos podem facilitar a compreensão de tabelas “animadas”, que simplificam a apreensão de dados estatísticos, que, de outra forma, seriam mais dificilmente decodificados. A inovação narrativa que mais chama a atenção, embora ainda pouco comum, é a animação não realista. Pode-se citar, nessa perspectiva, a websérie *Conception*, que traz seis histórias reais sobre a maternidade, utilizando, para tanto, o desenho animado que, durante muito tempo, foi identificado como uma linguagem puramente ficcional, que ilustrava contos de fadas e histórias de super-heróis, destinados em especial para crianças e adolescentes, ou, mais recentemente, audiovisuais ficcionais com temáticas para adultos.

A animação, no caso do *New York Times*, permite uma dose extra de subjetividade, por meio da livre adaptação dos desenhistas. E, ao mesmo tempo, preserva a identidade das fontes, que se expõem em seus relatos por meio das narrativas pessoais. Essa estratégia de uso de desenhos pode ser vista, também, em matérias que são produzidas por meio dos quadrinhos, em *graphic novel* ou jornalismo em quadrinhos, que têm se popularizado, desde meados do século XX, como narrativa híbrida, capaz de relatar situações de guerra, ameaça, violência ou outros relatos típicos da investigação jornalística.

As produções audiovisuais do *New York Times*

O *New York Times* (NYT) foi fundado em 1851 por Henry Jarvis Raymond e George Jones e possui 169 anos de história, tendo, atualmente, mais de 3 milhões de assinantes, divididos entre as opções digitais e impressas. O veículo já conquistou 125

prêmios Pulitzer⁸, mais do que qualquer outra organização jornalística, fato que faz dela uma referência internacional (NYT, 2018). Ao longo de sua história, em função do seu posicionamento, da sua política editorial e das suas iniciativas tecnológicas pioneiras, o periódico se configurou como um modelo de jornalismo internacional, tanto para os Estados Unidos, quanto para outros países. Nessa perspectiva, estudar o *New York Times* é importante para entender o jornalismo, além das possibilidades de novas iniciativas de negócios com as disrupções tecnológicas. Por ser referência, muitas de suas iniciativas se antecipam em relação aos outros veículos, fato que ajuda a influenciar diversas organizações.

As inovações ocorrem, principalmente, no âmbito tecnológico, tendo a empresa investido, a cada dia mais, em assinaturas digitais. Segundo o atual presidente da empresa, Mark Thompson, a ambição do veículo é atingir 10 milhões de assinantes digitais, havendo um interesse também crescente em publicidade digital. O empresário entende que há a possibilidade de, no futuro, não haver mais a mídia impressa, embora ele acredite que esse formato ainda deve perdurar por mais dez anos, por haver um público fiel. De acordo com Thompson, atualmente, a mídia impressa ainda é a que apresenta maior lucro, mas ele acredita que existe grande mercado para o modelo digital (ELI, 2018).

É possível datar essa mudança de postura, em relação ao mercado digital, em diversos momentos, já que a entrada do NYT nas redes sociais aconteceu ainda em 2007. Entretanto, naquela época, a lógica de produção de conteúdo para a web estava atrelada à rotina de produção impressa. Segundo Saliba (2016), foi somente em 2013, que o editor-executivo do veículo, Dan Baquet, anunciou que o conteúdo digital seria deslocado do impresso, ou seja, ambos seriam independentes, de forma que o conteúdo on-line estivesse voltado para a experiência digital. Diante disso, já antecipando o futuro e se adaptando ao presente, o *New York Times* tem investido gradativamente em seu conteúdo direcionado para a web. Para tanto, tem lançado *podcasts* direcionados a públicos distintos, conteúdos audiovisuais inovadores, além de ter investido, cada vez mais, no aprimoramento do website e do próprio aplicativo de notícias.

⁸ Prêmio direcionado à excelência em produções jornalísticas.

Atualmente, a empresa possui mais de dois milhões de assinantes, sendo que, apenas nos seis primeiros meses de 2017, houve um aumento de 400 mil assinaturas. Este investimento no mercado digital, assim como o cuidado com os clientes tradicionais, os chamados migrantes digitais, tem permitido que o *New York Times* alcance, até mesmo, maior relevância internacional, já que 13% das assinaturas são de outros países. Além disso, tal investimento também tem possibilitado alcançar o público mais jovem, ou seja, os nativos digitais, por meio de iniciativas inovadoras, tais como as redes sociais e outras plataformas. Em 2016, por exemplo, o *New York Times* lançou o *The Daily*, um noticiário em áudio, que foi o *podcast* mais “baixado” na Apple, naquele ano. Ademais, o veículo também lidera a indústria de notícias em realidade virtual no formato de vídeo 360 graus. Desde dezembro de 2016, o *New York Times* produz um vídeo por dia neste formato, com jornalistas transmitindo notícias de 57 países (GONÇALVES, 2019).

No ramo audiovisual, a empresa concentra todo o seu conteúdo no link www.nytimes.com/video, na página *TimesVideo*, onde lança novos conteúdos diariamente. Dentre eles, é possível encontrar vídeo-reportagens curtas, em que o repórter está presente apenas em off, sendo que muitas delas contam com a presença de infográficos, o que torna o conteúdo mais atrativo para a web. As reportagens produzidas comportam assuntos variados, havendo conteúdo de política internacional e nacional, economia, negócios, cultura, tecnologia, gastronomia, saúde, ciência, negócios e opinião. Os vídeos produzidos possuem formatos diversificados, havendo aqueles mais tradicionais, sem muitas intervenções criativas, e outros que se utilizam de recursos inovadores. Normalmente, as reportagens que se ancoram no formato tradicional são aquelas ligadas a assuntos “quentes”, factuais, o que, provavelmente, faz com que seja necessário um menor tempo de produção.

Por outro lado, no site da empresa, é possível encontrar uma série de produções diferenciadas, como: as reportagens em 360°, que podem ser assistidas com os óculos de realidade virtual; o conteúdo da *T Magazine*, que comporta as temáticas de *design*, viagens, férias, moda e arte; as reportagens que permitem uma maior liberdade criativa, sendo elas, normalmente, de temáticas que despertam maior curiosidade e possuem uma maior durabilidade temporal de consumo, como cultura, tecnologia e ciência; e outros

conteúdos não tão fixos, como as webséries *Modern Love* e *Conception*, traduzidas em iniciativas pontuais.

Modern Love foi pioneira, produzida com animações, tendo 16 episódios, que foram lançados entre 2013 e 2015. Esta série foi inspirada na coluna de mesmo nome, publicada no jornal, há cerca de 15 anos, onde são veiculados relatos autobiográficos, histórias de amor, perda e redenção, com o uso de recursos literários, como narrador e aspas. Ao assistir a cada um dos episódios, um link, na descrição do vídeo, direciona para o conteúdo em formato impresso. Além da websérie, o *podcast* de mesmo nome também foi baseado nesta mesma coluna, sendo veiculado semanalmente. No caso, a série *Modern Love*, no formato *podcast*, se iniciou em 2016, e está ativa até hoje. Nesse sentido, o conteúdo em áudio foi provavelmente o substituto da websérie, embora não seja possível afirmar o porquê de as animações não terem sido mais gravadas. De qualquer forma, por possuir o formato de desenho animado, é possível afirmar que a ideia de *Conception* não é inédita, uma vez que *Modern Love*⁹ inaugurou tal iniciativa em 2013.

A websérie *Conception*

O objetivo deste artigo é o de analisar como a maternidade é representada na websérie *Conception* e, para tanto, foi utilizada como metodologia a análise de conteúdo, proposta por Bardin (2011), que possibilita a criação de categorias passíveis de organizar o objeto a ser descrito e interpretado. No caso deste artigo, a análise ocorre sobre o texto, concentrando-se nos significados, como um estudo temático, procurando entender quais assuntos foram abordados nas histórias.

O *corpus* foi formado pelos seis episódios da websérie, sendo eles: “(i) Porque eu adotei o bebê da minha irmã; (ii) Quando ter uma criança não te faz feliz; (iii) A promessa de uma mãe: você pode ser você mesma; (iv) Eles viram um pai, ela era uma

⁹ A websérie em animação foi adaptada da coluna *Modern Love*, que também foi adaptada para a série audiovisual da Amazon.

mãe; (v) O mundo era dela, e aí ela se tornou uma mãe; (vi) Sua mãe teve cinco filhos. Ela queria uma outra vida” (NYT, 2018, tradução livre)¹⁰.

A metodologia de Bardin (2011) orienta que, primeiramente, seja feita uma leitura flutuante do *corpus* para, posteriormente, criar categorizações de análise. O método se torna adequado para o trabalho, por se configurar em uma forma indutiva. Dessa maneira, por meio do objeto de análise, é possível entender as suas características e estabelecer relações com os fenômenos sociais. Optou-se pela metodologia, já que, a partir dela, podem-se identificar as principais temáticas trabalhadas, entendendo o objeto de maneira ampla e analítica.

Partindo, assim, de uma metodologia baseada na indução, depois que todos os episódios da websérie foram assistidos, foram criadas as seguintes categorizações e subcategorizações, com base no próprio *corpus* de análise: I. Temas abordados, com as subcategorias – (a) Gravidez não desejada, (b) Impossibilidade de gravidez, (c) Depressão pós-parto, (d) Aborto considerado, (e) Maternidade sozinha, (f) Dificuldade da maternidade, (g) Maternidade como aprisionamento, (h) Aborto realizado, (i) Questionamento dos papéis de gênero; II. Sentimento associado à gravidez pela personagem – (a) Felicidade; (b) Frustração/Tristeza; III. Sentimento associado à maternidade pela personagem – (a) Felicidade; (b) Frustração/Tristeza.

No primeiro episódio, “Porque eu adotei o bebê da minha irmã”, o enredo começa com a visão de Jenn que, aos 12 anos, ganhou uma irmã mais nova (Catie), estando ela sempre presente, adorando cuidar da bebê. Um dos maiores sonhos de Jenn era o de ser mãe, entretanto, por razões médicas, ela não pôde engravidar. O vídeo mostra um calendário animado, no qual os dias passam, de forma a ilustrar a passagem do tempo, em que tentou engravidar. Em contraponto, Catie, que acreditava não poder ter filhos, engravidou de forma indesejada, e se viu dividida em relação ao aborto. Posteriormente, ela acaba decidindo manter o bebê, sendo abordada a maternidade conjunta das duas irmãs. Os temas encontrados, portanto, foram: gravidez não desejada; impossibilidade de

¹⁰ (i) Why I adopted my sister’s baby; (ii) When having a Child Doesn’t Make you Happy; (iii) A Mother’s Promise: You can be yourself; (iv) They Saw Dad, She Was Mom; (v) The World Was Hers, Then She Became a Mom; (vi) Her Mom Had Five Kids. She Wanted Another Life. Websérie disponível em: <https://www.nytimes.com/video/conception>.

gravidez; e aborto considerado. O sentimento associado à gravidez por Catie foi a tristeza e a frustração. O sentimento associado à maternidade por ambas foi a felicidade.

No segundo episódio “Quando ter uma criança não te faz feliz”, a história narrada é a de Yael. Ela, quando criança, perdeu a mãe, que se suicidou, mas o pai mentiu, dizendo que ela tivera um ataque cardíaco. Aos 30 anos, Yael decidiu tentar a maternidade. Nos primeiros meses, ficou muito feliz, mas, depois, o bebê não crescia e não dormia, então, ela começou a se tornar angustiada e triste. Em depressão pós-parto, tentou se suicidar duas vezes, mas não conseguiu. Yael, então, procurou se cuidar, superando a depressão. Os temas encontrados foram: gravidez desejada, depressão pós-parto e dificuldade da maternidade. O sentimento associado à gravidez pela personagem foi a felicidade. Entretanto, o sentimento associado à maternidade foi a tristeza, naquele momento de vida.

O terceiro episódio “A promessa de uma mãe: você pode ser você mesma” traz a história de Laurin, cujo marido era um ativista, que estava em El Salvador. Um dia, os dois se encontraram no México, onde tiveram apenas um dia juntos, antes de ele voltar a El Salvador. Entretanto, ao retornar para casa, Laurin descobriu que o seu marido tinha morrido, mas que ela estava grávida, fato que a fez muito feliz. Assim, ela se fez a promessa de que deixaria aquele filho ser quem ele quisesse, permitindo que ele caminhasse na sua própria estrada. Daniel, seu filho, aos quatro anos, disse que desejava ser uma princesa para o *Halloween*. Laurin deixava o filho ser quem ele quisesse em casa, mas o controlava na rua, com medo de provocações e julgamentos. Ela se perguntava como seu marido reagiria a tal situação, mas, no final, chegou à conclusão de que pais não tinham o papel de decidir quem os seus filhos eram, mas de apoiá-los. Nesse episódio, os temas abordados foram: gravidez desejada; maternidade sozinha; e dificuldades da maternidade. O sentimento associado à gravidez foi a felicidade, assim como o relacionado à maternidade.

Gabrielle, no episódio 4, “Eles viram um pai, ela era uma mãe”, narra a luta de se assumir enquanto mulher transexual e mãe de seus filhos. No início do casamento e da maternidade/paternidade, enquanto ocupava o papel de pai, olhava para a sua mulher, no papel de mãe de seus filhos, desejando desempenhá-lo. Via-se, portanto, como uma mãe. Neste episódio, ela descreve como foi se assumir enquanto mulher e mãe, assim como o

processo de aceitação da família e da sociedade. Ao narrar todos os acontecimentos, ela diz: “Eu sou uma mãe em todos os sentidos da palavra, com exceção do físico”¹¹. Neste episódio, foram identificadas as temáticas: gravidez desejada e questionamento dos papéis de gênero. Os sentimentos associados à gravidez e à maternidade, entretanto, foram contraditórios, uma vez que Gabrielle, enquanto homem, se sentiu frustrada e triste, passando a se sentir feliz apenas posteriormente, quando conseguiu assumir a sua identidade.

O episódio 5 “O mundo era dela e aí ela se tornou mãe” narra a história de Marie, que descobriu a gravidez não desejada ao estar sozinha, em um banheiro do McDonald’s. A adolescente adorava sentir que tudo era possível, mas, ao se ver grávida, sabia que nada seria da mesma forma. Para ela, o aborto nunca foi uma opção, uma vez que, aos 17 anos, não tinha coragem de pedir autorização aos pais para realizar o procedimento. Ela nunca esteve conectada com a maternidade e, por isso, se sentia perdida e, ao mesmo tempo, culpada por tal sentimento. Ao longo da maternidade, se ressentiu de Maya, sua filha, por existir e, devido a isso, se arrepende pela mãe que foi. As temáticas abordadas foram: gravidez não desejada; maternidade sozinha; dificuldade da maternidade; e maternidade como aprisionamento. Os sentimentos associados à gravidez e à maternidade foram frustração e tristeza.

No último episódio, “Sua mãe teve cinco filhos. Ela queria outra vida”, Cassandra conta que, ao olhar para sua mãe, avó e bisavó, ainda jovem, via mulheres sobrecarregadas e que não eram livres. Por isso, tinha a intenção de ter uma outra vida. Ela queria frequentar a faculdade e morar em um apartamento em Nova Iorque. Casou-se com um homem que também não queria filhos, mas, aos 30 anos, mudou de opinião, tendo que se separar do marido. Ela ainda acreditava que a maternidade era uma obrigação de todas as mulheres, mas, com o tempo, acabou considerando a ideia. Por fim, encontrou um novo homem e engravidou, ficando feliz com o fato, e por conseguir dividir suas conquistas com o filho. Os temas abordados foram: gravidez desejada e maternidade como aprisionamento. O sentimento associado à gravidez e à maternidade foi a felicidade.

¹¹Tradução de: “I’m a mother in all senses of the word, excepts physical”. Disponível em: <https://youtu.be/NmZsw3ba0bM?list=PL4CGYNsoW2iAe-zrffRciF4R4uWIRLuYB>. Acesso em 4 de abril de 2020.

Na tabela em seguida, é possível visualizar o resumo dos resultados encontrados:

Quadro 1 – Resultados encontrados¹²

Categoria	Subcategoria	Porcentagem
Tema Abordado	Gravidez desejada	66%
	Gravidez não desejada	33%
	Impossibilidade da gravidez	16%
	Depressão pós-parto	16%
	Aborto considerado	16%
	Aborto realizado	0%
	Maternidade sozinha	33%
	Maternidade como aprisionamento	33%
	Dificuldades da maternidade	49%
	Questionamento dos papéis de gênero	16%
Sentimento associado à gravidez	Felicidade	66%
	Frustração/Tristeza	50%
Sentimento associado à maternidade	Felicidade	66%
	Frustração/Tristeza	50%

Fonte: Elaborado pelas autoras.

A partir da análise, foi possível constatar que a série não procura trazer um juízo de valor. Portanto, os episódios não classificam as mães enquanto “boas” ou “ruins”, como outras representações midiáticas procuram fazer. Talvez essa característica esteja relacionada ao fato de que as histórias são narradas pelas personagens, aspecto que as humaniza, já que suas questões psicológicas e existenciais são demonstradas, provocando uma aproximação com o espectador.

As temáticas apresentadas são diversificadas, o que traz maior pluralismo à série, uma vez que a maternidade não é sempre retratada enquanto “perfeita e cor de rosa”, sendo colocadas, também, as dificuldades de tal período de vida. Ao longo dos episódios, por exemplo, 50% deles sinalizaram a gravidez e a maternidade enquanto tristes/frustrantes. Ademais, 33% dos episódios abordaram a gravidez enquanto aprisionamento, demonstrando a vivência da gravidez em oposição à liberdade.

¹² O cálculo percentual foi feito considerando o número de ocorrências dividido pelo número total de episódios. Nesse sentido, se uma temática apareceu em três dos episódios, ou seja, metade deles, ela configurou a porcentagem de 50%.

Embora o aborto seja mencionado em alguns episódios, nenhum deles traz, de fato, a realização de tal procedimento. Mesmo que a série procure retratar a maternidade, tal história poderia ser interessante, diante do tabu existente contra essa prática. Dessa forma, tal tipo de narrativa poderia contribuir para a diminuição de estereótipos em relação ao aborto ou à ausência de desejo de maternidade, uma vez que ainda existe uma pressão social que associa mulheres a essa experiência. Provavelmente, o *New York Times* reconheceu a lacuna, uma vez que, na segunda temporada, uma das histórias narradas é a de uma mulher que escolheu não ser mãe.

Em todos os episódios, chama a atenção a delicadeza com que os temas sobre a maternidade são apresentados: as possibilidades de leitura que surgem com a adição da linguagem não-verbal, dos ruídos, trilha sonora, e, em especial, das imagens, que incorporam novas camadas de interpretação ao tema original. O presente artigo não procurou se debruçar sobre a estética adotada nos episódios, mas é importante chamar atenção para o fato de o *New York Times* ter optado pela contratação de animadores distintos para cada um dos episódios. Nesse sentido, o efeito foi o de entregar uma identidade única a cada uma das histórias, já que os traços e o estilo de animação se tornaram heterogêneos, não havendo, assim, uma estética única. O resultado foi o do reforço à dimensão da pluralidade.

A animação, aliás, contribui para o estabelecimento da liberdade narrativa para o desenvolvimento da websérie, permitindo, por um lado, o anonimato das mães representadas, e o respeito à privacidade, mas também universalizando os relatos, que podem representar diversas outras grávidas, já que o desenho não é uma cópia do real, e inclui a fantasia da imagem. Essa opção pela preservação da identidade das fontes, aliás, pode ser vista no fato de os nomes atribuídos a tais figuras maternas estarem desacompanhados de seus sobrenomes, além de outros dados presentes em narrativas jornalísticas, como origem e profissão dos entrevistados.

A partir de tais artifícios narrativos, o espectador poderá se sentir envolvido, quase um cúmplice, em uma nova relação que se estabelece entre ele e o narrador. Este, por sua vez não tem uma face conhecida, mas compartilha uma história que gera empatia e, certamente, engajamento, embora não se tenha tido acesso aos dados sobre a audiência.

Considerações Finais

Ao estudar a websérie *Conception*, procurou-se perceber quais as distintas representações da maternidade nos episódios veiculados, de forma a agregar conteúdo ao debate já existente, tanto na sociedade, quanto no meio acadêmico, em relação à temática. Ainda hoje, a maternidade possui uma identidade bem demarcada, com atribuições impostas a ela, que recaem não só sobre a figura da mãe, mas da própria mulher. A “mãe boa”, de acordo com as representações midiáticas, é aquela que é altruísta, abdica da própria vida em prol dos filhos, e não pode deixar a ambição atrapalhar a criação das crianças, sendo também vista enquanto ser não sexual. Todas essas representações fazem com que seja construída uma identidade da maternidade, sendo, dessa forma, necessário estudá-la, em especial diante das mudanças dos papéis de gênero.

Estudar representações permite interpretar quais estereótipos são formados a partir de narrativas midiáticas. Conforme foi apresentado no embasamento teórico do artigo, representações podem ser entendidas enquanto formas de ler a realidade social, estabelecendo um elo entre o mundo e as coisas. Da mesma forma que o social influencia a representação, a representação influencia a realidade social, de maneira cíclica. São, assim, elementos indissociáveis. Nesse sentido, estudar representações importa, uma vez que, por meio delas, é possível entender que tipo de construções da realidade está sendo feito.

A partir da websérie, foi possível perceber que foram abordados temas não tão unânimes, quando se trata de narrativas sobre a maternidade. Ao longo dos episódios, questões como o aborto, a maternidade como aprisionamento e o sentimento de frustração/tristeza, ao descrever a experiência materna, foram mencionados. Tal fato foi uma surpresa, uma vez que eram esperadas, primeiramente, histórias que ilustrassem a maternidade de forma idealizada, trazendo, para ela, sentimentos de felicidade. A hipótese de que tais tipos de narrativas seriam encontrados se ampara na literatura acadêmica já existente relacionada à representação da maternidade e às associações e estereótipos relacionados a cada um dos papéis de gênero.

Mesmo que o aborto e o questionamento sobre a maternidade tenham sido mencionados, ao fazer a análise, notou-se que faltaram histórias sobre a própria experiência do aborto e da não maternidade, uma vez que tais temas ainda são tabus em

muitos lugares. A mulher, ainda hoje, é vista enquanto mãe, havendo, nesse sentido, questionamentos sobre aquelas figuras femininas que abdicam de tal experiência por vontade própria. Provavelmente, a produção da série percebeu tal lacuna, já que, na temporada seguinte, há uma preocupação em retratar a temática.

Neste artigo, o que também nos parece fundamental é a percepção de que não há mais limites rígidos que separam as formas de narrar. A hibridização dos gêneros e formatos apontam para novas possibilidades, que ampliam o poder das narrativas em representar prazeres e dores. O jornalismo investigativo, com toda a necessidade de checagem dados, vai se misturar à história de vida, carregada de subjetividade e de lacunas, e tudo isso ainda pode vir embalado por música, sons, imagens idealizadas, não mais registros do real, mas representações carregadas de simbologia, imaginários culturais, que ressignificam o jornalismo e se apresentam como novas possibilidades de engajamento, nesta época de transição entre as diversas maneiras de informar. A animação jornalística traz ao debate novos formatos narrativos, que podem ampliar as possibilidades de contar histórias e mobilizar leitores e espectadores, nessa época em que a disputa pela atenção e fidelidade do público é cada vez mais, maior.

Referências

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

ELI, K. **Print journalism may last another 10 years**. 2018. Disponível em: <https://www.cnn.com/2018/02/12/print-journalism-may-last-another-10-years-new-york-times-ceo.html>. Acesso em: 23 jul. 2018.

GONÇALVES, I. S. **Tecnologias da memória: o NYT Archives e a recirculação do passado no Instagram**. 2019. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Juiz de Fora.

HIDALGO-MARI, T.; SÁNCHEZ, Y. P. P. Ser madre en la ficción televisiva: una comparativa entre series españolas y estadounidenses. **Area Abierta**, v. 20, n. 1, p. 123-138, 2020.

LAGE, N. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

LIPPMAN, W. **Public Opinion**. Nova York: Harcourt, Brace, 1922.

MENÉNDEZ, M. I. **Discursos de ficción y construcción de la identidad de género en televisión**. Palma de Mallorca: Universitat de les Illes Balears, 2008.

MOSCOVICI, S. Notes towards a description of social representations. **European journal of social psychology**, v. 18, n. 3, p. 211-250, 1988.

MOTTA, L. G. A análise pragmática da narrativa jornalística. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005, Rio de Janeiro. Anais eletrônicos... Rio de Janeiro: Intercom, 2005. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R2419-1.pdf>. Acesso em: 24 ago. 2018.

MUNDAY, R. **New York Times: Conception Series**. 2018. Disponível em: <https://www.shortoftheweek.com/news/new-york-times-conception-series/>. Acesso em: 24 ago. 2018.

NYT. **1896 - Without fear or favor**. 2015. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2015/09/12/insider/1896-without-fear-or-favor.html>. Acesso em: 12 set. 2018.

_____. **Conception**. 2018. Disponível em: <https://www.nytimes.com/video/conception>. Acesso em: 24 ago. 2018.

OLINTO, A. **Jornalismo e literatura**. Porto Alegre: JÁ Editores, 2008.

PONTES, F.; SILVA, G. Acontecimento jornalístico e história. In: M. BENETTI; V. P. da S. FONSECA (Org.). **Jornalismo e acontecimento: mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010, p. 43-63.

RIBEIRO, A. P. G. **Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 50**. 2000. Tese (Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro.

SALIBA, R. **A construção do jornalismo audiovisual na web: um olhar sobre o New York Times e o BuzzFeed**. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, RS. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/5443>. Acesso em: 29 ago. 2018.

SCHUDSON, M. The objectivity norm in American journalism. **Journalism**, v. 2, n. 2, p. 149-170, 2001. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/146488490100200201>. Acesso em: 12 de setembro de 2018.

SODRÉ, M. **A narração do fato**: Notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis: Vozes, 2009.

TUCHMAN, G. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In: _____. **Jornalismo: Questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

WOODWARD, K. Representations of Motherhood. In: _____. **Gender, Identity and Reproduction**. Londres: Palgrave Macmillan, 2003.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Livre
Volume 14, Número 3, set./dez. de 2020
Submetido em: 19/11/2019
Aprovado em: 22/07/2020

Realidade Virtual em 360° e Inovação: Potencialidades e ausências nos portais Correio 24 horas e NE10¹³

360° Virtual Reality and Innovation: Potentials and absences in News portals Correio 24 horas e NE10

Realidad virtual en 360° e innovación: Potencialidades y ausencias en los portales Correio 24 horas y NE10

Rostand de Albuquerque MELO¹⁴
Antônio Simões MENEZES¹⁵

Resumo

O artigo investiga o uso de narrativas de realidade virtual em 360° para conteúdos jornalísticos com foco no contexto nordestino¹⁶. O objetivo é identificar se há ou não experiências relevantes de jornalismo imersivo na mídia regional. Para tanto, discutimos conceitualmente a ideia de inovação no jornalismo e as características da realidade virtual e da estética das imagens em 360°. A coleta de dados foi realizada entre 2019 e 2020 com a aplicação de questionários *on-line* e mapeamento nos portais da região. Apresentamos os dados referentes aos casos específicos dos portais *Correio 24 horas* e *NE10*. O levantamento identificou a resistência do *Correio 24 horas* em experimentar a linguagem, enquanto no *NE10* a tentativa de aplicação de vídeos em 360° foi interrompida antes que fosse possível constituir um formato para a cobertura factual.

Palavras-chave: Jornalismo Imersivo. Narrativas em 360°. Realidade Virtual. Inovação. Mídia Regional.

¹³ O artigo foi produzido sob o âmbito do Projeto “Narrativas com tecnologias móveis em vídeos de 360 graus: Realidade Virtual Imersiva e inovação no jornalismo” (CNPq, Chamada Universal MCTI/CNPq No 01/2016).

¹⁴ Professor do curso de graduação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG) e Mestre em Comunicação pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: rostandmelo@gmail.com. ORCID: 0000-0002-9163-0221.

¹⁵ Professor do curso de graduação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG) e Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: simoesmenezes@gmail.com. ORCID: 0000-0002-0915-0449.

¹⁶ Versão ampliada de trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

Abstract

The article investigates the use of 360° virtual reality narratives for journalistic content focusing on the northeastern context. The objective is to identify whether or not there are relevant experiences of immersive journalism in the regional media. We discuss conceptually the idea of innovation in journalism and the characteristics of virtual reality and aesthetics of 360° images. Data was collected between 2019 and 2020 with the application of online questionnaires and mapping on portals in the region. We present the data for the specific cases of the *Correio 24 horas* and *NE10* portals. The survey identified *Correio 24 horas*'s resistance to experimenting with language, while in *NE10* the attempt to apply 360° videos was stopped before it was possible to establish a format for factual coverage.

Keywords: Immersive Journalism. 360° narratives. Virtual Reality. Innovation. Regional Media.

Resumen

El artículo investiga el uso de narrativas de realidad virtual 360° para contenidos periodísticos centrados en el contexto del Noreste brasileño. El objetivo es identificar si existen experiencias relevantes de periodismo inmersivo en los medios regionales. Para ello, discutimos conceptualmente la idea de innovación en el periodismo y las características de la realidad virtual y la estética de las imágenes en 360°. La recopilación de datos se llevó a cabo entre 2019 y 2020 con la aplicación de cuestionarios en línea y mapeo en portales de la región. Presentamos los datos referidos a los casos específicos de los portales *Correio 24 horas* y *NE10*. La investigación identificó la resistencia de *Correio 24h* a experimentar con el lenguaje, mientras que en *NE10* se detuvo el intento de aplicar videos de 360° antes de que fuera posible establecer un formato para la cobertura factual.

Palabras clave: Periodismo inmersivo. Narraciones 360°. Realidad virtual. Innovación. Medios regionales.

Introdução

A relação entre cultura e tecnologia é um dos pontos de aproximação entre as diversas correntes de pensamento que tratam do impacto das tecnologias de comunicação no mundo contemporâneo. Conceitos já amplamente difundidos, como a ideia de “Cibercultura” ou “Sociedade em Rede” comungam do pressuposto de que o surgimento de inovações tecnológicas gera novas práticas sociais e, dando continuidade ao ciclo, sociais demandam mais avanços tecnológicos. Mas há contextos em que determinadas linguagens tecnológicas enfrentam resistências ou obstáculos conjunturais para se difundirem amplamente em determinados campos. Partindo deste cenário, direcionamos o olhar para o uso de narrativas em 360° no jornalismo contemporâneo como objeto de

pesquisa. O objetivo do recorte apresentado neste artigo é tentar compreender por que, em um ambiente socioeconômico que demanda inovação constante das empresas como estratégia de se manter com distinção no mercado, a maioria dos portais de jornalismo do Nordeste ignora a produção de conteúdo em realidade virtual.

A primeira fase do levantamento foi realizada de abril a maio de 2019, partindo de uma delimitação que tomou como parâmetro os três estados mais populosos da região: Bahia, Pernambuco e Ceará¹⁷. Foram escolhidos dois portais de cada estado para a realização de uma varredura para localizar produções jornalísticas em 360° em cada portal, além da aplicação de questionários. Os contatos com as equipes de jornalismo foram retomados em abril de 2020, diante das dificuldades de contato com as empresas. A partir desse recorte, discutimos os dados referentes às respostas apresentadas pelo representante da equipe do portal *Correio 24 horas*, vinculado ao jornal *Correio da Bahia*, sediado em Salvador (BA) e a análise descritiva do caso do portal *NE10*, vinculado ao grupo *Jornal do Commercio*, de Recife (PE). Para compreender a questão aqui problematizada, discutimos a noção de “inovação” aplicada ao campo do jornalismo e as características da chamada “Realidade Virtual”.

Inovação nas narrativas jornalísticas

Apropriada pelo jornalismo, bem como por inúmeras outras áreas, a ideia de inovação é original do campo da Economia e está muito vinculada a uma percepção associada à tecnologia. Porém, conforme Franciscato (2017), a inovação tecnológica é apenas a dimensão mais visível dos processos inovativos. Na perspectiva do autor, a inovação tem um caráter multidimensional. Ele argumenta que, no jornalismo, há três dimensões de inovação: tecnológica, organizacional e social. Inovação tecnológica no jornalismo corresponderia a geração ou aplicação de tecnologia na melhoria de processos de produção ou no produto final.

¹⁷ De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), disponíveis em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados>. Acesso em: 22 maio 2019.

A dimensão organizacional dialoga diretamente com a inovação tecnológica. Afinal, um ambiente de trabalho que estimula a inovação pode ser o diferencial no momento de criar e desenvolver um produto inovador.

As inovações organizacionais são mudanças nas rotinas de trabalho, com implantação de novos modelos de gestão, novos ambientes e as formas como inovações tecnológicas podem induzir à criação de novos processos (FRANCISCATO, 2017, p. 33).

Já a inovação social seria, em síntese, conforme o autor, os processos de interação desenvolvidos para aumentar o diálogo entre organizações jornalísticas e demais agentes sociais e que resultam em desenvolvimentos e mudanças sociais.

Independente da dimensão da inovação, esta, conforme Flores (2017), se caracteriza pela busca constante do novo e o jornalismo sempre percorreu essa trajetória. De forma geral, assim como as demais organizações, as empresas de comunicação apostam na inovação como forma de desenvolver novos processos e produtos que resultem em uma maior eficácia operacional, em busca da conquista e consolidação de mercados. Ela, conforme Dodgson e Gann (2014), é fundamental para a organização continuar a atuar em um cenário marcado por constantes mudanças tecnológicas e mercadológicas.

A motivação para inovar em todas as organizações é estimulada pela consciência de que, se não conseguirem obter inovação, outras conseguirão: novos participantes que podem ameaçar a sua própria existência. É simples: se querem progredir – desenvolver e crescer, tornar-se mais lucrativas, eficientes e sustentáveis –, as organizações precisam implantar novas ideias com sucesso. Precisam ser continuamente inovadoras (DODGSON; GANN, 2014, p. 25).

No caso do jornalismo, vários agentes sociais se apropriaram de novas tecnologias e passaram a desenvolver modelos de negócio inovadores e que se sustentam ao longo do tempo. Um dos desafios da inovação, porém, é desconstruir uma série de estratégias de sucesso desenvolvidas e consolidadas ao longo de anos, talvez décadas, e apostar no novo (DODGSON; GANN, 2014). As empresas de comunicação não são uma exceção à regra. Redações de conglomerados midiáticos situados em metrópoles brasileiras, embora já atuem em uma perspectiva de integração física de suas redações de

rádio, TV, impresso e portais de internet, sentem dificuldade de desenvolver práticas que resultem em processos e produtos inovadores. Tentam fugir de uma organização ainda baseada em uma linha de produção em série, mas não conseguem ingressar de forma plena na era do jornalismo pós-industrial (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013). A noção de jornalismo pós-industrial prega que há uma mudança na base do jornalismo da prensa, do analógico para o digital e de fluxo de produção mais dinâmico, mas ao mesmo tempo com mudanças mais rápidas e dentro da lógica do trabalho líquido (BAUMAN, 2001). É preciso ressaltar que essas mudanças não são uniformes porque dependem da velocidade do processo de implementação. Neste sentido, consideramos que a lógica da produção em 360° nas organizações jornalísticas é uma das dimensões dessa transição.

O jornalismo pós-industrial seria, de algum modo, uma aproximação com o conceito de modernidade líquida (BAUMAN, 2001) onde a demanda por inovação é cada vez mais intensa nos mais diversos segmentos de atuação do jornalismo. Contudo, é importante destacar que, como explica Bentes (2015), um jornalismo baseado naquele modelo estruturado em uma base de produção fordista não deixará de existir. Pelo menos por enquanto, sua lógica produtiva ainda persiste, “mas perde a centralidade com a disseminação das redes sociais, plataformas, dispositivos de publicação e difusão de conteúdos” (BENTES, 2015: p.11). Apenas no decorrer dos próximos anos será possível assinalar se as novas lógicas de produção conseguem ser implementadas nos variados e específicos contextos das práticas jornalísticas de um país continental como o Brasil. Um conceito de inovação sintético e congruente ao campo do jornalismo é proposto por Dodgson e Gann (2014):

Inovação é o que acontece quando um novo pensamento é valorizado e introduzido com êxito nas organizações. É a arena onde a criação e a aplicação de novas ideias são organizadas e gerenciadas formalmente (DODGSON; GANN, 2014, p. 22).

Porém, é importante evitar cair no maniqueísmo de que a inovação é sempre benéfica. Conforme Braga (2018), em um contexto marcado pela defesa de que o conhecimento é vital nas economias capitalistas da atualidade, onde contraditoriamente há a permanência das desigualdades nas relações de trabalho e o agravamento da exploração, são gerados vários apagamentos constitutivos. Entre eles:

O apagamento de que a inovação é um conceito ligado ao positivismo da ciência e concebido no ventre do determinismo da transferência tecnológica, sem resultantes muito expressivas para a democratização do conhecimento e a emancipação da sociedade (BRAGA, 2018, p. 93).

Dodgson e Gann (2014) ressaltam que a outra dimensão da inovação é marcada pela destruição de algumas empresas, produtos e empregos. É algo que Joseph Schumpeter (1961, p. 108) chamou de “processo de destruição criadora”. Eles também lembram que Marx destacou que as mudanças no mercado de trabalho, impulsionadas pelo advento de novas tecnologias apropriadas pelo capitalismo, resultam na supressão dos trabalhadores. Trata-se de um aspecto a ser problematizado em um contexto no qual as redações são cada vez mais “enxutas” e os profissionais são avaliados pela sua adaptabilidade ao perfil ideal da profissão na contemporaneidade: jornalista multitarefa. Mas, se de fato o jornalismo precisa intensificar o investimento em inovação, é provável que as empresas e seus profissionais estejam em busca daquilo que Flores (2017) chama de jornalismo de inovação.

Interessante apontar a ligeira distinção que há entre as expressões “inovação no jornalismo” e “jornalismo de inovação”. O jornalismo de inovação sempre traz inovação no jornalismo, por exemplo: inserir na equipe de reportagem, *designers de game*, infografistas ou editores de áudio para a criação de produtos legitimamente convergentes. Por outro lado, nem toda inovação no jornalismo é considerada jornalismo de inovação, pois pode estar estritamente relacionada a um aspecto tecnológico ou administrativo sem consequência imediata e relevante para o campo prático jornalístico. O caso pode ser ilustrado com a mudança para o sinal de transmissão do analógico para o digital nos sistemas de televisão. Trata-se de uma inovação também para o jornalismo, com a melhoria da qualidade de imagem e de áudio, porém essa inovação não altera substancialmente os produtos jornalísticos a ponto de serem consideradas jornalismo de inovação (FLORES: 2017, p. 167).

Nesse sentido, para inovar não é preciso, necessariamente, apropriar-se de novas tecnologias. Uma forma diferente de contar uma história, recortar a realidade, como apresentar apenas notícias inspiradoras, por exemplo, pode ser considerada jornalismo de inovação. Apesar de usar equipamentos e processos semelhantes aos adotados pelo jornalismo industrial, o olhar diferenciado sobre a realidade pode gerar um produto inovador. Afinal, de acordo com Flores (2017), a base do jornalismo de inovação continua

a ser ancorada pelos princípios básicos da prática jornalística, como por exemplo, investigação, checagem de informações, cruzamento de fontes, edição e difusão.

No entanto, cada etapa desse processo pode passar por alterações relacionadas à inovação. Essas modificações se dão separada ou associadamente, focadas no processo e/ou no produto, caracterizando-se como jornalismo de inovação (FLORES, 2017, p. 168-169).

Com o cuidado de demarcar que o jornalismo de inovação não se trata de uma nova especialização jornalística, a autora (FLORES, 2017) enfatiza que é, na verdade, uma prática possível em qualquer dimensão da atividade jornalística. Embora lembre que a inovação vai além de usos e apropriações de tecnologias pelos jornais, Flores (2017) garante que a tecnologia é a principal aliada da inovação no jornalismo, assim como nas mais diversas áreas.

Nesse sentido, a apropriação da realidade virtual pelo jornalismo é uma das mais emblemáticas inovações apresentadas na produção, edição, circulação e consumo de narrativas baseadas em acontecimentos reais desde o advento das tecnologias digitais. Porém, a sua adoção, ao contrário do que ocorreu com a apropriação de outras tecnologias, como a informatização das redações, por exemplo, não ocorre de forma homogênea. No próximo tópico, sinteticamente, será abordada a forma como o jornalismo conseguiu adentrar esse universo e, no tópico seguinte, há a tentativa de compreender os motivos que inviabilizaram, até o momento, a inserção dos portais dos grupos de comunicação mais tradicionais do Nordeste no seletivo grupo de empresas jornalísticas que buscam inovar por meio da publicação constante de vídeos em 360°.

Desafios do uso da realidade virtual no jornalismo

O Sensorama¹⁸, inventado em 1956 por Morton Heilig, é provavelmente o principal exemplo dos primórdios da apropriação da realidade virtual como ferramenta para a construção de conteúdos imersivos. Porém, apenas com a chegada dos *hardwares* e *softwares* da chamada realidade virtual 2.0 (DOYLE; GELMAN; GILL, 2016), os quais

¹⁸ O dispositivo Sensorama, criado em 1956, foi uma máquina que permitiu o consumo de conteúdo com imagens 3D, som estéreo, movimento, aroma, vibração e vento, objetivando oferecer uma maior sensação de imersão por meio de uma experiência multisensorial. Sobre o Sensorama, ver Marques (2016).

são mais baratos e bem mais eficientes na construção e exibição de imagens ao usuário, o jornalismo marcou presença nesse universo. As empresas jornalísticas passaram a apostar nesse segmento graças ao espírito inovador da jornalista e pesquisadora estadunidense Nonny de la Peña. Ainda na primeira década deste século, ela já estudava o jornalismo imersivo, o qual define como sendo “a produção de notícias em uma forma na qual as pessoas podem obter experiências em primeira pessoa dos eventos ou situações descritas nas notícias”¹⁹ (DE LA PEÑA et al., 2010, p. 291, tradução nossa).

Seu documentário em realidade virtual *Hunger in L.A.*, produzido em 2012 e premiado no *Sundance Film Festival* (Festival de Cinema Sundance) daquele ano, reconstrói o episódio em que um homem diabético passa mal enquanto está na fila de um banco de alimentos nos Estados Unidos. A partir desse experimento, narrativas jornalísticas utilizando realidade virtual passaram a ser produzidas por empresas como *The New York Times* e *The Guardian*. Conforme Aronson-Rath et al. (2015),

a realidade virtual é uma experiência de mídia imersiva que replica um ambiente real ou imaginário e permite que os usuários interajam com esse mundo de maneiras que parecem estar lá²⁰ (ARONSON-RATH et al., 2015, tradução nossa).

Como De La Peña et al. (2010) argumentam, o jornalismo sempre buscou levar seu público para dentro da história que conta. Nesse sentido, nos anos 1960, por exemplo, jornalistas da imprensa americana, entre os quais destacaram-se Tom Wolfe, Gay Talese e Truman Capote, se apropriaram de técnicas literárias e passaram a produzir reportagens aprofundadas que, embora não tenham se tratado de um movimento (WOLFE, 2005), vieram a compor o que ficou conhecido como Novo Jornalismo. Nele havia o artifício da construção cena a cena, que se caracterizava pela elaboração do texto com minúcias de detalhes do acontecimento, de modo que a narrativa conseguisse transpor o leitor para o local em que os fatos ocorreram. Para isso, uma apuração extremamente precisa garantiria a máxima fidelidade possível do relato ao modo como o episódio ocorreu, embora as

¹⁹ “[...] the production of news in a form in which people can gain first-person experiences of the events or situation described in news stories”

²⁰ “Virtual reality (VR) is an immersive media experience that replicates either a real or imagined environment and allows users to interact with this world in ways that feel as if they are there”.

marcas da subjetividade do repórter não fossem apagadas do relato. Dessa forma, não é complicado perceber que, ainda no impresso, há a busca e a possibilidade de levar o público de um conteúdo jornalístico para se envolver de maneira tão profunda com uma história que o faça abdicar do “mundo real” enquanto consome esse produto.

o processo de imersão não depende das tecnologias digitais, mas do amplo envolvimento psicológico entre o leitor e obra. Esta perspectiva de pensamento é o que motiva diversos autores da literatura a pesquisar imersão, pois como Ryan nos mostra, a própria narrativa escrita já é uma Realidade Virtual, pois apresenta um mundo textual paralelo à realidade objetiva (COSTA; BRASIL, 2017, p. 154).

A busca por uma narrativa com maior poder de imersão da audiência, obviamente, perpassou todos os meios de comunicação, desde o cinema até a internet. Esta, conforme De La Peña et al. (2010), potencializa a possibilidade de juntar áudios, vídeos, textos, fotos para apresentar uma história, que passou a ser chamada pelos jornalistas de narrativas imersivas. A autora defende que elas integrem o que chama de jornalismo interativo, no qual há elementos basilares do que denomina de jornalismo imersivo. Em ambos os casos, a tecnologia, em tese, facilita a imersão do usuário no universo do episódio reconstruído pelo jornalismo e materializado em uma reportagem. Esta continua a demandar uma série de técnicas e estratégias para ser elaborada pelo jornalista. “As notícias imersivas seriam como qualquer outra: precisam ter estrutura, um recorte temporal onde repórter e espectador não se percam nos fatos e, principalmente, a principal informação deve ser facilmente encontrada e rapidamente apresentada” (COSTA; BRASIL, 2017, p. 145).

Impedir que o usuário acabe por se perder no decorrer da narrativa, que deve ter começo, meio e fim, é um dos desafios dos projetos que pretendem aumentar a possibilidade de imersão do usuário. Com a apropriação da realidade virtual pelo jornalismo, conforme De La Peña et al. (2010), é possível ir além de uma maior interatividade com o conteúdo, proporcionada pela possibilidade de acesso aos vários formatos de mídia em uma mesma narrativa, que caracteriza o que a autora chama de jornalismo interativo. Em um estágio mais avançado na busca de uma maior imersão do usuário, há a produção de narrativas jornalísticas em realidade virtual. [...] onde o

participante pode sentir que a sua localização real foi transformada na localização da notícia e, mais importante, que o corpo real do participante se transformou, tornando-se uma parte central da notícia em si²¹ (DE LA PEÑA *et al.*, 2010, p. 293, tradução nossa).

A audiência é convidada a enganar seus próprios sentidos e, em conexão com *hardwares*, *wearables* e *softwares*, ser transportada para o local em que ocorreu um acontecimento. Essa espécie de “teletransporte” permite ao usuário ter um nível mais sofisticado de imersão em uma narrativa, podendo em alguns casos encarnar um avatar e ser um personagem da história, a qual vivencia em um cenário criado por computador ou construído com filmagens em 360°. Nesse ambiente virtual, acessado principalmente por meio de óculos de realidade virtual, a pessoa também pode ser, segundo De La Peña *et al.* (2010), uma simples testemunha que observa o desenrolar da narrativa no local em que os fatos aconteceram. Assim, a presença do usuário em um cenário recriado e a sua possível interação com elementos que compõem a narrativa são fundamentais para o desenvolvimento de narrativas jornalísticas em realidade virtual.

Acreditamos que a Realidade Virtual marca um ponto de inflexão na história das mídias. O momento é muito mais do que simples dispositivos ou uma moda passageira, mas sim a gênese de uma nova plataforma de tecnologia que tem o poder de mudar a forma como nos comunicamos, nos conectamos e contamos histórias. Sabemos que a imersão já faz parte do cotidiano do jornalismo e que novas experiências surgem o tempo todo, mas é possível notar que a tendência de reportagens imersivas tem a intenção de estabelecer uma narrativa jornalística com maior participação do usuário, incentivando o seu interesse pela notícia, colocando-o no local dos acontecimentos e assim, como o jornalista, ser testemunha dos fatos (COSTA; BRASIL, 2017, p. 145).

Porém, é preciso ponderar que o uso incipiente dessa tecnologia no jornalismo também gera debates éticos. Longhi e Lenzi (2017) abordam essa questão. Em uma pesquisa *in loco*, realizada em visita à redação do jornal espanhol El País, em 19 de outubro de 2016, eles entrevistaram o repórter Daniel Verdú, que havia participado da produção da reportagem “Fukushima, vidas contaminadas”, publicada em 2016,

²¹ “[...] where the participant can feel that his or her actual location has been transformed to the location of the news story, and more importantly that the participant’s actual body has transformed, becoming a central part of the news story itself”.

inaugurando o canal do jornal que disponibiliza material em realidade virtual. O jornalista ressaltou que o maior perigo da realidade virtual é ser usada de forma que vire espetáculo.

Ângelo Praura (2018), em artigo escrito para o site americano *MediaShift* (especializado na interseção mídia e tecnologia), e publicado em março de 2018 no site americano *IJNet*, especializado em conteúdos voltados para jornalistas, ressalta que a realidade virtual pode ser aproveitada por grupos que produzem e distribuem informações falsa. A questão não se resume ao uso inadequado da realidade virtual para enganar o público. Ângelo Praura (2018) relata que, em 2017, James Pallot, co-fundador do Grupo *Emblematic*²², especializado na produção de conteúdos em realidade virtual, foi um dos produtores da reportagem *Greenland Melting*²³, que abordava as mudanças climáticas ocasionadas na Groenlândia. Na abertura da narrativa é destacada uma mistura inédita de formatos e técnicas para a produção do conteúdo, que contou com vídeo 360° dimensionado, modelos CG de alta fidelidade, visualizações de dados 3D multicamadas, fotogrametria de alta resolução, hologramas de dois pesquisadores da *National Aeronautics and Space Administration* (NASA). Conforme Praura (2018), um dos cientistas da NASA, Eric Rignot, foi convidado para narrar a história. No momento de gravar com o pesquisador surgiu a dúvida: ele deveria aparecer com roupas condizentes com o clima de Los Angeles, local em que o vídeo seria gravado ou deveria trajar uma roupa de frio semelhante à que vestiria se estivesse na Groenlândia? Os produtores pediram para que ele gravasse com um casaco leve.

Pode soar como uma pergunta trivial, mas vai ao cerne da questão. A VR tem um poder incrível para fazer com que você sinta que está realmente "presente" em um lugar diferente, e você deve ter cuidado para não explorar essa ilusão, deixar o espectador saber o que é real e o que não é, e como foi o processo para criar essa ilusão, acrescentou Pallot (PRAURA, 2018).

²² Empresa de mídia situada nos Estados Unidos, fundada em 2007 por Nonny de la Peña. Na apresentação publicada no site oficial da empresa garante ser um dos principais produtores mundiais de conteúdo em realidade virtual, aumentada e mista. Já realizou parcerias com grupos tradicionais de mídia para a produção de conteúdos imersivos, a exemplo do The New York Times, Google, Associated Press e Al Jazeera America. Dados disponíveis em: <https://emblematicgroup.com/about/> e <https://www.linkedin.com/company/emblematic-group>. Acesso em: 22 abr. 2019.

²³ Disponível em: <https://emblematicgroup.com/experiences/greenland-melting/>. Acesso em: 12 fev. 2019.

Contudo, se é difícil criar uma narrativa em realidade virtual que potencialize imersão e interação do usuário, sem que ele perca o fio condutor da história, imagine encontrar formas de explicar didaticamente e de forma atrativa “o que é real” ou não naquele conteúdo. De fato, assim como a ética precisa nortear o uso de *drones* pelo jornalismo (MENEZES et al., 2016) ou o uso de câmera escondida por emissoras de televisão, é necessário que, embora se reconheçam os desafios inerentes ao novo formato, as produções em realidade virtual sejam guiadas por princípios éticos. Esse é apenas um dos desafios dos jornalistas que pretendem trabalhar com realidade virtual.

Outra questão é a verdadeira necessidade de cobrir um episódio com o uso de realidade virtual. Uma pergunta simples deve ser a base de qualquer projeto nessa área: por que é melhor contar essa história em realidade virtual? Ou seja, em que o uso da tecnologia vai enriquecer, em termos de experiência para o usuário ou para a compreensão de um fato, a reconstrução de episódio? Ou será que basta explorar a curiosidade do usuário, que será convidado a adentrar em um “maravilhoso mundo novo”, e o sucesso do projeto está garantido?

Uma opção que também tem grande chance de levar o projeto ao fracasso é, mesmo que de forma inconsciente, usar a tecnologia apenas pelo simples fato de a concorrência também usar, “justificando” a sua adoção apenas para acompanhar uma tendência ou pelo receio de perder esse suposto diferencial competitivo. É bem verdade que os custos das produções com essa tecnologia, embora estejam ficando mais baixos, ainda impedem a banalização do uso desses dispositivos.

Muitas organizações de notícias usaram parcerias com empresas de tecnologia como o Google e Samsung para expandir suas ações em realidade virtual. Mas a monetização continua sendo um desafio central para as notícias em realidade virtual: ninguém ainda decifrou modelos baseados em assinatura ou anúncios para fazer o pagamento do investimento na tecnologia. Grandes desafios tecnológicos permanecem, particularmente em torno do custo do consumo com óculos de realidade virtual. Os custos de produção ainda são altos, embora os desenvolvimentos tecnológicos e câmeras mais baratas já baixaram os investimentos iniciais (WATSON, 2017, p. 6).

Porém, mesmo assim, é necessário pensar se o conteúdo já disponível por empresas que investem nesse segmento necessitava ser produzido usando a realidade

virtual. É preciso refletir até que ponto o usuário está disposto a ser inserido em um outro ambiente para acessar uma história que poderia ser contada de uma maneira convencional. Dessa forma, após sete anos de produções jornalísticas em realidade virtual, talvez seja possível para os jornalistas começarem a entender quais acontecimentos são mais adequados a ser trabalhado nesse formato ou se há e quais são os outros filtros mais eficazes na hora de selecionar episódios a serem abordados com a referida tecnologia.

Outra questão a ser problematizada é a viabilidade do uso cotidiano dessa tecnologia em coberturas factuais. Conforme Lima (2018), o projeto *The Daily 360*, desenvolvido pelo *The New York Times*, acaba subaproveitando o potencial da tecnologia ao cobrir os acontecimentos factuais, independente do tema a ser tratado, seja política, esportes ou ciência, por exemplo. Devido à necessidade de agilidade na produção do material, segundo a autora (2018), os vídeos abordam as temáticas de modo superficial e apresentam baixos níveis de imersão.

Após revisar a literatura e observar diversos aspectos de cada um dos 120 vídeos publicados nos primeiros quatro meses do projeto *The Daily 360*, percebemos que o principal desafio do projeto parece ser um obstáculo semelhante ao de todo conteúdo jornalístico que é produzido diariamente: profundidade e qualidade (LIMA, 2018, p. 57).

Conforme Longhi e Pereira (2016), fotos e vídeos em 360° potencializam a sensação de imersão do usuário, que, em ambiente digitais, é reforçada pela interatividade.

A imagem 360°, assim, se torna interessante para ambientes onde ações estão ocorrendo em todos os lados. A interatividade pode vir ainda na possibilidade do usuário transitar de uma cena para outra, bem como de acessar informações complementares (LONGHI; PEREIRA, 2016, p. 9).

Porém, conforme visto no estudo de Lima (2018), não é o simples uso da tecnologia que irá garantir imersão e interatividade adequadas ao usuário. Como explica Aronson-Rath et al. (2015), a gramática da realidade virtual ainda está no início de seu desenvolvimento: “a realidade virtual representa uma nova forma narrativa, para a qual

normas técnicas e estilísticas estão em sua infância”²⁴ (ARONSON-RATH et al., 2015). Em termos de apropriação pelo jornalismo, até se chegar à consolidação de uma linguagem adequada, várias experimentações serão realizadas, as quais irão sendo modificadas também de acordo com o avanço da tecnologia e *feedback* do público. Como em qualquer operação inovadora, há um grande risco ao se investir em realidade virtual no campo jornalístico. Contudo, paradoxalmente, a inovação pressupõe ousadia, embora até certo ponto calculada. Nesse sentido, segundo Longhi e Lenzi (2017), os jornais de referência devem continuar a aprofundar suas produções imersivas baseadas em realidade virtual, embora precisem encontrar formas de bancar essas produções.

É inegável a necessidade de inovação para jornais tradicionais fazerem frente aos novos concorrentes e conquistarem público em suas plataformas digitais. Em alguns casos, como o da incorporação da Realidade Virtual à narrativa jornalística, é preciso muito mais do que disposição e interesse em inovar, diante da exigência de investimentos consideráveis em tempo e dinheiro para produções desse porte (LONGHI; LENZI, 2017).

Se até para os grandes conglomerados a realidade virtual é uma tecnologia cara, imaginemos o contexto de empresas regionais de comunicação. Será a falta de verbas a principal razão para a quase total ausência de produções imersivas com uso de realidade virtual, mais especificamente com vídeos em 360°, em *sites* de notícias de referência das três mais populosas capitais do Nordeste? Quais os outros motivos que levam essas redações a apenas assistirem toda essa busca por inovação na construção de narrativas cada vez mais imersivas? Será por receio de transgredir preceitos éticos? Não quiseram aderir ao suposto ‘modismo’ dessas produções? Ou acreditam que é possível encontrar outras formas de inovação mais baratas e que também propiciem alto grau de imersão e interatividade junto ao seu público?

Apesar de as atuais tecnologias permitirem um tipo de imersão de uma forma muito mais “impactante”, por situar o leitor “dentro de uma cena” física e sensorialmente, salienta Salaverría, isso não significa que se está contando melhor uma história. Aqui reside o ponto da questão: o

²⁴ “Virtual reality represents a new narrative form, one for which technical and stylistic norms are in their infancy”.

uso da tecnologia, por si só, não garante a qualidade (LONGHI; LENZI, 2017).

Acreditamos que as questões levantadas são pertinentes, considerando que a tendência de ampliação da produção de conteúdos imersivos registrada no período de 2014 a 2016, conforme aponta levantamento feito por Silva (2017), ainda não se consolidou de forma ampla, mantendo a produção concentrada nos grandes centros globais e com consumo restrito a nichos específicos. Tal questionamento não considera a produção 360° como um “padrão”, mas busca respostas sobre os motivos que barraram o avanço desse formato, ‘vendido’ como algo extremamente promissor pelo mercado de tecnologia e por alguns conglomerados de mídias. Nesse sentido, propomos um mapeamento que aborde o contexto regional específico do Nordeste brasileiro e suas especificidades, sem desconsiderar aspectos mais amplos, buscando assim evitar uma espécie de etnocentrismo epistemológico que generalize observações apenas a partir de experiências exitosas de grupos de mídias estadunidenses e europeus.

Mapeamento e análise: Realidade Virtual em 360° nos portais do Nordeste

A coleta de dados sobre o uso de vídeos em 360° no jornalismo nordestino ocorreu em três etapas. Na primeira, estabelecemos um recorte de dois portais de notícias para cada estado analisado. O critério adotado baseou-se na opção de considerar portais de notícias vinculados a grandes grupos de mídia, alguns deles com redações integradas (diversos órgãos de imprensa de um mesmo grupo com produção jornalística funcionando no mesmo espaço). O recorte foi o seguinte: 1) Bahia: *Correio da Bahia* (portal *Correio 24 Horas*) e *A Tarde*; 2) Pernambuco²⁵: *Jornal do Commercio* (portal *NE10*) e *Diário de Pernambuco*; 3) Ceará: *O Povo* (*O Povo Online*) e *Diário do Nordeste*.

A segunda fase da pesquisa consistiu numa busca por termos relacionados a reportagens e conteúdos jornalísticos em 360° no Nordeste. A averiguação foi feita em plataformas de busca do *Google/Youtube*, bem como nos espaços de busca

²⁵ Uma primeira versão da pesquisa foi realizada incluindo o grupo *Folha de Pernambuco*, conforme primeira versão apresentada no 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Entretanto, optamos por substituir a *Folha de Pernambuco* no corpus de análise devido à identificação de produções 360° nas plataformas do grupo *Jornal do Commercio*. Optamos pela substituição, mantendo-se assim o quantitativo de dois portais por estado.

disponibilizados internamente em cada um dos portais selecionados. Esse momento de “leitura flutuante” foi fundamental para que pudéssemos diagnosticar a ausência de conteúdo próprio produzido no formato de vídeo ou fotografias em 360° na maioria dos portais analisados, exceto no *Jornal do Commercio* que desenvolveu produções em vídeo nesse formato no período de 2016 a 2017. Na terceira etapa, aplicamos um questionário *on-line* para coletar informações com os editores dos portais de notícias da região selecionados, citados anteriormente. Encaminhamos para as redações de cada veículo um e-mail com uma apresentação breve da pesquisa e a solicitação de preenchimento de um questionário *on-line* disponibilizado por meio da plataforma *Google Forms* (Formulários)²⁶. Também estabelecemos contatos diretos com integrantes das equipes para reforçar a solicitação e explicar os objetivos da pesquisa.

O questionário foi composto por cinco perguntas fechadas e três abertas. Inicialmente perguntamos se o veículo já havia produzido reportagens com vídeos ou fotos em 360°, qual tipo de conteúdo 360° usado (foto, vídeo ou outros), quantas reportagens foram produzidas e quais os temas. Em seguida, perguntamos se a empresa jornalística já realizou algum estudo para avaliar a viabilidade de produzir reportagens 360° e, em pergunta aberta, solicitamos dados sobre os resultados desse estudo. Perguntamos ainda se a empresa possui equipamentos e profissionais para a captação de imagens em 360° e solicitamos sobre a opinião do profissional sobre o uso de reportagens em 360° com recurso jornalístico. Por fim, questionamos quais seriam as principais dificuldades para a realização de reportagens em 360° no contexto do mercado jornalístico nordestino.

Apesar dos e-mails terem sido enviados para mais de um endereço de cada veículo de comunicação e de, em alguns casos, os pesquisadores terem conseguido manter contato diretamente com os profissionais por outros meios (telefone e mensagens pelo aplicativo *WhatsApp*), apenas a equipe do *Correio da Bahia* respondeu. A partir de contribuições de colegas da área, voltamos, em abril de 2020, a contatar os sites em busca de respostas para os nossos questionamentos e também inserimos o portal *NE10*, integrante do grupo *Jornal do Commercio*, no mapeamento deste estudo. A inserção do

²⁶ Formulário disponível para preenchimento por meio do *link*: <https://forms.gle/XakSnPU31tyYouFh6>.

NE10 foi fundamentada na identificação de produções em 360° no portal, que descreveremos a seguir, apesar da empresa também não ter respondido ao questionário. A análise traça um paralelo entre as produções do *NE10* e as respostas da direção do *Correio 24 horas*.

Mapeamento: o caso do grupo Jornal do Commercio e o Portal NE10

Entre os estados nordestinos que integraram o recorte da pesquisa, Pernambuco foi o único que apresentou, conforme nosso mapeamento, a tentativa de uma experiência de produção jornalística com vídeos em 360° com as iniciativas do grupo *Jornal do Commercio*. No canal do grupo no *Youtube*, chamado *TV JC*, identificamos 23 vídeos em 360° produzidos entre os anos de 2016 e 2017. Todos os vídeos estão agrupados na *playlist* “Experiências em 360°”²⁷ no canal, alguns categorizados com o uso das *hashtags* *#VideoJC360* e *#VideoJC360°*. A maior parte dos vídeos apresenta em sua descrição a indicação de que o equipamento usado nas produções foi a câmera *Samsung Gear 360*.

As primeiras experiências estavam vinculadas ao blog *Mundo Bit*, integrante do portal *NE10*. O primeiro vídeo foi postado em 24 de agosto de 2016 com o título “Pokémon Go e Catamaran em 360 graus” (sic) mostrando um passeio de barco pelo Rio Capibaribe, em Recife (PE), promovido especialmente para usuários do *Pokémon Go*, jogo de realidade aumentada para *smartphones* que usa a câmera do celular para “caçar” personagens no ambiente urbano, usando geolocalização. O vídeo começa com um apresentador fazendo uma explicação inicial e segue com a câmera num ponto fixo do barco, com música e algumas legendas com indicações de locais. Mas as legendas ficam visíveis apenas se o usuário não movimentar a câmera, o que se transforma numa limitação para a principal atração da ferramenta, que é a navegação entre os diversos ângulos possibilitados pela câmera 360°.

Ao todo, foram produzidos sete vídeos em 2016, experimentando a linguagem em temas que vão desde eventos de tecnologia e exposições fotográficas até apresentações de espaços urbanos, como é o caso dos vídeos “Êxodos, de Sebastião

²⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLwT4D1bBe04rvpcmkJ3oO17y63Xb5-X6m>. Acesso em: 27 abr. 2020.

Salgado, em 360 graus” e “#VídeoJC360° - 35 Anos da Praça do Sebo”. O vídeo que mais chama atenção pelo caráter inusitado foi publicado em 28 de agosto de 2016, com o título “Torcedor baleado recebe alta depois de mais de três anos internado em hospital”. Com duração de apenas 21 segundos, apresenta a vítima no leito hospitalar, recebendo cuidados de um enfermeiro. Não há entrevista nem informações detalhadas, apenas uma legenda na tela com a identificação do personagem. É possível ouvir alguém, provavelmente da equipe do portal, fazendo recomendações ao paciente: “pode dar um legal aí, falar alguma coisa, se quiser”. Consideremos que este vídeo se configura enquanto uma experiência ainda malsucedida, sem uma visão clara de como o uso da câmera 360° pode acrescentar camadas de informação sobre o fato noticiado.

Já em 2017 foram publicados 17 vídeos em 360°. Os sete primeiros vídeos se concentraram em dois temas: carnaval de Pernambuco e os aniversários das cidades de Recife e Olinda, comemorados na mesma data, em 12 de março. Quatro vídeos com pontos turísticos das duas cidades foram publicados em 10 de março. Dois vídeos mais factuais foram publicados em seguida, sendo um sobre um evento de cultura pop publicado em abril e outro sobre a instalação de um hospital de campanha no município de Rio Formoso, atingido pelos efeitos de fortes chuvas. No período de 17 a 27 de junho foram postados seis vídeos mostrando pontos do centro histórico de Recife, a exemplo do Marco Zero, Parque das Esculturas Francisco Brennand e da Rua Bom Jesus. São vídeos com duração média de um minuto, sem vinheta, trilha sonora ou narração. Não há apresentador ou inserção de informações na tela. O último vídeo em 360° foi postado no canal *JC TV* em 29 de junho de 2017, com o título “#VídeoJC360 Assembleia Legislativa de Pernambuco”. Paradoxalmente, este foi o exemplo mais direto do uso da ferramenta para aplicação em uma reportagem factual, já que permitia a navegação no novo plenário da Assembleia, recém-inaugurado. O vídeo foi repercutido em reportagem publicada no portal no *Jornal do Commercio*. Não identificamos outras produções em 360° publicadas nas plataformas do JC em 2018 e 2019. Vale ressaltar que o grupo possui um projeto chamado *JC360*, mas que não se refere ao uso de imagens em 360°. O JC360 é responsável por produzir conteúdos patrocinados, no modelo *branded content* ou marketing de conteúdo – produções editoriais vinculadas a marcas e veiculadas nas plataformas do grupo. Encaminhamos questionários para os responsáveis pelas equipes

de “Estratégias Digitais” e do “JC Imagem”, mas não obtivemos respostas. Assim sendo, não tivemos acesso às informações sobre os motivos que fizeram a empresa descontinuar as experiências com câmeras 360°, bem como as avaliações internas dos resultados.

O caso do portal Correio 24 Horas

Entre as empresas de mídia procuradas para a coleta de dados, apenas a equipe do *Correio da Bahia* aceitou responder ao questionário. O “editor de inovação”²⁸, Juan Torres, informou que a empresa não produziu reportagens com o uso de vídeos e fotos em 360°, respondendo de modo negativo nas três primeiras questões. Apesar disso, a fonte confirmou que a empresa já realizou estudos para avaliar a viabilidade da aplicação de imagens em 360° em conteúdos jornalísticos. Ao descrever as conclusões do estudo, afirmou: “Já cogitamos fazer, mas o principal obstáculo à época foram os custos. Depois, quando ficou mais barato, a tecnologia já saiu um pouco do nosso radar e hoje não está mais entre nossas prioridades”. O editor também respondeu que a empresa não possui equipamentos específicos para captação de imagens em 360° e nem dispõe de profissionais com capacitação ou formação específica para a produção deste tipo de conteúdo.

Quando solicitado para emitir sua opinião sobre o uso de reportagens em 360° como recurso jornalístico, o representante do *Correio da Bahia* respondeu: “Quando era algo novo, chamou a atenção, mas, agora, com a tecnologia um pouco mais madura e conhecida, vejo que é difícil acertar o momento certo de aplicá-la ao jornalismo”. Aqui podemos considerar que o profissional de imprensa relaciona a popularização da tecnologia com uma perda de interesse à medida que conteúdos em 360° deixaram de ser “novidade”, o que consideramos paradoxal tendo em vista que as possibilidades informativas desse tipo de linguagem não foram plenamente experimentadas nem pelas empresas jornalísticas e, conseqüentemente, pelo público. Por fim, quando perguntamos a opinião sobre as principais dificuldades para a realização de reportagens 360° no

²⁸ Nomenclatura definida pela empresa jornalística analisada, conforme informado pela fonte no questionário *on-line* e de acordo com o expediente do veículo disponível em: <http://www2.correio24horas.com.br/institucional/>. Acesso em: 20 maio 2019.

contexto do mercado jornalístico do Nordeste, o editor de inovação do *Correio da Bahia* respondeu:

Primeiro o custo financeiro. Embora os equipamentos hoje estejam mais acessíveis, poucas redações na região têm condições de adquiri-los. Além disso, há uma barreira de entrada relativamente grande porque além dos equipamentos é necessário algum treinamento para fazer a captação das imagens da maneira adequada e, depois, de familiarização com softwares que façam a combinação dessas imagens. Além disso, até pela experiência de veículos estrangeiros, vejo que ainda não está muito claro se o engajamento dos leitores com esse tipo de conteúdo vale o custo de produzi-lo.

Esta resposta nos permite inferir que a resistência do veículo em investir na elaboração de narrativas jornalísticas em 360° está pautada na lógica da relação “custo-benefício”, considerando que o alto investimento exigido para a aquisição (ou locação) de equipamentos e de treinamento de profissionais para a produção deste tipo de conteúdo não possui as garantias de retorno esperado. Considerando este retorno não apenas no aspecto financeiro, mas também no envolvimento da audiência *on-line*.

Considerações finais

Ao relacionarmos a escassez de conteúdos de teor jornalístico com imagens de 360°, identificada por meio da varredura realizada, com as respostas obtidas com o (único) veículo de comunicação que preencheu o formulário *on-line*, é possível perceber que o formato não é tratado como prioritário pelos veículos de imprensa do Nordeste. O levantamento feito nos portais dos estados da Bahia, Pernambuco e Ceará mostrou um cenário similar ao identificado em pesquisa anterior, desenvolvida por Oliveira et al (2018) no âmbito do MobJor/UEPB²⁹, sobre o contexto do mercado jornalístico da Paraíba. Os autores também tinham investigado o uso de vídeos em 360° em portais de notícia e emissoras de TV do mercado paraibano, onde os resultados demonstram a ausência de produções no formato. "Todas as respostas foram negativas para as perguntas

²⁹ Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Mobilidade do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba. O MobJor está vinculado ao Projeto "Narrativas com tecnologias móveis em vídeos de 360 graus: Realidade Virtual Imersiva e inovação no jornalismo" (CNPq, Chamada Universal MCTI/CNPq nº 01/2016).

sobre a produção e veiculação de reportagens em 360° ou sobre a posse destes equipamentos por essas empresas" (OLIVEIRA et al., 2018, p. 13). Portanto, investigações anteriores sobre o tema e a presente pesquisa coincidem com o fato de as narrativas em 360° ainda não conseguirem obter centralidade e investimento significativo nas organizações jornalísticas regionais.

A exceção é a experiência realizada pelo *Jornal do Commercio* entre 2016 e 2017, com 23 vídeos produzidos no período. Entretanto, a experiência ocorreu de modo intermitente e sem ter conseguido constituir um padrão de formato para o uso das imagens em 360° no jornalismo local. A sensação de imersão nos locais mostrados não se configurou enquanto uma experiência de imersão nas notícias. Acreditamos que a iniciativa atingiu o objetivo de explorar as possibilidades da tecnologia, mas não se consolidou. As informações sobre as motivações que levaram a empresa a suspender a produção só poderiam ter sido obtidas por meio da coleta de dados diretamente com a equipe. Isso não foi possível neste momento, deixando uma lacuna na análise que pode ser explorada em investigações posteriores.

A linguagem que, em tese, poderia representar uma possibilidade de inovação no jornalismo é vista como algo caro, complexo e com pouca capacidade de atração do público consumidor de notícias. Vale ressaltar que a noção de ‘caro’ aqui deve ser relativizada, tendo em vista que existem equipamentos que permitem a captação de imagens em 360° com valores similares aos de um *smartphone*, como foi o caso do modelo adotado pelo *NEIO*³⁰. Tendo em vista que se trata de um investimento acessível para grandes grupos de mídia, a noção de “caro” deve ser relacionada com o retorno obtido com esse tipo de produção, ainda com resultados poucos expressivos.

A redução nos custos de aquisição de equipamentos para captação e edição de imagens em 360° não foi o suficiente para difundir a linguagem, que ainda está em construção e acaba sendo mais um impeditivo para a produção de conteúdos jornalísticos com uso da realidade virtual³¹.

³⁰ A câmera *Samsung Gear 360*, citada no canal *TV JC* no *Youtube* como o equipamento usado para a produção dos vídeos em 360°, chegou ao Brasil custando R\$ 1999,90.

³¹ **Fala do prof. Márcio Santos na seção em que este trabalho foi apresentado no 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, UFPA, Belém, 2019.**

Consideramos que a dificuldade em obtermos respostas na aplicação dos questionários *on-line* também se configura como um dado válido de pesquisa, tendo em vista que sinaliza para a possibilidade de uma resistência em relação ao tema ou até mesmo no desconforto em tratar de um formato de produção que ainda não é visto como prioritário e não está incorporado ao cotidiano das redações. O fato é que o desenvolvimento de aplicações em realidade virtual com finalidade informativa no campo jornalístico ainda está em fase incipiente no Nordeste, onde a maior parte dos grupos de mídia estão de algum modo vinculados a grupos nacionais e, desse modo, estando também atrelados aos seus formatos predominantes, outro fator limitador.

Mas não é só no pólo da emissão que há entraves para a produção de narrativas jornalísticas com o uso da realidade virtual. O consumo desse conteúdo é prejudicado pelos *hardwares* ainda bastantes invasivos, embora venham sendo renovados gradativamente. Em experimentos efetuados por pesquisadores do Mobjor/UEPB com o uso de óculos de realidade virtual utilizados para o consumo de reportagens, foram relatados pelos usuários da tecnologia sensações como tontura e mal-estar. Dessa forma, fica evidente a necessidade da construção de uma nova geração de equipamentos mais sofisticada que permita um consumo de informações mais agradável.

Por fim, consideramos que o surgimento de um novo formato de produção e veiculação de informações não deve ser, por si só, suficiente para justificar sua aplicação em detrimento do conteúdo. A aplicação das narrativas em 360° não deve ser um fim em si mesmo, sendo pertinente para determinadas pautas e outras não. Porém, também defendemos que as potencialidades dessa nova linguagem ainda estão sendo subaproveitadas, deixando-se de lado um espaço ainda inexplorado de inovação.

Tendo em vista a resistência ou impossibilidade dos conglomerados de mídia da região em testar, de modo contínuo e consistente, as possibilidades das imagens em 360° para o jornalismo, consideramos que o ambiente de formação universitária pode (e deve) tomar para si a função e se configurar enquanto ambiente propício para a experimentação e a conseqüente construção de novas estratégias narrativas, criando formatos e estilos eficientes no sentido de se apropriar das tecnologias com a finalidade de difundir informação. Inovação que pode ser adotada como possibilidade de atração de novos públicos diante da crise dos modelos de negócio tradicionais no jornalismo.

Referências

- ANDERSON, C. W.; BELL, E.; SHIRKY, C. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, v. 5, n. 3, p. 30-89, 2013.
- ARONSON-RATH, R. et al. **Virtual reality journalism**. Columbia: Tow Center for Digital Journalism: Columbia Journalism School, 2015.
- BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- BENTES, I. **Mídia-multidão: estéticas da comunicação e biopolíticas**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2015.
- BRAGA, W. D. A força produtiva da tecnociência como incremento da racionalidade instrumental do trabalho: políticas TIC e perspectiva de apropriação crítica de P&D. **Revista Eptic**, v. 20, n. 3, p. 89-111, 2018.
- COSTA, L; BRASIL, A. Realidade virtual: inovação técnica e narrativa no jornalismo imersivo. **Contemporânea – Revista de Comunicação e Cultura**. v. 15, n. 01, p. 141-161, 2017.
- DE LA PEÑA, N. et al. Immersive Journalism: Immersive Virtual Reality for the First-Person Experience of News. **Presence: Teleoperators and virtual environments**, v. 19, n. 4, p. 291-301, 2010.
- DODGSON, M; GANN, D. **Inovação**. Porto Alegre: L&PM, 2014.
- DOYLE, P; GELMAN, M; GILL, S. **Viewing the future? Virtual Reality in journalism**. Miami: Knight Foundation, 2016.
- FLORES, A. M. M. Jornalismo de Inovação: um conceito múltiplo. **Brazilian Journalism Research**, v. 14, n. 2, p. 164-187, 2017.
- FRANCISCATO, C. E. A inovação metodológica como problema na pesquisa em jornalismo digital. **Contemporânea – Revista de Comunicação e Cultura**, v. 15, n. 1, p. 25-46, 2017.
- LIMA, P. R. P. **Jornalismo e realidade virtual: análise da série The Daily 360 do The New York Times**. 2018. 106 f. Dissertação (Mestrado em Novos Media e Práticas Web) – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2018.
- LONGHI, R. R.; LENZI, A. Práticas ciberjornalísticas em Realidade Virtual: inovação e impacto nos processos de produção. **Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**. Porto Alegre, v. 24, n. 3, 2017
- LONGHI, R. R; PEREIRA, S. C. Do panorama à Realidade Virtual: como o ciberjornalismo está criando narrativas imersivas. In: CONGRESO LATINOAMERICANO DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN, 13., 2016, Ciudad de México. **Memorias...** Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana, 2016, p. 165-172. Disponível em: <http://alaic2016.cua.uam.mx/documentos/memorias/GT16.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2019.
- MARQUES, João P.; **Realidade Virtual e Jornalismo Imersivo: anotação dinâmica de peças noticiosas em vídeo 360°**. Universidade do Porto - Portugal, 2016.

MENEZES, A. S. et al. Drones no jornalismo: implicações éticas e de mobilidade. **Âncora – Revista Latino-americana de Jornalismo**, v. 3, p. 125-140, 2016.

OLIVEIRA, A. et al. Narrativas jornalísticas em 360 graus na Paraíba. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 20., 2018, Juazeiro. **Anais**. Juazeiro, 2018. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2018/resumos/R62-0827-1.pdf>. Acesso em: 4 fev. 2019.

PRAURA, A. Os desafios éticos do uso jornalístico da realidade virtual. **IJNET – Rede de Jornalistas Internacionais**. 2018. Disponível em: <https://ijnet.org/pt-br/story/os-desafios-%C3%A9ticos-do-uso-jornal%C3%ADstico-da-realidade-virtual>. Acesso em: 10 fev. 2019.

SCHUMPETER, J. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1961.

SILVA, F. F. Realidade Virtual no Jornalismo: Tensionamento Conceitual e Curva de Oscilação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., 2017, Curitiba. **Anais...** Curitiba, 2017 Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2131-1.pdf>. Acesso em: 7 out. 2019.

WATSON, Z. **VR for news: the new reality?** [S.l.]: Reuters Institute for the Study of Journalism: University of Oxford, 2017.

WOLFE, T. **Radical chique e o novo jornalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Livre
Volume 14, Número 3, set./dez. de 2020
Submetido em: 27/03/2020
Aprovado em: 14/07/2020

Aportes da micro-história italiana para a análise da reportagem *A guerra do começo do mundo*, de Eliane Brum

*Contributions from Italian microhistory to the analysis of the report *A guerra do começo do mundo*, by Eliane Brum*

*Contribuciones de la microhistoria italiana para el análisis del reportaje *La guerra del comienzo del mundo*, por Eliane Brum*

Francisco Aquinei Timóteo QUEIRÓS¹

Resumo

O presente estudo tem o objetivo de compreender como são representados os sujeitos comuns na reportagem *A guerra do começo do mundo*, de Eliane Brum. Nesse sentido, o artigo problematiza as personagens subalternas a partir das bases teóricas da micro-história italiana. Recorre-se, aos estudos de Carlo Ginzburg (1989), Carlos Antonio Aguirre Rojas (2012) e Henrique Espada Lima (2006). A partir da leitura de Carlo Ginzburg e dos comentadores, foi possível delinear quatro categorias de análise: 1) redução da escala de observação; 2) descrição etnográfica; 3) paradigma indiciário e 4) narrativa. Para a finalidade do presente estudo, a investigação identifica de que modo o paradigma indiciário é aplicado à prática jornalística de Eliane Brum, tendo-se em vista o entendimento sobre os sujeitos ordinários.

Palavras-chave: Micro-história italiana; Eliane Brum; Jornalismo; Sujeito subalterno; Paradigma indiciário.

Abstract

The present study aims to understand how common subjects are represented in the article *A guerra do começo do mundo*, by Eliane Brum. In this sense, the article problematizes the subaltern characters from the theoretical bases of Italian micro-history, therefore are used the studies of Carlo Ginzburg (1989), Carlos Antonio Aguirre Rojas (2012) and Henrique Espada Lima (2006). From the reading of Carlo Ginzburg and the commentators, it was possible to identify four categories of analysis: 1) reduction of the observation scale; 2) ethnographic description; 3) indiciary paradigm and 4) narrative.

¹ Doutor em Ciências da Comunicação (Unisinos). Mestre em Letras: Linguagem e Identidade (Ufac). Professor Adjunto do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Acre (Ufac). Líder do grupo de pesquisa Narrativa, Literatura e Jornalismo (NALIJOR) Editor da Revista Tropos: Comunicação, Sociedade e Cultura (ISSN 2358-212X). E-mail: aquinei@gmail.com. ORCID: 0000-0001-5085-7668.

For the purpose of this study, this investigation wants to understand the indiciary paradigm applied to Eliane Brum's journalistic practice, with a view to understanding the ordinary subjects.

Keywords: Italian microhistory; Eliane Brum; Journalism; Subaltern subject; Indiciary paradigm.

Resumen

El objetivo de este estudio es comprender cómo están representados los sujetos comunes en el reportaje *La guerra del comienzo del mundo*, de Eliane Brum. En este sentido, el artículo problematiza los caracteres subalternos de las bases teóricas de la microhistoria italiana. Se utilizan los estudios de Carlo Ginzburg (1989), Carlos Antonio Aguirre Rojas (2012) y Henrique Espada Lima (2006). De la lectura de Carlo Ginzburg y los comentaristas, fue posible delinear cuatro categorías de análisis: 1) reducción de la escala de observación; 2) descripción etnográfica; 3) paradigma indicativo y 4) narrativa. Con el propósito del presente estudio, la investigación identifica cómo se aplica el paradigma indicativo a la práctica periodística de Eliane Brum, con el fin de comprender los sujetos ordinarios.

Palabras clave: microhistoria italiana; Eliane Brum; Periodismo; Sujeto subalterno; Paradigma indicativo.

Introdução

O movimento traçado pela presente investigação direciona-se para compreender de que forma se estabelece uma aproximação entre o paradigma indiciário e a atividade jornalística de Eliane Brum. Desse modo, os esforços heurísticos apontam para a análise da reportagem *A guerra do começo do mundo*, publicada por Eliane Brum (2008) na coletânea *O olho da rua*. O objetivo é compreender como o contexto da reportagem é problematizado e como os sujeitos observados à margem das narrativas jornalísticas tradicionais configuram óticas caracterizadas pela emergência de uma epistemologia ao revés dos relatos hegemônicos. A análise dialoga com as discussões elaboradas por Carlo Ginzburg e pelos comentadores da metodologia micro-histórica, abrangendo, principalmente, a matriz centrada no paradigma indiciário.

O processo delineado na obra de Eliane Brum (2008) consolida uma mirada marcada pela desnaturalização e problematização dos contextos sociais. Para o entendimento da atividade jornalística, social e histórica, fez-se necessária a adoção de um aparato teórico-metodológico interdisciplinar para a análise das reportagens. Desse

modo, a recorrência aos estudos jornalísticos e históricos possibilita o desvelamento de diferentes realidades, sujeitos e relatos.

As matrizes investigativas apresentadas pela micro-história colaboram para a compreensão da atividade jornalística desempenhada pela repórter gaúcha. O olhar da autora de *O olho da rua* focaliza a tríade processo, produção e análise como instâncias heurísticas da realidade social, isto é, as fontes são pensadas a contrapelo do tom homogeneizador. Sua reportagem propõe uma leitura intensiva e profunda da realidade sociocultural, política e histórica.

Infere-se que o diálogo proporcionado entre jornalismo e micro-história permite acessar e compreender a dinâmica das culturas subalternas – analisando-as não como unidades estanques, mas como códigos, estruturas e desvios do paradigma jornalístico.

No âmbito do *corpus* em análise, busca-se entender como Eliane Brum absorve as assimetrias e desloca sua narrativa de uma perspectiva do poder hegemônico para o ponto de vista dos anônimos, subalternos e excluídos. Infere-se, desse modo, que ao trazer para cena enunciativa os sujeitos subalternos, Brum movimenta a percepção de seu olhar e rompe com o paradigma jornalístico - alicerçado no condicionamento interpretativo da realidade e nas premissas de “verdade”, “objetividade” e “imparcialidade”, demarcada pela figura do repórter.

Sob esse viés, os códigos de produção discursiva e os repertórios cognitivos assimilados pela jornalista, no âmbito de sua prática, direcionam-se para novas inteligibilidades e para outras interpretações do real. Isso redundando em um modo distinto de narrar os acontecimentos sócio-históricos, culturais e também da construção de novas alteridades, realidades e de esquemas cognitivos.

Ercio do Carmo Sena Cardoso (2016), em diálogo com Stuart Hall (2003), assinala que a constituição do popular emerge como um “lugar de resistência e enfrentamentos” (2016, p. 2). Durante boa parte do século XX, a configuração da história a partir do olhar de cima predominou como instância enunciativa do passado. Esse fenômeno também encontrou ressonância no campo jornalístico, ao privilegiar as fontes hegemônicas, ao simplificar a complexidade dos contextos sociais e ao ressaltar uma lógica cientificista centrada nas consequências e, em raros momentos, nas causas.

É truísmo que o campo da história e do jornalismo não são os únicos detentores dos espaços de poder e dominação, esse arsenal simbólico espalha-se por áreas distintas como a medicina, o direito, a economia e a política, só para citar alguns. Cardoso (2016) destaca que essa perspectiva da história sublinhou “o apagamento da vida comum, do anônimo geralmente inscrito na cultura popular” (2016, p. 2). O autor explicita que:

Esse gesto contribuiu com a baixa estima das multidões enfraquecendo a construção de sua autonomia para intervir no presente. Nesta escrita são valorizados confrontos, sucessão de fatos, guerras e conquistas que configuram o mundo de acordo com o pensamento hegemônico presente. A verdade que busca afirmar contribui para naturalizar a vida social, desidratar sua vitalidade, esvaziar a potência de suas resistências e desconhecer seus conflitos (CARDOSO, 2016, p. 2).

Compreende-se que o campo jornalístico é clivado por práticas sociotécnicas, prazos, métodos e discursos. Desse modo, o fazer jornalístico instaura um intrincado processo de interação – atravessado por dinâmicas de disputa que transformam e afetam o tecido social. A prática jornalística é pensada aqui como arena de significação e de inteligibilidade sociocultural, tendo-se a micro-história como processo hermenêutico para a compreensão e discussão da reportagem *A guerra do começo do mundo*.

Marocco e Queirós (2020) aludem ao pensamento de Zorzal (2014) para salientar que há dois pontos de encontro entre o paradigma indiciário e o jornalismo. O primeiro deles estabelece uma correlação com a prática profissional. O segundo direciona-se para o entendimento da pesquisa em comunicação sob a base dos indícios e das pistas. Desse modo, reportagens como *A guerra do começo do mundo*, presentes em *O olho da rua*,

(...) situam-se sob as fímbrias de realidades evanescidas – que, graças ao olhar perscrutador da repórter Eliane Brum (...) não privilegia a identificação com sistemas simbólicos gerais ou universais do *ethos* jornalístico – mas antes, busca entender o que acontece no processo inacabado de um relato e de uma história (MAROCCO; QUEIRÓS, 2020, p. 12-13).

O caminho investigativo adotado por Giovanni Levi e Edoardo Grendi aborda a interação entre os indivíduos e seu contexto, focalizando as análises nas redes micro-históricas. Conforme Carlos Antonio Aguirre Rojas (2012), tal postura catalisa o

aparecimento de novas problemáticas relacionadas à biografia, ao contexto das normas sociais e aos espaços de sublevação. Assim, Grendi e Levi direcionam seus enfoques para a interpelação sobre os mecanismos econômicos, sobre as formas de coesão e sobre os comportamentos das elites, para compreender como “a mudança geral dos padrões de expectativas e de percepções de uma classe ou as formas específicas de inserção dos grupos dentro de uma entidade urbana global, entre outras” (ROJAS, 2012, p. 101).

A linha de análise micro-histórica proposta por Carlo Ginzburg direciona-se para a recuperação da complexidade da cultura dos oprimidos. Rojas (2012) destaca que a atenção de Ginzburg está em revalorizar o ponto de vista das classes subalternas, no manuseio e explicação do paradigma indiciário como método heurístico de leitura da cultura popular, “insistindo na necessária e iniludível inter-relação e inter-dependência entre a cultura de elite e a cultura das classes submetidas e reproblematicando sua complexa e permanente dialética” (ROJAS, 2012, p. 102).

A perspectiva indiciária foi sistematizada por Ginzburg (1989) no artigo *Sinais: raízes de um paradigma indiciário*, datado de 1979. Com o trabalho, o pesquisador italiano propõe – conforme seus próprios termos – justificar as bases teóricas e gerais de uma maneira de fazer pesquisa.

Como consequência, as reflexões apontadas pelo estudo possibilitam a ampliação das bases epistemológicas em direção a uma genealogia da história – dedicando um olhar atento ao indício e ao conhecimento dos dados marginais.

O método indiciário encontra suas raízes na própria história da humanidade. Para Ginzburg (1989), os traços do paradigma podem ser verificados no ato de caçar desenvolvido pelo homem. Por meio da perseguição, o indivíduo conseguiu reconstituir o tamanho e os movimentos das presas ausentes ao observar as “pegadas na lama, ramos quebrados, bolotas de esterco, tufos de pêlo, plumas emaranhadas, odores estagnados” (GINZBURG, 1989, p. 151). A observação dos pormenores permitiu ao homem o desenvolvimento de capacidades complexas encerradas no registro, interpretação e classificação das pistas. Como corrobora Lima (2006), o “saber venatório” estaria na origem “imemorial de tantos outros saberes que marcaram a história da humanidade – a arte divinatória, a fisiognomonia, mas também o direito e a medicina, e mesmo a narração (e portanto, a partir dela, a literatura)” (LIMA, 2006, p. 335).

O autor de *O queijo e os vermes* ressalta que no final do século XIX desponta no campo das ciências humanas um conjunto de saberes centrados nos resíduos marginais. Para Ginzburg (1989), o exame do paradigma indiciário, “ainda que não teorizado explicitamente, talvez possa ajudar a sair dos incômodos da contraposição entre ‘racionalismo’ e ‘irracionalismo’” (GINZBURG, 1989, p. 143).

O historiador italiano verifica nesse período (século XIX) a emergência de debates e de processos heurísticos indiretos, cujos alicerces se articulam na problematização e interrogação dos contextos culturais por meio da leitura dos indícios, sintomas e sinais.

É possível inferir que a aproximação entre a micro-história e o jornalismo praticado por Eliane Brum sugere a ampliação do debate social sobre as representações que são feitas na mídia sobre a classe trabalhadora, sobre as mulheres, sobre os jovens, sobre os negros e sobre os pobres de forma geral. Dijk (2015) acentua que esses grupos sociais são comumente discriminados, marginalizados, subordinados ou estereotipados, “mas que também participam de várias formas de resistência que podem ser vistas como uma tentativa de obter contrapoder” (DIJK, 2015, p. 81).

Nesse sentido, faz-se necessário discutir como os campos do jornalismo e da micro-história entram em diálogo, de que forma as matrizes teórico-metodológicas da abordagem italiana configuram novas codificações e sentidos no ambiente social, cultural e na urdidura da realidade. Busca-se compreender, desse modo, como a interdição de algumas vozes sociais engendram espaços de alienação cognitiva, isto é, processam dinâmicas de apagamento de representantes das classes subalternas.

Paradigma indiciário

O paradigma indiciário une-se à perspectiva da cultura popular ao assumir um tom prático – propondo a interação do sujeito com sua realidade e com seus contextos. Ginzburg (1989) contrapunha-se ao que se denominava de paradigma galileano. Segundo esse modelo, a ciência está ancorada na fundamentação de leis gerais, engendra modelos físico-matemáticos e é marcada pela causalidade. Esses princípios apagavam do campo da ciência um conjunto de disciplinas “eminentemente qualitativas, que têm por objeto casos, situações e documentos individuais, *enquanto individuais*, e justamente por isso

alcançam resultados que têm uma margem ineliminável de casualidade” (GINZBURG, 1989, p. 156, grifo do autor).

Lino (2017), em consonância com o pensamento de Ginzburg, ressalta que o saber indiciário assenta-se na experiência, afastando-se das amarras da formalização e da codificação. Contudo – pontua Lino (2017) – apesar de o historiador italiano afirmar que o saber provindo dos vestígios reporte “a todas as classes sociais, seus trabalhos destacam a sua utilização pelas camadas mais baixas” (LINO, 2017, p. 54). Fincado sob a experiência, o saber indiciário – conforme Ginzburg (1989) – era mais rico do que “qualquer codificação escrita”:

(...) não eram aprendidas nos livros mas a viva voz, pelos gestos, pelos olhares; fundavam-se sobre sutilezas certamente não-formalizáveis, frequentemente nem sequer traduzíveis em nível verbal; constituíam patrimônio, em parte unitário, em parte diversificado, de homens e mulheres pertencentes a todas as classes sociais. Um sutil parentesco as unia: todas nasciam da experiência, da concretude da experiência. Nessa concretude estava a força desse tipo de saber, e o seu limite – a incapacidade de servir-se do poderoso e terrível instrumento da abstração (GINZBURG, 1989, p. 167).

O conhecimento forjado por meio dos indícios permite a revelação de saberes locais, traz à baila os contornos da intuição e possibilita o entendimento do mundo por meio da concretude prática, em contraposição à abstração. Sob esse ângulo, Lima (2006) afirma que o conhecimento desponta “como um patrimônio cultural que não era privilégio exclusivo da elite” (LIMA, 2006, p. 338).

Ginzburg localiza nas classes subalternas o processo de constituição de uma epistemologia indiciária e de modo semelhante deita sobre o arcabouço teórico-metodológico da micro-história uma perspectiva de inteligibilidade e compreensão dos contextos sócio-histórico-culturais. Desse modo, o autor de *Sinais* desloca a ciência de um paradigma hegemônico, galileano, para uma taxinomia das margens – acedendo à diversidade das experiências e à cultura das classes subalternas. Ao apontar para uma genealogia do saber a partir dos indícios, Ginzburg intentava refletir também sobre as bases constitutivas do campo da história:

Mas o mesmo paradigma indiciário usado para elaborar formas de controle social sempre mais sutis e minuciosas pode se converter num instrumento para dissolver as névoas da ideologia que, cada vez mais, obscurecem uma estrutura social como a do capitalismo maduro. Se as pretensões de conhecimento sistemático mostram-se cada vez mais como veleidades, nem por isso a idéia de totalidade deve ser abandonada. Pelo contrário: a existência de uma profunda conexão que explica os fenômenos superficiais é reforçada no próprio momento em que se afirma que um conhecimento direto de tal conexão não é possível. Se a realidade é opaca, existem zonas privilegiadas – sinais, indícios – que permitem decifrá-la. Essa idéia, que constitui o ponto essencial do paradigma indiciário ou semiótico, penetrou nos mais variados âmbitos cognoscitivos, modelando profundamente as ciências humanas (GINZBURG, 1989, p. 177).

Ao reivindicar para os sujeitos subalternos a constituição de uma história a partir dos indícios, da individualização e do nome; Ginzburg reflete sobre a constituição oblíqua das classes populares, sobre seu modo de pensar, de agir no tempo-espaço, na tessitura dos interditos de seu mundo social e na resolução de suas problemáticas histórico-culturais.

Nesse exercício heurístico, o que se busca revelar são as constituições indiretas, as interpretações a contrapelo, os mecanismos intensivos e involuntários “e os modos de aplicação do “paradigma indiciário”; necessários para o complexo acesso a essas culturas subalternas e o deciframento de seus códigos e de suas principais estruturas” (ROJAS, 2012, p. 125-126).

Jornalismo de “desacontecimentos”

Esse olhar de minúcias proposto pela micro-história se aproxima do modo como Eliane Brum capta as paisagens socioculturais de suas personagens. Brum (2013) afirma que gosta de circular por diversos mundos, contudo lhe agrada mais as “bordas”. E é a partir dessas margens – “concretas, literais – e as subjetivas” (BRUM, 2013, p. 13) – que a jornalista gaúcha processa suas reportagens em “desacontecimentos”. O neologismo remete a uma metodologia – que não está assentada sobre o pressuposto de novidade ou ineditismo, mas na tessitura de uma vida:

A carne da minha reportagem são os “desacontecimentos”, palavra que dá conta de uma escolha: *escrevo sobre a extraordinária vida comum*,

sobre o cotidiano dos homens e das mulheres que tecem os dias e também o país, mas nem sempre são contados na história. Sobre aquilo que se repete e, por equívoco ou por miopia, é interpretado como banal. Ao compreender essa narrativa, busco subverter o foco, embaralhando os conceitos de centro e periferia. Sou uma repórter de desacontecimentos (BRUM, 2013, p. 13-14, grifos nosso).

Maria do Socorro Furtado Veloso e Maria Angela Pavan (2014) apreendem os pressupostos dos “desacontecimentos” como um percurso analítico de desvelamento, sofisticação e complexidade das variáveis narrativas, de observação e de entendimento dos sujeitos subalternos.

Ao se observar os indícios, ficam evidenciadas as assimetrias, as normas e a constituição do universo dos sujeitos comuns. Subleva-se, desse modo, as visões hegemônicas de mundo e abrem-se brechas, caminhos para configuração de outras possíveis realidades sócio-histórico-culturais, tendo-se as fontes não-oficiais – os indivíduos comuns – como agentes catalisadores de camadas mais profundas da cultura popular.

O caráter escrutinador de Brum (2012) fica patente em seu *modus operandi* e reverbera em sua prática jornalística. Em entrevista concedida a Beatriz Marocco (2012), a autora de *A vida que ninguém vê* conta que em 1989 foi destacada para cobrir a inauguração do primeiro McDonald’s de Porto Alegre, na Rua da Praia. As orientações da pauta eram: “vai lá, vê quantos sanduíches foram vendidos, o que as pessoas dizem” (BRUM, 2012, p. 74).

O McDonald’s fica localizado em um lugar histórico da cidade gaúcha, próximo à Praça da Alfândega, povoado por velhinhos. Quando Brum chegou ao local, percebeu que os idosos estavam calados e inclinados para o *fast food*. Brum ressalta que “nunca chega chegando”. Sempre prefere observar, analisar, escandir o ambiente e os sujeitos que dele fazem parte, “porque acho que esses cinco minutos que eu fico num canto olhando para a cena, antes de interferir na cena, é o que faz toda a diferença” (BRUM, 2012, p. 75).

Ao analisar a figura dos velhinhos ponderando a fachada “parecendo para eles um negócio meio alienígena”, Brum desloca o fio condutor de sua pauta e ao invés de

entrar no McDonald's fica conversando com os idosos, recolhendo e anotando suas impressões sobre o novo estabelecimento:

Então a matéria que escrevi era uma matéria que não era *sobre quantos sanduíches foram vendidos, mas era sobre uma mudança econômica e cultural da cidade vista por um público que sempre esteve ali* e, sei lá, como não tinha acontecido nada de importante para o jornal naquele domingo, eles gostaram da matéria e foi publicada pela primeira vez do jeito que escrevi. E deu muita repercussão, as pessoas gostaram. A partir daí, eu começo devagar a ir conquistando o meu espaço, mas num processo longo, árduo, difícil, sempre brigando muito, até, finalmente, conseguir ter autonomia (BRUM, 2012, p. 75, grifo nosso).

O caminho heurístico traçado por Eliane Brum se aproxima dos pressupostos do paradigma indiciário e privilegia, como se observa, a história dos indivíduos e comunidades sob o vértice de narrativas tidas como aparentemente banais, sendo sobredeterminadas por uma “extraordinária vida comum”. A atenção da autora de *O olho da rua* encontra ressonância no postulado de Carlo Ginzburg – cujo interesse está voltado para as culturas subalternas.

A junção do paradigma indiciário, da identidade individual e da valorização da cultura subalterna permite ao repórter e ao micro-historiador adentrar no tecido das realidades sócio-histórico-culturais de difícil acesso e trazer para o plano de discussão a complexidade das interações e das subjetividades, apagando as visões homogêneas e simplificadoras das experiências sociais.

Constata-se que a retomada dos fragmentos, resíduos e indícios propostos por Ginzburg configuram uma perspectiva para se pensar o conhecimento humano, possibilitando ampliar as reflexões sobre os objetos historiográficos e ainda como um elemento de decifração de realidades recônditas, assim, como também, de desvelamento de práticas sociais e culturais – como, por exemplo – das personagens presentes em *A guerra do começo do mundo*.

A guerra do começo do mundo

Na reportagem *A guerra do começo do mundo*, publicada em 29 de outubro de 2001, Eliane Brum focaliza o conflito judicial envolvendo a demarcação da reserva

indígena Raposa-Serra do Sol², no município de Uiramutã, em Roraima. No relato, a autora de *O olho da rua* traz para o plano de discussão não apenas as contendas tecidas entre os arroteiros, os indígenas, os garimpeiros e o exército – mas introduz indícios, catálises, detalhes que permitem a problematização e o aprofundamento da realidade apresentada.

No relato, Brum (2008) investiga o conflito em Roraima com o auxílio do microscópio, isto é, utiliza o paradigma indiciário para a compreensão da experiência humana em sua tangência com a vida cotidiana, anônima e sensível. A autora busca se distanciar do tom homogeneizador comumente atribuído à geopolítica, à cultura e à economia das diferentes Amazônias.

A jornalista realiza um movimento transversal – cujo cerne não está direcionado para o entendimento da “floresta” como *locus* estereotipado, esvaziado ou espaço idílico, mas para a compreensão das dinâmicas sociais e dos conflituosos interesses econômicos e políticos que a atravessam:

Muita gente inteligente, inclusive jornalistas, derrapa na complexidade da Amazônia (...) – não em uma, mas nas muitas que existem. Se há um lugar que é impossível entender de longe, por telefone ou pela internet, é a Amazônia. É preciso ver bem de perto e ter cuidado para não compreender rápido demais. Entrei lá na ponta dos pés e pedindo licença (BRUM, 2008, p. 72).

Ao se aproximar dos rastros cotidianos, Brum se abre para perceber as heterogêneas “Roraimas” e suas distintas histórias. Desse modo, a realidade não é eclipsada pelas práticas regulares do jornalismo hegemônico; pelo contrário, o exercício a contrapelo empregado por Brum assinala a emergência das pequenas histórias e do relato amiudado para a complexificação das forças histórico-sociais.

² A reserva Raposa-Serra do Sol é alvo de disputa desde a década de 1970. Em 1998, o território foi declarado posse permanente indígena por meio de portaria do **Ministério da Justiça**, resultando em vários processos judiciais contrários a decisão. Em 2005, o então presidente Lula homologou novamente a reserva, mas a disputa jurídica não foi encerrada. Em março de 2009, o Supremo Tribunal Federal (STF) determinou que a reserva deveria ser contínua e que os não indígenas deveriam desocupar imediatamente o local. Desse modo, ficou definido que a população indígena da área - em torno de 20 mil pessoas, na época - teria direito ao usufruto exclusivo das riquezas naturais e das utilidades existentes na reserva, uma área com aproximadamente 1,7 milhão de hectares e perímetro de 1.000 km (ESTADÃO, 2015, on-line).

A prática de Brum oferece uma resposta jornalística balizada pela desnaturalização e problematização dos contextos socioculturais. Tal perspectiva pode ser percebida na crítica da prática que a autora de *A vida que ninguém vê* realiza sobre a reportagem *A guerra do começo do mundo*:

Então escrevi o texto, com delicadeza e cuidado para que cada uma das contradições que faziam de Roraima o que é nem ficasse de fora nem soasse como folclore. Eu não esperava a enorme reação à reportagem. Metade de Roraima adorou, a outra metade detestou. Para esta metade, tudo aquilo que eu descrevi como fascinante era preconceituoso. Essa metade passou a sentir por mim o mesmo que sente pelas ONGs, pelos macuxis que brigam pela terra e por líderes ianomâmis como David Kopenawa. Ódio. Pelo menos eu estava em boa companhia. Mas fiquei seriamente arrasada mesmo assim.

Recebi dezenas de cartas por semanas a fio amaldiçoando todas as gerações da minha família, as que vieram antes de mim e as que ainda virão. De gente humilde ao governador que não quis me receber. Virei charge dos jornais locais, alguns jornalistas de Boa Vista pegaram emprestadas as características menos abonadoras de Belzebu para me descrever. Obviamente nenhum deles me ligou para perguntar coisa alguma. E, por fim, recebi avisos de que se fosse um pouco esperta não voltaria a botar os pés tão cedo por lá.

(...) Era óbvio que seria assim, mas na época eu não conseguia entender tanto ódio. Tive a estúpida pretensão de ser uma unanimidade numa terra onde não existe um único consenso. Se minha reportagem agradasse a todos, não seria Roraima. Teria de rasgar o que escrevi (BRUM, 2008, p. 79-80).

Brum desvia-se das totalidades de desvelamento do mundo perceptível, optando por uma gradação difusa dos matizes sociais – caracterizada por uma análise indiciária das personagens. O olhar de proximidade, respeito e minúcia assumido pela repórter, complementa-se pela noção de entrega, esvaziamento e de preenchimento pela realidade do outro.

Tal movimento pode ser constatado quando Brum traz à baila uma cena cotidiana ocorrida na aldeia Xaruna, no oeste de Roraima. O foco não está assentado nas noções de verdadeiro ou falso; tampouco nos pressupostos de legal ou ilegal. O olhar de Brum permanece desanuviado, tendo por finalidade enxergar os pormenores do contexto da realidade histórico-social:

Num dia comum no oeste de Roraima, um ianomâmi da aldeia Xaruna chamado Chicão espanca a mais bela de suas mulheres na mata. Abandona a adolescente desmaiada, a cabeça aberta como uma flor vermelha. Ao voltar sozinho para o xapono, a casa comunitária, o povo se espanta, se agita. Os índios perseguem a menina pela floresta, perscrutam os sons. Só encontram um rastro de sangue ainda morno. Desolados, concluem que fora devorada por uma das onças que patrulham o território (BRUM, 2008, p. 48-49).

Na página 53 de *A guerra do começo do mundo*, Brum dialoga novamente com o indígena Chicão. No excerto, o ianomâmi constata que sua mulher não foi morta por nenhum animal e, sim, sequestrada. A imagem reportada resulta em um novo movimento no relato – configurado pela disputa e briga pela posse da “fêmea” raptada:

A região que se estende por Surucucu, Parafuri e Aratháú é a mais belicosa do território, assinalada por brigas que ninguém sabe como começaram. Impossível localizar o assassinato original. Ou o primeiro rapto de mulher. Chicão, esse tataravô mítico do imaginário ocidental, duvida do rastro da mulher que espancou. Não sente no sangue o cheiro da morte. Fareja, descobre. Sua índia foi raptada por um makabei. Não vacila. Precisa retomar a fêmea. Assim manda o costume. Começa mais uma batalha entre irmãos (BRUM, 2008, p. 53).

A cena exemplificada pelo ianomâmi Chicão reveste a reportagem de uma premissa compreensiva, isto é, Brum não cumpre uma função fiscalizadora e prescritiva acerca da atitude do indígena. Pelo contrário, a jornalista observa as margens, os detalhes e as minúcias como forma de entender o conflito na reserva Raposa-Serra do Sol, tomando as personagens a partir de suas experiências e das formas de conhecimento em circulação. Esse olhar ao revés é marcado pela inquirição atenta aos indícios e pela complexificação da realidade social. Nesse deslocamento, Brum recorre à apreciação respeitosa da vida, dos gestos e das práticas histórico-culturais do outro:

Antes de chegar em qualquer mundo, a gente pede licença. E a minha forma de pedir licença é fazer um processo de entrega, em que eu me esvazio. Eu só posso ser preenchida por aquela realidade se eu me esvaziar. E esse processo não é fácil, porque tu tem que ir para o mundo do outro, sem os teus preconceitos, sem os teus dogmas e, principalmente, sem as tuas certezas, com a coragem e o respeito de se arriscar a uma realidade que não é tua, e se espantar com essa realidade (BRUM, 2008, p. 14).

A narrativa de *A guerra do começo do mundo* é clivada pela arquitetura de diferentes vozes histórico-sociais – descrevendo, para citar Ginzburg, um movimento de circularidade cultural, isto é, de “investigação” desde as figuras anônimas aos sujeitos hegemônicos. Desse modo, Brum consegue apreender a complexidade dos contextos sociais e dialogar com a heterogeneidade histórica, econômica, cultural e política dos escaninhos da sociedade roraimense.

O desvelamento de diferentes grupos sociais pode ser notado na forma como Brum organiza uma miríade de relatos – optando não por uma hierarquização ou valorização das fontes de informação, mas por acalentar visões, interesses e desejos em oposição.

Desse mosaico de personagens, manifestam-se histórias como a da maranhense Cleonice Conceição, de 36 anos. Conceição chega a Rorainópolis, acompanhada dos filhos Silene e Rosenildo. Para chegar a Roraima, a maranhense vendeu um guarda-roupa e uma mesa. Desloca-se para a nova cidade com “um colchão emprestado, meia dúzia de roupas, as escovas de dentes penduradas na caixa de papel (...). Não tem para onde ir.” (BRUM, 2008, p. 49).

Cleonice faz a sua “diáspora” até Rorainópolis sem o marido. Francisco Gildo dos Santos ficou em Santarém, no Pará, tentando conseguir algum dinheiro como pedreiro para alcançar a mulher e os filhos. Ao todo, Francisco necessitou trabalhar catorze dias – numa fruteira e como pedreiro – para completar a passagem de ônibus que o levaria à presença da esposa, do filho e da filha:

Desembarca na rodoviária de Rorainópolis sem um centavo, a mesma quantia que possuía a mulher. “Cadê a minha Cleonice?”, pergunta à moça do guichê. “Procura na casa de porta vermelha e bate. Corre homem, já é madrugada.” Francisco caminha com a trouxa no ombro, pedindo ajuda à lua para não passar batido pela cor de seu destino. “Quem é?”, pergunta Cleonice, o coração pulando feito cabrito. “É eu”, responde Francisco, a alma escapando pelas falhas dos dentes. Assim começa mais uma saga em Roraima (BRUM, 2008, p. 66).

O olhar perscrutador de Eliane Brum ata-se também à história do produtor de melancia, Maurício Habert Filho, de 54 anos, que está disposto a limpar o nome do pai,

o francês Maurice Habert – “ladroão e desertor da Primeira Guerra Mundial” (BRUM, 2008, p. 49).

O pai de Maurício fugiu em uma balsa de prisões da Guiana Francesa, aportando em 1941, no que hoje é o estado de Roraima. Contudo, o interesse de Habert Filho não é construir uma genealogia sobre sua ascendência; mas é impelido por outra forte motivação: lutar pela honra do nome do pai:

(...) Empenha-se em desmentir uma teoria que assegura ser Maurice um cúmplice de Papillon. Pior ainda, quase engasga ao contar, a mesma tese garante que Maurice era homossexual. Tudo uma confusão com outro prisioneiro de mesmo nome, como tem provado em documentos que vão e voltam da França. Esse filho só pensa na honra do pai (BRUM, 2008, p. 51).

Eliane Brum focaliza os detalhes, tendo a finalidade de compreender como os sujeitos sociais forjam a realidade histórica e cultural. Ao se deter sobre a biografia de Maurice Habert, a autora de *O olho da rua* revela os fragmentos e os pormenores que atravessam os referenciais do cotidiano, manifestando os sentidos presentes na formação histórica do estado de Roraima. Sob esse ponto de vista, constata-se que os detalhes subjacentes – ancorados nos personagens subalternos e também nos hegemônicos – deslindam zonas de complexidade que permitem adentrar nas cavidades sociais, culturais e históricas da sociedade roraimense.

Maurice Habert emerge como gênese do que, historicamente, se observa no estado de Roraima – uma terra formada por “aventureiros” e tecida por conflitos. Realidade que não se manifesta nos termos de uma simplificada caracterização, mas de forma complexa e problemática. Ao conjurar diferentes histórias e contrastantes pontos de vista, Brum se afasta do que Criselli Montipó (2012) define como uma “versão fragmentada da realidade social” (MONTIPÓ, 2012, p. 52).

Ao se deter na recuperação indiciária de Maurice Habert, Brum dialoga com diferentes saberes e vivências ligados à experiência cotidiana. Nesse sentido, as minúcias desempenham uma função catalizadora e de desvelamento de contextos, complexidades e problemáticas sociais. Tal percurso pode ser verificado na caracterização da linhagem de Maurice Habert:

Um ladrão de Paris, fugitivo dos calabouços da Guiana Francesa, garimpeiro, marreteiro e produtor de tomates no Brasil funda uma cidade de nome Normandia (...). Por ironia ou por culpa, ninguém sabe dizer, já que Maurice fechou a boca sobre o passado e poucas explicações dava para o presente, batizou-a em homenagem ao fim da Segunda Guerra Mundial quando tinha fugido já da primeira. Fez três filhos numa mestiça, Maurício Filho, Marta Maria e Joel. Maurício e Joel plantam melancias. Maria foi varada a balas pelo marido. Maurice morreu de câncer no pulmão aos 68 anos graças a duas carteiras diárias de Continental. Não viveu o suficiente para saber dos nove netos e oitos bisnetos. Muito menos para constatar que a cidade semeada por ele viraria o berço do forró de Roraima. Pipoquinha de Normandia é a banda mais famosa, tem seu neto, Joel Perley, no teclado. Outros dois, Joeldson e Maicon, arrastam os pés de Roraima no grupo da Lambe Sal (BRUM, 2008, p. 58-59).

A articulação do relato jornalístico ancorado nos indícios e no nome possibilita a configuração de um caudal de experiências, contextos, realidades e sentidos. Ao estabelecer uma conversa com os rastros sociais deixados por diferentes sujeitos, a autora de *A guerra do começo do mundo* procura não reduzir a complexidade das pautas jornalísticas a uma universalidade; pelo contrário, Brum delibera pelo diálogo com outras verdades e racionalidades possíveis.

Considerações finais

Em correspondência com os pressupostos do paradigma indiciário, pode ser observado que Brum desvela aspectos mais amplos da sociedade de Roraima, tendo como fio condutor a compreensão problemática de histórias miúdas e específicas. O entendimento sobre o litígio envolvendo a reserva Raposa-Serra do Sol está articulado com a racionalização e assimilação da vida dos grupos marginalizados e invisibilizados.

O conflito emerge na reportagem como microcosmo enunciativo. Constata-se que a atenção de Brum não está apartada da problemática que coloca em campos opostos arrozeiros, indígenas e representantes do exército brasileiro – cada um dos personagens apresenta pontos de vista complexos, que não podem ser circunscritos ao mero embate de vozes, aspas e versões. Para entender a contenda, Brum aproxima o microscópio, semelhante ao trabalho desenvolvido por Carlo Ginzburg em *O queijo e os vermes*.

Nesse sentido, pode-se estabelecer uma correlação entre a abordagem micro-histórica e a prática jornalística de Eliane Brum. Análogo a Ginzburg, que parte dos vestígios do cotidiano para “recuperar” as bases histórico-culturais da realidade; Brum estabelece uma proximidade com o indiciário – compondo um relato marcado pelo entendimento das minúcias do contexto social, paralelo ao que ocorre em Roraima com o aparecimento de diferentes histórias, como a de Maurice Habert, do ianomâmi Chicão e de Cleonice Conceição.

Percebe-se que Eliane Brum promove um esquadramento cultural, social, histórico e de aproximação com as fontes. Nesse caminho, elementos como a escuta atenta e o esvaziamento de si permitem o desvelamento de contextos histórico-sócio-culturais e também da dinâmica que atravessa a vida das personagens retratadas na reportagem em estudo.

Observa-se que o paradigma indiciário articula procedimentos metodológicos focalizados no detalhe e em dados aparentemente negligenciáveis. Desse modo, os vestígios permitem um acesso indireto aos saberes sociais e culturais dos sujeitos anônimos – articulando as bases para a complexificação da realidade.

Combinada com a racionalização dos elementos da micro-história, o relato sobre a vida das personagens subalternas é enriquecido por uma narrativa que transita da paisagem cotidiana para projeções mais amplas de compreensão e inteligibilidade da realidade de Roraima. A metodologia indiciária é verificada na reportagem a partir das escolhas empreendidas por Eliane Brum – que prefere angular o relato pela via do particular em detrimento de uma generalidade. Desse modo, as temáticas abordadas direcionam-se para a compreensão dos microcontextos e para a reconstituição do cotidiano das personagens simples e “desimportantes”.

Verifica-se que o diálogo que se estabelece com os distintos sujeitos resulta da compreensão do contexto social como problema. Desse modo, o entendimento que se tem dos garimpeiros, dos indígenas, dos retirantes, do exército e dos arroteiros é montado por meio dos indícios, sinais e sintomas que Eliane Brum assimila das complexas redes de sentido que emergem da reserva Raposa-Serra do Sol e que reverberam no entendimento das diferenças, vulnerabilidades e desigualdades que marcam o contexto do estado de Roraima. A metodologia micro-histórica abre, desse modo, a possibilidade de acesso ao

relato dos sujeitos “obscurecidos” e permite também o aprofundamento da realidade cotidiana.

Além da minuciosa atenção dedicada aos indícios e à escuta, percebe-se que Brum procura apanhar os vazios sociais e as vozes interditas – tendo por finalidade construir um “mapa” complexo das experiências e dos relatos de distintos personagens da sociedade de Roraima.

A reportagem não se articula em torno de um único ponto de vista e tampouco se limita ao preenchimento de fortuitas aspas. O principal objetivo é compreender como os diferentes atores se movimentam, se embatem, se aproximam e se repelem. Não há um fechamento para a história. A autora de *O olho da rua* prefere enfatizar as contradições, os interesses subjacentes e as problemáticas.

Afirma-se, que o jornalismo praticado por Eliane Brum pode ampliar as competências narrativas, os referenciais de realidade e os processos de sentido por meio da adoção do paradigma indiciário. Os pressupostos discutidos por Levi e Ginzburg possibilitam refletir sobre os interditos da prática jornalística – na medida em que a lógica da classe dominante é confrontada com a existência de saberes subjacentes. Os indícios são observados aqui como elementos problematizadores dos contextos sociais. Ao se afastar dos domínios da escala dominante, o jornalismo pode empreender um caminho frente a outras lógicas, assinalando uma perspectiva cotidiana que se contraponha aos parâmetros da realidade hegemônica.

Referências

BRUM, Eliane. **A menina quebrada e outras colunas de Eliane Brum**. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2013.

_____. Eu sou uma escutadeira. In: MAROCCO, Beatriz. **O jornalista e a prática – entrevistas**. São Leopoldo: Unisinos, 2012.

_____. **O olho da rua: uma repórter em busca da literatura da vida real**. São Paulo: Globo, 2008.

CARDOSO, Ercio do Carmo Sena. **Disposições sobre anônimos**. In: XXV ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, Universidade Federal de Goiás, 07 a 10 de junho de 2016. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/pdfformatsite_3331.pdf. Acesso em: 9 maio 2020.

DIJK, Teun A. Van. **Discurso e poder**. Organização Judith Hoffnagel, Karina Falcone. São Paulo: Contexto, 2015.

EDITORIAL. Efeitos da demarcação da reserva Raposa-Serra do Sol. **Estado**, São Paulo, 17 fev. 2015. Disponível em: <https://opinioao.estadao.com.br/noticias/geral,efeitos-da-demarcacao-imp-,1635514>. Acesso em: 5 jul. 2019.

GINZBURG, Carlo. Sinais: raízes de um paradigma indiciário. In: GINZBURG, Carlo. **Mitos, emblemas, sinais: morfologia e história**. Tradução de Federico Carotti. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

LIMA, Henrique Espada. **A micro-história: escalas, indícios e singularidades**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

LINO, Raphael Cesar. **Apropriações da micro-história na historiografia brasileira nas décadas de 1980 e 1990**. 148f. Dissertação (Mestrado em História). Universidade Estadual Paulista, Assis, 2017.

MANUAL DE REDAÇÃO OFICIAL DA FUNAI. Organizado pela Comissão Especial de Elaboração do Manual – Portaria nº. 540/2015/ Pres-Funai – Brasília: Funai, 2016.

MAROCCO, Beatriz. **O jornalista e a prática – entrevistas**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2012.

MAROCCO, Beatriz; QUEIRÓS, Francisco Aquinei Timóteo. Por uma outra narrativa: jornalismo e micro-história em A mulher que alimentava. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 27, p. 1-18, jan.-dez., 2020. ISSN 1980-3729. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/34271>. Acesso em: 31 maio 2020.

MONTIPÓ, Criselli. **Narrativa jornalística e diversidade sociocultural: a tessitura das reportagens da revista Brasileiros**. 189f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012.

ROJAS, Carlos Antonio Aguirre. **Micro-história: modo de uso**. Tradução Jurandir Malerba. Londrina: Eduel, 2012.

VELOSO, Maria do Socorro Furtado; PAVAN, Maria Angela. Jornalismo como tessitura do cotidiano na obra de Eliane Brum. In: FREIRE FILHO, João; COELHO, Maria das Graças Pinto (Orgs.). **Jornalismo, cultura e sociedade: visões do Brasil contemporâneo**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

ZORZAL, Gabriela. Paradigma indiciário e o campo do jornalismo: possíveis aproximações. **Revista Sinais**, n. 15, jun. 2014. ISSN 1981-3988. Disponível em: <http://periodicos.ufes.br/?journal=sinais&page=article&op=view&path%5B%5D=8598>. Acesso em: 10 jun. 2020.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Livre
Volume 14, Número 3, set./dez. de 2020
Submetido em: 28/04/2020
Aprovado em: 10/07/2020

As contribuições da publicidade de causa na construção de um novo lugar para o consumo

The contributions of cause advertising in the construction of a new place for consumption

Los aportes de la publicidad en la construcción de un nuevo lugar de consumo

Bruno POMPEU¹
Clotilde PEREZ²

Resumo

Baseado em revisão bibliográfica de campo teórico mais amplo, envolvendo, além da comunicação publicitária, aproximações com a teoria política, este texto tem por objetivo trazer contribuições às discussões sobre o que se convencionou chamar “publicidade de causa”, como manifestação comunicacional de uma nova dinâmica social do consumo. Hoje, em meio a um período de crises, cumpre aos pesquisadores da área rever o lugar do consumo – no fazer, no pensar e no ensinar publicitários –, em favor de uma posição política, comprometida com o desenvolvimento da sociedade, trazendo o entendimento de que esta nova modalidade de publicidade não só não contribui para o dito desenvolvimento, como corre o risco de desvirtuar os princípios que aparentemente a motivam.

Palavras-chave: Publicidade. Publicidade de causa. Normalização do consumo.

Abstract

Based on a broader theoretical bibliographic review, involving, in addition to advertising communication, approximations with political theory, this text aims to bring contributions to the discussions about what is conventionally called “cause advertising”, as a communicational manifestation of a new social dynamic of consumption. Today, in the midst of a period of crisis, researchers in the area must review the place of consumption – in doing, thinking and teaching advertising – in favor of a political position, committed to the development of society, bringing the understanding that this new type of advertising

¹ Doutor em Ciências da Comunicação. Professor dos cursos de Publicidade e Propaganda da ECA-USP e da ESPM-SP. Membro do Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação, Cultura e Consumo (GESC3). E-mail: brupompeu@gmail.com ORCID: 0000-0002-2829-5803.

² Professora titular de semiótica e publicidade da ECA USP. E-mail: cloperetz@usp.br. ORCID: 0000-0003-3062-4087.

not only does not contribute to this development, but also runs the risk of distorting the principles that apparently motivate it.

Keywords: Advertising. Cause advertising. Normalization of consumption.

Resumen

A partir de una revisión bibliográfica de un campo teórico más amplio, que implica, además de la comunicación publicitaria, aproximaciones con la teoría política, este texto tiene por intención aportar contribuciones a las discusiones sobre lo que convencionalmente se denomina “publicidad de causa”, como manifestación comunicacional de una nueva dinámica social del consumo. Hoy, en medio de un período de crisis, recae sobre los investigadores del área el compromiso de revisar el lugar del consumo – en la práctica, en el pensamiento e en la enseñanza de la publicidad – a favor de una posición política, comprometida con el desarrollo de la sociedad, que acerque la comprensión de que esta nueva forma de publicidad no solo no contribuye a este desarrollo, sino que podría quizás desvirtuar los principios que aparentemente la motivan.

Palabras clave: Publicidad. Publicidad de causa. Normalización del consumo.

Introdução

Este texto trata da publicidade e do consumo, como nossos objetos de estudo de todo dia, e do cenário contextual atual, inegavelmente crítico, problemático, difícil de ser compreendido e vivido. E, neste caso em específico, a relação entre uma coisa e outra é ainda mais intensa, na medida em que se está falando de fenômenos (a publicidade e o consumo) que não apenas se inserem nesse contexto (de crises e transformações) como também participam das ou interferem nas suas dinâmicas. Não se pode estar falando de algo que tem natureza comunicacional desvinculando-se do entorno, da esfera social em que se dá o processo da comunicação. Da mesma forma que não é possível falar de consumo, perdendo de vista que vivemos em uma sociedade atravessada, pautada e moldada pela sua lógica capitalista. O trabalho apresentado é decorrente também de debate na mesa “Propaganda, publicidade, capitalismo e questões políticas” no X Propesq – Encontro Nacional dos Pesquisadores em Publicidade, acontecido na ECA-USP, em maio de 2019.

O objetivo geral é contribuir com a discussão a respeito do consumo no contexto social e da função da publicidade nesse cenário, compreendida na sua ecologia (PEREZ, 2016); e o objetivo específico é seguir refletindo sobre uma modalidade altamente em

voga no meio publicitário, nomeada como “publicidade de causa”, que consiste em campanhas que expressam certo e suposto alinhamento entre a empresa anunciante e determinada causa social. Nesse sentido, é importante destacar o fato de estarmos dando continuidade a estudos que já vêm sendo apresentados em eventos da área – estudos que nascem de forma incipiente, como respostas às mudanças contextuais (POMPEU, 2016; PEREZ & TRINDADE, 2017), para depois ganhar corpo em reflexões, análises e proposições mais robustas (POMPEU & PEREZ, 2019; POMPEU, 2019).

Para isso, propomos um embasamento teórico mais amplo, mais diverso e menos comum do que se costuma adotar em trabalhos da área. No que se refere ao entendimento da publicidade no contexto contemporâneo, já assumindo alguma mirada que favoreça o questionamento crítico, trabalhamos com autores de diversas épocas – desde os cânones (BAUDRILLARD, 1970; ECO, 1974; BARTHES, 1990; MATTELART, 1994; WILLIAMS, 2011) até os contemporâneos (MACHADO, 2011; PEREZ, 2017a; MACHADO, BURROWES, RETT, 2017; SALDANHA, 2018). É importante destacar aqui também o alinhamento teórico deste texto com a concepção de publicidade alcançada pela aproximação entre comunicação e antropologia, privilegiando o consumo e a produção de sentido (ROCHA, 1995; MCCRACKEN, 2003; DAMATTA, 2010; DOUGLAS, ISHERWOOD, [1979], 2009).

Já no tocante ao contexto, recorreremos a autores oriundos das ciências políticas, da economia, da sociologia e da filosofia. Se a ideia é falar primeiro do cenário que nos circunda e depois do discurso publicitário em si; se o intuito é discutir antes os contornos que a sociedade assume em decorrência das tantas transformações por que vem passando, para depois se pensar nos desafios que se impõem a partir disso à publicidade, tivemos que lançar mão de autores e linhas de pensamento que nos ajudassem a entender minimamente o que se passa ao nosso redor. Daí que o método utilizado para se chegar a este texto – que não se pretende único ou definitivo – é basicamente a revisão bibliográfica de textos publicados em tempos bastante recentes, justamente tentando dar conta dos fatos mais atuais e dos impactos já perceptíveis na sociedade e na vida cotidiana dos cidadãos. Reconhecendo tanto a atualidade do tema quanto a consequente escassez de materiais referenciais nesse sentido, mais do que traçar conclusões definitivas pautadas em relatórios de pesquisas ou investigações prévias, estamos propondo uma interpretação

do contexto contemporâneo no que se refere à relação publicidade-consumo, tendo como ponto de partida a chamada “publicidade de causa”.

Contexto: democracia e capitalismo tensionados

Hoje, tanto tempo depois, pode parecer que tenha sido do nada que o complexo sistema político chamado não sem grandes simplificações de democracia moderna ou democracia liberal tenha se instalado em grande quantidade de países, nas mais diversas regiões do mundo. Mas os que se dedicam a estudar a história do mundo por uma perspectiva teórica demonstram e nos ensinam que não foi bem assim. Ao longo dos milênios e dos séculos, a organização da sociedade já se deu de formas bastante diversas, tendo variado em muitos aspectos. Não sendo o nosso objetivo, neste texto, explorar o processo histórico que permitiu a consolidação da democracia liberal como um modelo predominante, vamos nos limitar a explicar as causas da sua estabilidade e, mais importante ainda, o que pode estar se passando com ela nos dias atuais.

O que faz com que possamos enxergar, hoje ou até há bem pouco, o sistema democrático moderno como uma unanimidade, como algo indiscutível ou como um modelo paradigmático a ser alcançado via desenvolvimento é o grande sentido de estabilidade e progresso que esse sistema permitiu. O fortalecimento das instituições e o crescimento econômico são movimentos paralelos à estabilização da democracia como sistema político. Ou seja: a democracia se estabelece como um modelo dominante e se mantém como tal na medida em que as instituições são valorizadas e cumprem suas funções ao mesmo tempo em que o crescimento econômico enseja a melhora na qualidade de vida das populações (DOMINGUES, 2019).

Depois de muitas décadas de relativa estabilidade política e significativo desenvolvimento social e econômico, o mundo entrou, nos últimos anos, em um novo momento, em que o sistema democrático parece deixar de ser prevalecente, pelos sinais do falibilismo incontestável. E se enganam os que pensam que essa tendência seja exclusivamente brasileira – vários países, em diferentes partes do mundo, com histórias e trajetórias políticas das mais diversas, passam por situação análoga. Mas mesmo assim não podemos deixar de considerar o fato de que temos por aqui nossas particularidades.

Hoje o Brasil atravessa um momento ímpar de sua história. Um projeto autoritário grela nas entranhas da ‘comunidade imaginada’. O pacto da constituição ‘cidadã’ vem sendo minado. Um sistema político cada vez mais híbrido, de viés antidemocrático, se manifesta por dentro das instituições do Estado (DOMINGUES, 2019, p. 109).

O que se quer deixar claro é que, se for verdade que o regime democrático (no ocidente) cresce e se estabelece sobre uma sociedade (1) de matriz cultural mais una, (2) com meios e veículos de comunicação controlados por grandes corporações e (3) em processo contínuo e crescente de melhora na qualidade de vida, o cenário atual, no mundo de forma geral e no Brasil em específico, é favorável aos estremecimentos políticos.

A transversalidade do consumo, da tecnologia e seus efeitos

Ao observarmos os fatores contextuais que vêm favorecendo os questionamentos à democracia – inclusive com o recorrente e reiterado desrespeito aos pactos normativos e regulatórios que a definem, seja em esfera cotidiana e comezinha, como nos acordos e regimentos ignorados; seja em âmbito geral, governamental ou estatal, como no recorrente desrespeito ao texto da Constituição –, o que temos como questão central é a já tão citada transversalidade do consumo. Não nos é possível aqui discorrer sobre como se deram o desenvolvimento ou a instalação de uma sociedade de consumidores, sustentada e atravessada pelas lógicas do consumo – autores da sociologia, da antropologia e da filosofia já o vêm fazendo ao longo dos últimos cem anos (BAUDRILARD, 1970; VEBLEN, [1899], 1988; LIPOVETSKY, 2007; BAUMAN, 2008; DOUGLAS, ISHERWOOD, [1979], 2009). O que não se pode perder de vista, entretanto, são os feitos que essa nova forma de enxergar a realidade, agir no mundo e pensar a vida estão provocando, principalmente nos últimos anos, com a aceleração dos processos midiáticos, e em nosso país, em especial.

Sim, já vínhamos percebendo que o consumo – em movimento análogo ao que se vivera com a Revolução Industrial, que instalou uma sociedade de produtores – implica uma nova mentalidade, moldada aos seus princípios, de prazer, individualidade, aceleração, descarte, estetização etc. E que essa mentalidade faz com que a própria vida se altere e se dinamize nessas direções. Vimos os arranjos familiares se (de/re)compondo mais a partir do gosto do que do sangue; vimos as carreiras profissionais se estruturando

mais a partir da troca do que da continuidade; vimos a prática religiosa seguir mais a lógica da conveniência do que da sacralização; vivenciamos os laços afetivos cada vez mais frágeis; acompanhamos a individualização sem precedentes levando a um narcisismo patológico: indivíduo autocentrado, esgotado e fatigado de si mesmo, como afirma Han (2017, p. 10). E talvez estejamos vendo agora, como próximo ato, a política sendo atravessada por essa nova mentalidade, a democracia se desmanchando no solvente do consumo.

Estudiosos contemporâneos do consumo, há praticamente duas décadas, já percebiam a prevalência da condição de consumidor sobre todas as outras condições humanas – inclusive a de cidadão. O conceito “turbo consumidor” de Lipovetsky e Serroy (2011) talvez seja o mais representativo desta centralidade. Mas nenhum deles foi capaz de imaginar onde isso desembocaria, por mais evidentes que fossem os sinais:

O fazer compras não pressupõe nenhum discurso. O consumidor compra aquilo que lhe apraz. Ele segue suas inclinações individuais. O *curtir* é o seu lema. Ele não é um *cidadão*. A responsabilidade pela comunidade caracteriza o cidadão. Ela falta, porém, ao consumidor (HAN, 2018, p. 118, grifos do autor).

Considerando, a partir disso, a condição atual e a história recente deste país, a situação fica ainda mais complexa. Isso porque tivemos, justamente nessas últimas duas décadas a coincidência do desenvolvimento social e do crescimento do consumo. Ou seja: assumimos uma nova condição social e conquistamos uma significativa melhora na qualidade de vida ao mesmo tempo em que – ou até porque – tivemos rápido, crescente e incentivado acesso ao consumo (FOGAÇA; PEREZ, 2014). Em outras palavras: grupos até então invisíveis socialmente alcançaram a visibilidade e o respeito através do consumo; a noção de que o Brasil, se não era, poderia vir a ser uma potência mundial se deu mais pelas marcas brasileiras que passamos a exportar e pelos produtos importados que passamos a consumir; a vida das pessoas melhorou mais na sua dimensão íntima e doméstica, com casas mais novas, mais bonitas, confortáveis e mais bem equipadas, com novas categorias de produtos e serviços passando a integrar as compras, do que na sua esfera pública, com ruas bem pavimentadas, ampliação do saneamento básico, segurança ou incentivo à alfabetização e saúde.

Não se quer com isso dizer que nenhum avanço se obteve nessas áreas mais estruturais, tampouco se está desprezando ou supondo que fossem fáceis de solucionar os desafios que se impõem aos governos, aos governantes e aos cidadãos. Mas o que vai ficando evidente é que se depositaram mais no consumo do que em qualquer outra área os sentidos ligados ao nosso recente processo de desenvolvimento. De modo que, hoje, com a crise econômica afetando diretamente o cotidiano das pessoas – sobretudo das mais pobres e daquelas mais dependentes das ações do Estado –, ou seja, reduzindo seu poder de consumo, o que temos é uma população carente – não de políticas públicas, mas de novos produtos –, insatisfeita – não com a deterioração da vida social, mas com a impossibilidade de manter seu padrão de vida individual (entenda-se, de compra) –, ressentida – não pelo que se deixou de fazer em termos de desenvolvimento humano, mas por tudo o que se desejou comprar e já não se pode – e enraivecida – não contra os agentes políticos, empresariais e bancários que, unidos, impedem o desenvolvimento, mas contra o outro diferente com quem não se tem a menor chance de identificação.

O ódio por “estes diferentes” se manifesta no discurso e em atos, em um certo “sentimento de desprezo ou mesmo de aniquilação” (PEREZ, 2017b, p. 30) que vem tomando conta das conversas presenciais, nas redes e nas ruas. Sobre este aspecto Dunker (2017), afirma que “a mera existência do outro é sentida como um decréscimo de felicidade, um raptó de gozo ao sujeito, uma ofensa à sua forma de vida” (DUNKER, 2017, p. 73). Ao que Souza (2017, p. 156) complementa com contundente reflexão sobre o papel de políticos, empresários, banqueiros e mídia, unidos na “elite do dinheiro” exercitando a dominância do capital financeiro sobre o cidadão como garantia de seus próprios e inescrupulosos privilégios.

Trazendo à baila os fatos, o que se constata é que “os dois governos Lula e o primeiro governo Dilma elevaram fortemente a base popular de consumo” (DOWBOR, 2017, p. 190), cumprindo o destino de amalgamar na experiência do cotidiano desenvolvimento social e acesso ao consumo, reforçando esta conexão.

Se os sucessivos governos petistas aumentaram largamente os gastos sociais, o mesmo não pode ser dito a propósito dos gastos com saúde e educação. Embora tenha crescido em termos absolutos devido ao bom desempenho da economia, declinaram em termos relativos (BRAGA, 2013, p. 81).

Foram governos, hoje se pode dizer, “bastante eficazes em gerar sintonia entre consumo e prosperidade, mais do que entre igualdade e proteção” (ALMEIDA, 2019, p. 43). Mas a situação mudou, o panorama se transformou e hoje já não restam muitas opções senão primeiro assumir que “conseguimos, até certo ponto, ajudar essa gente a se tornar bons consumidores. Mas não conseguimos transformá-los em cidadãos” (MUJICA, 2018).

O que conseguimos, isso sim, foi municiar cada indivíduo com pelo menos um bom aparelho de telefone celular – e todas as possibilidades maravilhosas que isso pode proporcionar, sem nenhum exagero ou ironia no adjetivo. Ou não foi nessa nova dimensão inaugurada pela popularização da internet que chegamos a enxergar inocentemente o nirvana democrático, o ápice do processo de consolidação da democracia liberal como regime predominante? Os discursos que deram o tom naquele momento em que a internet e seus artefatos viabilizadores eram ainda uma novidade a ser “comprada” sempre cuidaram de apontar as grandes e nobres possibilidades que eles trariam ao mundo. A vida individual e cotidiana ficaria mais fácil, mais prática, mais simples; ao mesmo tempo em que a vida social ficaria mais organizada, mais transparente, mais democrática. Todavia nos parece evidente que nem a vida de cada um ficou mais fácil, tampouco a sociedade ficou mais democrática.

Essas tecnologias de comunicação não são apenas ferramentas de descrição, mas sim de construção e reconstrução da realidade. Quando alguém atua através de uma dessas redes [sociais digitais], não está simplesmente reportando, mas também inventando, articulando, mudando. Isto, aos poucos, altera também a maneira de se fazer política e as formas de participação social (SAKAMOTO, 2013, p. 95).

E não estamos falando aqui apenas de partidos políticos, governos ou estados. De inúmeras outras instituições compõem-se também a vida social. Igrejas ou outras comunidades religiosas, universidades ou outras entidades científicas, imprensa ou outros órgãos ligados à comunicação, empresas, grêmios, clubes, sindicatos, associações, todos acabam se esvaziando nas suas funções essenciais – não de agrupar para este ou naquele objetivo concreto, mas de representar, simbolizar, significar –, contribuindo para uma

desarticulação simbólica da sociedade. “A promissora democracia digital sofreu um duro golpe quando as instâncias que detêm a mediação simbólica sofreram abalos consideráveis em termos de sua reputabilidade social” (DUNKER, 2019, p. 125).

Esse novo contexto que nos circunda, marcado por uma mentalidade e um comportamento que se moldam a partir dos princípios do consumo e que se dinamizam no ritmo, na linguagem e nas relações estabelecidas pela internet, traz impactos diretos na concepção de cidadania, na forma de enxergar as instituições e na forma de levar a própria vida social. O cientista político Mounk (2019) esclarece: “a experiência digital parece reduzir a distância, estimulando a ilusão subjetiva de que imagens e objetos se acasalam perfeitamente em ideais realizados de sucesso, felicidade e beleza” (2019, p. 122). Ao que Han (2018) complementa, chegando ao âmbito específico da política: “que tipo de política, que tipo de democracia seria pensável hoje, haja vista a esfera pública em desvanecimento, haja vista a egoificação e a narcisificação crescente do ser humano?” (HAN, 2018, p. 113).

Se o fim de todas as minhas ações deve ser o prazer, a diferenciação e a atualização; e se tudo aquilo com que eu me relaciono está perto, disponível, acessível e pode, a qualquer momento, ser bloqueado, cancelado, deletado ou simplesmente agredido, bastando um clique ou o deslizar dos meus dedos, o viver em sociedade se altera significativamente na mesma direção. Se o que move as ações e aquilo que as permite assume outros aspectos – neste caso, definidos pelo consumo e pelas novas tecnologias –, o que se tem é uma sociedade completamente nova, em que “a lei perde importância. Tem-se uma sociedade marcada por um processo de dessimbolização, tendencialmente perversa” (CASARA, 2018, p. 23). Uma sociedade também marcada pelo crescimento avassalador do individualismo e, no limite, pelo desaparecimento do outro.

Têm sido muito sintomáticos e significativos, nesse sentido, os acontecimentos recentes ligados à pandemia da COVID-19³. Como que em um laboratório real de aceleração e intensificação da rotina íntima e da vida em sociedade, veem-se impactos diretos e ainda mais dramáticos do que os que se apontam acima. A sensação de

³ A COVID-19 é uma doença causada por um vírus da família do coronavírus, o SARS-Cov-2, que tem se espalhado pelo mundo inteiro desde o fim de 2019, provocando grandes transformações, com impactos em diversas áreas.

desamparo e de desnorreamento e o desrespeito à lei – às que já existiam e às novas medidas tomadas pelos governos –, como consequência da dessimbolização das instituições, têm sido algo constante. É a desmedida importância do consumo que tem permitido que as pessoas, a imprensa e os próprios agentes políticos estejam estabelecendo uma absurda – porque simplesmente ilógica, não porque supostamente errada – equiparação autoexcludente entre “salvar a economia” e “salvar vidas”. A animosidade que se manifesta em agressões trocadas já não mais apenas de forma virtual, mas agora também na rua – seja de perto, com socos e xingamentos, seja de longe, com gritos e tiros – é resultado do efeito de aproximação e alcance que as formas digitais de comunicação nos ofereceram. E tudo isso tendo por pano de fundo as marcas precisando rever seus discursos, suas práticas e suas posturas, seja porque decidiram se aproveitar da situação – triste limite entre a oportunidade e o oportunismo, sem espaço para o senso de responsabilidade ou de compromisso –, seja porque o consumidor, este descrito anteriormente, tendo acesso via consumo a mais quase nada, passa a querer das marcas e das empresas quase tudo.

A função da publicidade

Considerando o que foi visto acima, chega-se ao questionamento do papel que a publicidade vem desempenhando e pode desempenhar enquanto discurso social institucionalizado do consumo e do capitalismo. Para tanto, é preciso assumir a perspectiva que nos permite a aproximação teórica com a antropologia, privilegiando da sua natureza sígnico-mediadora.

O lugar da publicidade na sociedade vai muito além desse contexto comercial. [...] A publicidade ultrapassou a fronteira da venda de bens de serviços e tem se envolvido com o ensino de valores sociais e pessoais; ela está também adentrando rapidamente o mundo da política. A publicidade também é, em um certo sentido, a arte oficial da sociedade capitalista moderna (WILLIAMS, 2011, p. 251).

É a partir dessa perspectiva, que associa a comunicação publicitária ao fenômeno do consumo, que se chegou, mais recentemente, ao amadurecimento do pensamento acadêmico sobre publicidade no Brasil. Não é parte dos nossos objetivos nos estendermos

na evolução desse pensamento, mas o fato é que nas últimas duas décadas essa questão foi pauta central dos principais eventos da área, esteve na essência de novos programas de pós-graduação, ocupou espaço significativo em muitos dos periódicos qualificados. De forma que, por mais que haja uma tradição teórica de se definir a publicidade por parâmetros externos e formais (produtores, meios, formatos, linguagem), desde o seu surgimento ela carrega consigo os seus elementos verdadeiramente essenciais e internos: a finalidade ligada ao consumo, a natureza sócio-cultural e a função mediadora.

Daí que a nós, publicitários, investigadores da comunicação e do consumo, caiba o desafio duplo de analisar crítica e objetivamente os movimentos conformadores da sociedade em que se dão os fenômenos que nos interessam, mas também de nos enxergar nesse movimento. Como esfera do conhecimento recente, que nasce primeiro como atividade profissional, se firma depois como área de formação em nível superior, para só então, não sem muito esforço, se estabelecer como campo científico, a publicidade não pode se distanciar das dinâmicas sociais, assumindo o olhar isento e condenatório dos que vivem isolados nas instituições de pesquisa. Também não pode se contentar em ser apenas escola e se responsabilizar somente por uma suposta qualidade dos profissionais que no futuro estarão no mercado. Aos pesquisadores de publicidade resta o mister de conciliar essas três dimensões – mercado profissional, campo científico e área de formação –, assumindo a participação direta e efetiva dessas três frentes da publicidade nesse cenário tão complexo que se descortina.

A publicidade é ao mesmo tempo o vetor e a vitrine da devastação. Contribui para a destruição ecológica do planeta, a deterioração do imaginário e a espetacular imbecilização. E encarna essa miséria de maneira exemplar, pelo desperdício que representa, pela idiotice que manifesta, pela feiura que exhibe e pelo cinismo que espalha (MARCUSE, 2012, p. 163).

Pode-se ser crítico como os autores acima citados. Pode-se adotar postura mais otimista – por mais difícil que isso seja, dado o cenário atual já apresentado. O que não se pode é deixar de enxergar a posição que a publicidade ocupa nas dinâmicas da sociedade contemporânea. Tendo uma natureza eminentemente mediadora, a publicidade não pode escapar à discussão. Até porque, se participamos de tudo isso até agora, dando

a melhor aparência possível aos discursos que nos trouxeram até aqui – marcas, campanhas, posicionamentos, estratégias –, não há de ser agora que nos será permitido fugir.

Foi ao longo dessas últimas décadas, assinaladas como já se disse pela centralidade do consumo, que a publicidade também se transformou. Um mercado relativamente bem desenvolvido e um consumidor já dotado de instrumentos tecnológicos que o tiram da condição de mero receptor permitiram que a propaganda assumisse também seu papel nesse roteiro. E não demorou para que marcas dos mais diversos segmentos, justamente em reação a essa maximização generalizada do consumo, transmutassem seus discursos e suas práticas. De fábricas produtoras e vendedoras de mercadorias, transformaram-se em instituições simbólicas representantes de valores (LIPOVETSKY, 2007; BATEY, 2010; PEREZ, 2017a, SALDANHA, 2018). E mais além: de empresas assentadas no mais sólido tecido industrial, alçaram-se ao patamar de entidades semânticas, defensoras de causas típicas do mais abstrato tecido sociocultural, na grande maioria das vezes lançando mão de robusto aparato comunicacional, com especial destaque para a chamada publicidade de causa.

Foi assim que vimos as marcas assumindo inéditos papéis de representação e referência; vimos os produtos praticamente desaparecerem dos anúncios publicitários, dando lugar aos significados, aos conceitos, aos valores – e, mais recentemente, às ditas causas.

O que se observa, nos últimos anos, é uma tentativa de incorporação de valores sociopolíticos na construção de marcas de bens tangíveis ou simbólicos a jovens consumidores. Estrategistas de marketing, profissionais de planejamento publicitário, criativos de agências têm dedicado seus esforços para criar uma teia de significados para as marcas cada vez mais associados aos valores da cultura política (MACHADO, 2011, p. 139).

Para vender maquiagem, mulheres trans; para reposicionar cerveja, mulheres empoderadas. Para anunciar novo perfume, casais gays; para oferecer serviços bancários, leitura para crianças. Há uma participação direta da publicidade no processo de dessimbolização das instituições ditas tradicionais e concomitante simbolização das entidades mercadológicas – as marcas. Ao preenchermos essas marcas de significados

cada vez mais centrais à vida social, ajudamos a criar um entendimento de que as funções institucionais deveriam ser trasladadas de onde quer que estivessem para aquelas novas entidades simbólicas, que ofereciam acesso a esses sentidos por meio de produtos tão saborosos e campanhas tão encantadoras.

Foi um grupo de publicitários que, para vender mais whisky, concretizou aos olhos de todos nós, não sem provocar arrepios, lágrimas no canto dos olhos ou pelo menos uma faísca de orgulho, a sonhada imagem do gigante adormecido que desperta, se impõe como paisagem transformada em força, e caminha rumo ao futuro e ao desenvolvimento: “keep walking, Brazil”. Foi de uma agência de propaganda que surgiu a inesquecível frase, meio brado, meio slogan, “vem pra rua”, criada para vender automóveis, mas que acabou emblemando discursos e chamamentos dos movimentos nas redes e nas ruas de 2013 a 2015 em todo o país. Orgulho do nosso país, concepção de brasilidade, sensação de desenvolvimento, respeito à diferença, valores familiares, quantos não foram os sentidos inegavelmente centrais à vida de qualquer indivíduo que passamos a encontrar de forma mais rápida, mais fácil e mais prazerosa nos produtos, nas marcas e nas campanhas publicitárias? O quanto não (nos) fizemos convencer de que a felicidade estava numa garrafa de refrigerante, que a força residia num prato de arroz com feijão, que a qualidade se definia por salsichas e presuntos, que a confiança estava numa peça de picanha, que a gentileza era medida por seguradoras, que a criatividade se resumia a um sabão em pó?

E muita gente – pesquisadores da área, inclusive, além, claro, de publicitários e executivos do mercado – acreditou que isso era efeito de uma mudança maior. Depositamos todas as nossas expectativas no consumo, esvaziando qualquer outra possibilidade de ação efetiva para a transformação da sociedade. Acreditamos, por anos, que bastava que as marcas trouxessem as questões sociais para os seus belos e perfeitos discursos, que nada mais precisava ser feito. Fomos capazes de esquecer por alguns instantes – por quantas décadas, afinal? – que, na publicidade, por princípio, tudo é bonito, agradável e feito para vender. De modo que todas as causas que nela se viram talvez não tenham passado de mero panfleto, de mera vitrine, de mero artefato para o consumo.

Sim, causas. Criamos – ou, se não criamos, adotamos, levamos adiante, assumimos como possibilidade – algo que se costumou chamar de marketing e/ou

publicidade de causa (POMPEU e PEREZ, 2019). Começamos a falar que as marcas e as empresas deveriam ter propósito, numa espécie de desmercadologização das lógicas e dos processos corporativos, deixando sugerido no ar que as grandes companhias existem para fazer o bem aos outros, à sociedade e – por que não? – à humanidade. É de se perguntar em quais proporções de cinismo, inocência, ignorância e irresponsabilidade se baseia a receita desse rocambole nefasto e envenenado que preparamos ao longo dos últimos anos, servido e apreciado em salas de reunião, auditórios de palestras, eventos para executivos e bancos universitários.

Porque, ao fingirmos que acreditamos que o propósito de uma empresa é outro, que não alcançar o lucro, simplesmente impedimos a crítica ao seu modelo ou os questionamentos mais objetivos sobre suas práticas. Se uma empresa que vende sucos, biscoitos e chocolates, por exemplo, passa a existir em função de espalhar a alegria e promover o estado generalizado de contentamento, o que resta a nós, consumidores, pesquisadores, cidadãos, se não “abraçar a causa”, engrossar a massa e correr para o supermercado mais próximo? Se dentro das lindas embalagens não existem mais barras de chocolate ou bombons recheados, e sim bilhetes de acesso instantâneo ao estado pleno de euforia, para onde se pode apontar as críticas à origem e à qualidade da matéria-prima dos seus produtos, à sua participação no processo de aumento da obesidade? Mais perverso ainda: se eu sou funcionário dessa empresa, que agora trabalha pela democratização da alegria, como posso discordar do que diz o plano estratégico? Até que ponto consigo não me sentir obrigado a me sacrificar? Com que argumentos posso ir ao meu chefe e dizer que estou ganhando pouco pelo que faço?

Não se pode simplesmente esquecer que a grande maioria dessas empresas que agora destilam propósitos por vias publicitárias é de capital aberto, têm ações na bolsa. Onde o questionamento é inevitável: alguém que recorre à bolsa de valores o faz com qual propósito? O indivíduo que resolve se lançar ao mercado financeiro e comprar ações de uma dessas empresas tem em mente o enriquecimento individual ou o desenvolvimento coletivo? Dito de outra maneira: quais causas defendem os acionistas de uma empresa? Ao menor movimento de queda nos rendimentos, que não se duvide, os propósitos vão às favas.

E, sem deixar de destacar a coincidência nas palavras, quem complementa é Bauman (2008): “para um tipo de sociedade que proclama que a satisfação do consumidor é seu único motivo e seu maior propósito, um consumidor satisfeito não é motivo nem propósito – e sim a ameaça mais apavorante” (BAUMAN, 2008, p. 126).

Mas a questão pode ser ainda mais complexa. A ideia – equivocada – de que as marcas e as empresas devem ter um propósito ou uma causa não apenas demonstra uma miopia doentia a respeito do funcionamento de uma sociedade, como também funciona como perfeito mecanismo de enfraquecimento da crítica, do questionamento e, conseqüentemente, do aperfeiçoamento. Funciona em favor da polarização, do maniqueísmo, da radicalidade e, ao fim, à deterioração e à precarização de diversas esferas da vida social contemporânea. Empresas existem para alcançar o lucro. E é entendendo isso que se vai poder exigir de cada uma delas produtos de melhor qualidade, serviços realmente eficientes, processos menos danosos ao homem e ao meio ambiente, práticas menos nocivas aos seus funcionários, contratos com outras empresas baseados na responsabilidade mútua, políticas mais adequadas ao mundo em que vivemos, ações realmente efetivas junto às comunidades etc.

A busca do bem-estar material pode ocupar o lugar da ação política, em vez de termos indivíduos preocupados com os assuntos políticos da comunidade teremos indivíduos egoístas e apáticos, sem nenhuma preocupação com o outro. (...) Se o mercado, na intensidade do seu desenvolvimento, tornou frágeis todas as instituições existentes, se ele desenraizou o homem do seu contexto tradicional e comunitário, todas as medidas tomadas para controlá-lo deverão considerar esta instabilidade que veio a ser um dado bruto dos tempos modernos (ROSENFELD, 2008, p. 23).

Não se trata de criticar o modelo geral capitalista, mas, sim, de entender que ele deve ser aperfeiçoado pelos seus gestores, regulado pelo estado, controlado por uma população lúcida e consciente, para que seu funcionamento garanta, ao mesmo tempo, o enriquecimento de seus acionistas, o conforto de seus altos executivos, a dignidade de seus inúmeros funcionários e a condição básica de vida para toda a gente. E, por mais que essa ideia possa parecer utópica, idealista ou até mesmo inocente, certo é que em nada

também contribui essa nova tendência de marcas apoiando causas em discursos publicitários.

Até porque o tecido social e o tecido industrial se organizam e funcionam sob lógicas diametralmente distintas. Causas são ideias defendidas coletivamente, são abstrações que sintetizam práticas e valores desejados por um grupo de pessoas, que trabalham para que outras pessoas queiram o mesmo. Ou seja: causas têm a ver com atitude de convencimento, negociação e ajustamento de expectativas, convicção e perseverança. Quem defende uma causa quer que seu discurso se espalhe, quer que ao seu lado estejam mais pessoas, outras pessoas, pessoas diversas. Defender ou ter uma causa é querer no mesmo palanque, no mesmo lado da história, a maior quantidade possível de pessoas e entidades, não supondo que todos concordem com tudo, mas entendendo que há momentos em que os sentidos que norteiam nossa existência nos impõem também decisões radicais, das quais não se pode fugir.

Já o mercado trabalha em outro paradigma. Décadas de aperfeiçoamento nas práticas e nos manuais de marketing nos fizeram entender que, para alcançar seus objetivos, uma empresa precisa se diferenciar. Seu concorrente não é quem pensa diferente, defende outras ideias ou assume outros valores; pelo contrário, são aqueles que fazem a mesma coisa, segundo a mesma cartilha. Marcas existem para mostrar às pessoas que produtos iguais podem ser diferentes. Causas existem para que pessoas diferentes possam se reconhecer iguais.

É necessário repensarmos o consumo. Vivemos em um país capitalista, em que o consumo é central, o que nos impede de simplesmente negá-lo. No entanto, é importante que consigamos redimensioná-lo, tornando-o parte de uma ecologia política, cidadã e promotora do efetivo desenvolvimento humano – cognitivo e emocional. Não se pode mais acreditar que tudo – que todos os problemas, todos os dilemas, todas as questões – se resume a ou se resolve com consumo, com marcas, com empresas. Defendemos aqui, portanto, a normalização e o redimensionamento do consumo. Não é negá-lo; é entender qual deve ser o seu tamanho e o seu lugar na sociedade contemporânea. Mas que fiquemos atentos, porque “(...) o perigo não é a passividade, mas, sim, a pseudoatividade, a ânsia de ‘ser ativo’. (...) Precisamos dar um passo atrás e pensar, para adquirirmos a capacidade de intervir efetivamente na nossa situação”. (ZIZEK, 2019, p. 331)

Este texto é a tentativa de se dar um passo atrás, de se enxergar a situação por outro ângulo, de buscar a profundidade necessária diante do que estamos vivendo. Enquanto publicitários – de agência, de sala de aula ou de academia – não se dedicarem ao entendimento mais complexo da dita publicidade de causa, estaremos simplesmente favorecendo o recrudescimento daquilo que imaginamos combater.

Considerações finais

A relação intrincada e inegável que existe entre a sociedade, o mercado e a comunicação publicitária nos obriga a entender que não há sociedade em convulsão ou democracia em vertigem que não respondam, em alguma medida, ao que se pratica no mundo das empresas e ao que se espalha por aí em propaganda. Há, portanto, que se pensar a publicidade exatamente a partir dessas relações. Faz-se urgente uma revisão epistemológica da publicidade, que redefina suas bases e sua função na sociedade. É isso o que cabe a nós, pesquisadores da área. Temos a obrigação de levar adiante uma revisão epistemológica que ultrapasse os muros do meio acadêmico, que alcance as salas de aula e que ecoe nos corredores das agências, dos veículos e dos anunciantes. É em favor do desenvolvimento da sociedade e do bem-estar das pessoas que o fazer, o pensar e o ensinar publicidade devem existir. E isso passa diretamente pela normalização do consumo e pelo redimensionamento da própria publicidade: “uma publicidade mais cuidadosa e atenta àquilo que escapa a um olhar mais acomodado, àquilo que as pessoas acham normal e que deveria ser diariamente questionado pelos que fazem e veem publicidade”, como sugere Zagallo (2007, p. 138), mas que pode reencontrar sua relevância e sua importância social em tantos outros aspectos.

A chamada publicidade de causa, como geralmente tem se apresentado, não tem demonstrado efetivas contribuições para a solução dos problemas que a suscitam. Ao contrário: ao fusionar a lógica do consumo com a lógica social, acaba confundindo, na medida em que sugere um caminho de solução mediado pela marca. Que, como tal, oculta sua inequívoca razão de existência – que é vender, lucrar e crescer. Daí ser sintomático o crescente investimento por parte das empresas em tecnologias e mecanismos de mensuração de retorno sobre investimentos em campanhas dessa natureza, sem esforço equivalente na verificação dos supostos efeitos positivos gerados na sociedade. Ou seja:

não só esse tipo de publicidade não soluciona as questões sociais urgentes, como também, ao desvirtuar o entendimento de quem são os efetivos responsáveis pela sociedade, contribui para a deterioração daquilo que aparentemente ela quer resolver.

Assim sendo, é recomendado que se estabeleça uma agenda investigativa e formativa que contribua nesse sentido. É importante que pesquisas, como essa de que deriva este texto, mais centradas nos aspectos teóricos e epistemológicos da publicidade sejam levadas a cabo por diferentes perspectivas, para que das discussões e dos embates surjam melhores e mais avançados entendimentos. É importante que as pesquisas mais aplicadas, de análise de campanhas, amparadas pelo aparato teórico já produzido, ganhem profundidade nas reflexões geradas, rigor nos métodos utilizados e relevância ao considerar o contexto em que se dão. Assim como é indispensável que os vínculos entre a pós-graduação e a graduação se estreitem e se adensem, fazendo chegar ao plano da formação em nível superior o que se discute na esfera acadêmica.

Publicidade é comunicação, é conteúdo, é linguagem, é imagem – é indiscutível que tenha, portanto, participação fundamental na vida contemporânea. Comunicação que informe, esclareça, questione, toque, sensibilize, integre; conteúdos que despertem, preencham, complementem; linguagem inteligente, sofisticada, estimulante; imagens representativas, emancipatórias, sensibilizadoras. Que novas pesquisas se desenvolvam nesse sentido, de se reconhecer outras e melhores possibilidades para a propaganda. Que a publicidade funcione a favor do desenvolvimento – emocional, cognitivo, humano, social. Que outra vez possamos nos sentir participando positivamente da construção do mundo em que queremos viver. Não vamos salvar a humanidade, mas ninguém vai querer se sentir parte do motor que a destruiu. E o desafio que se impõe – aos pesquisadores, aos professores e aos profissionais de publicidade – é o de não se acomodar no mero reconhecimento da sua participação nesse processo e assumir que o seu fazer é e deve ser político.

Referências

ALMEIDA, Ronaldo de. Deus acima de todos. In: **Democracia em risco?**: 22 ensaios sobre o Brasil hoje. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

- BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- BATEY, Mark. **O significado da marca**. Rio de Janeiro: Best Business, 2010.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1970.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BRAGA, Ruy. Sob a sombra do precário. In: **Cidades rebeldes: Passe Livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2013.
- CASARA, Rubens. **Sociedade sem lei: pós-democracia, personalidade autoritária e barbárie**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.
- DAMATTA, Roberto. Prefácio. In: Rocha, Everardo. **Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade**. São Paulo: Brasiliense, 2010.
- DOMINGUES, Petrônio. Democracia e autoritarismo: entre o racismo e o antirracismo. In: **Democracia em risco?: 22 ensaios sobre o Brasil hoje**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. (1979). **O mundo dos bens: para uma antropologia do consume**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.
- DOWBOR, Ladislau. **A era do capitalismo improdutivo: a nova arquitetura do poder, sob dominação financeira, sequestro da democracia e destruição do planeta**. São Paulo: Autonomia Literária, 2017.
- DUNKER, Christian. Psicologia das massas digitais e análise do sujeito democrático. In: **Democracia em risco?: 22 ensaios sobre o Brasil hoje**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.
- _____. **Reinvenção da intimidade: políticas do sofrimento cotidiano**. São Paulo: Ubu, 2017.
- ECO, Umberto. **A estrutura ausente**. São Paulo: Perspectiva, 1974.
- FOGAÇA, Jôse; PEREZ, Clotilde. Felicidade adjetivada: polifonia conceitual, imperativo social. **Intercom – RBCC**. São Paulo, v.37, n.1, p. 217-241, jan./jun. 2014.
- HAN, Byung-Chul. **No enxame: perspectivas do digital**. Petrópolis: Vozes, 2018.
- _____. **A agonia do Eros**. Petrópolis: Vozes, 2017.
- LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **Cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

MACHADO, Mônica. **Consumo e politização**: discursos publicitários e novos engajamentos juvenis. Rio de Janeiro: MauadX, 2011.

MACHADO, Monica; BURROWES, Patrícia; RETT, Lucimara. Para ler a publicidade expandida: em favor da literacia midiática para análise dos discursos das marcas. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 26., 2017, São Paulo. **Anais eletrônicos**. Disponível em: https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/05/Caderno_de_resumos_Compos2017.pdf. Data de acesso: 25 de abril de 2020.

MARCUSE, Grupo. **Sobre a miséria humana no meio publicitário**: por que o mundo agoniza em razão do nosso modo de vida. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

MATTELART, Armand. **Comunicação-mundo**: história das ideias e das estratégias. Petrópolis: Vozes, 1994.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura & consumo**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2003.

MOUNK, Yascha. **O povo contra a democracia**: por que nossa liberdade corre perigo e como salvá-la. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

MUJICA, José. Transformamos pobres em consumidores e não em cidadãos, diz Mujica. [Entrevista concedida a] Ana Maria Bahiana. **BBC News Brasil**. São Paulo, 21 dez. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-46624102>. Acesso em: 28 jun. 2019.

PEREZ, Clotilde; TRINDADE, Eneus. Embalagens Est-Éticas: materialização de valores sociais marcários. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 40, Curitiba. **Anais**. São Paulo: Intercom, 2017.

PEREZ, Clotilde. **Signos da marca**: expressividade e sensorialidade. São Paulo: Cengage Learning, 2017a.

_____. Signos do ódio ou a real missão impossível. In: ARAÚJO, Paulo, CARPIGIANI, Berenice, PEREZ, Clotilde, DANTAS, Bruna, CARVALHO, Francione (orgs.) **Ensaio sobre o ódio**. São Paulo: LiberArs, 2017b.

_____. Ecosistema publicitário: o crescimento sógnico da Publicidade. In **Intercom Nacional – GP Publicidade**. São Paulo: Intercom, 2016.

POMPEU, Bruno; PEREZ, Clotilde. **La teoría de los interpretantes de Peirce como medio de compresión y gestión de las causas de marca**. In 14º. Congresso Mundial de Semiótica. Buenos Aires: AISS, 2019.

POMPEU, Bruno. A normalização do consumo e a publicidade. In: Propesq PP – Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, 10, 2019, São Paulo. **Consumo, existência, resistência**. São Paulo: ABP2, 2019.

_____. Da sola do pé à palma da mão: a publicidade construtora em momentos de crise. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 39, 2016, São Paulo. **Anais**. São Paulo: Intercom, 2016.

ROCHA, Everardo. **Magia e capitalismo**: um estudo antropológico da publicidade. São Paulo: Brasiliense, 1995.

ROSENFELD, Denis L. **O que é democracia**. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 2008.

SALDANHA, Patrícia. Publicidade Social: uma posição brasileira inicial sobre as possibilidades contra-hegemônicas da comunicação publicitária a partir da apropriação das tecnologias móveis. **Correspondencias & Análisis**, San Martín de Porres, n. 8, p.147-163, jan-nov., 2018.

SAKAMOTO, Leonardo. Em São Paulo, o Facebook e o Twitter foram às ruas. In: **Cidades rebeldes**: Passe Livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil. São Paulo: Boitempo, 2013.

SOUZA, Jessé. **A elite do atraso**. Da escravidão à Lava Jato. Rio de Janeiro: Leya, 2017.

VEBLEN, Thorstein. (1899). **A teoria da classe ociosa**. São Paulo: Editora Abril, 1988.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Unesp, 2011.

ZAGALLO, Ricardo. A publicidade como possibilidade. In: PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo (orgs.). **Hiperpublicidade**: fundamentos e interfaces. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

ZIZEK, Slavoj. **A coragem da desesperança**: crônicas de um ano em que agimos perigosamente. Rio de Janeiro: Zahar, 2019.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Livre
Volume 14, Número 3, set./dez. de 2020
Submetido em: 14/11/2019
Aprovado em: 22/07/2020

Educomunicação e Autoetnografia: diálogos e aproximações

Educommunication and Autoethnography: dialogues and approaches

Educomunicación y autoetnografía: diálogos y enfoques

Teresa Mary Pires de Castro MELO¹
André Luiz Rodrigues de CAMARGO²

Resumo

Este artigo tem por objetivo refletir sobre as aproximações entre a Educomunicação e a Autoetnografia. A primeira, um conceito e a segunda, uma metodologia, que dialogam entre si por um elemento comum: o processo. Como introdução ao tema trazemos a ideia de Comunicação como um direito humano - por meio de Murilo Ramos, que chama a atenção para a “mudança de perspectiva” da Comunicação. Para apresentar a Educomunicação estaremos ao lado de pensadores basilares do conceito: Paulo Freire, Mário Kaplún, assim como de Grácia Lopes Lima, que destaca o processo como fundamento da prática educacional. Para pensar a Autoetnografia estaremos amparados nas leituras de Scribano e De Sena, Heewon Chang e Rodrigo Alberto Lopes.

Palavras-chave: Processo. Educomunicação. Autoetnografia. Comunicação como Direito Humano. Produção coletiva de comunicação.

Abstract

This article aims to reflect on the approximations between Educommunication and Autoethnography. The first, a concept and the second, a methodology, that dialogue with each other by a common element: the process. As an introduction to the theme we bring the idea of Communication as a human right - through Murilo Ramos, who draws attention to the "change of perspective" of Communication. In order to present the

¹ Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Docente Associada do Departamento de Ciências Humanas e Educação (DCHE) e do Programa de Pós Graduação em Estudos da Condição Humana (PPGECH) da Universidade Federal de São Carlos. Líder do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Tecnologia, Cultura e Sociedade (NEPETECS). E-mail: teresamel@ufscar.br. ORCID: 0000-0003-3893-1962.

² Mestre em Educação pelo Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal de São Carlos – campus Sorocaba. Docente de Língua Portuguesa na Rede Pública do Estado de São Paulo. Atua também nas Escolas Técnicas (Etecs) de Piedade e Mairinque (SP). Experiência na área de Letras, com ênfase em Língua Portuguesa e Literatura Brasileira, atuando principalmente nos seguintes temas: Gêneros Textuais. Comunicação e Semiótica e Texto Jornalístico. E-mail: professor.andrecamargo@gmail.com. ORCID: 0000-0002-4914-6516.

Educommunication, we will be alongside the basic authors that contributed to the concept: Paulo Freire, Mário Kaplún, as well as Grácia Lopes Lima, which highlights the process as the foundation of educommunication practice. To think Autoethnography we will be supported in the readings of Scribano and De Sena, Heewon Chang and Rodrigo Alberto Lopes.

Keywords: Process. Educommunication. Autoethnography. Communication as Human Right. Collective production of communication.

Resumen

Este artículo tiene como objetivo reflexionar sobre las aproximaciones entre educomunicación y autoetnografía. La primera, un concepto y la segunda, una metodología, que dialogan entre sí por un elemento común: el proceso. Como introducción al tema, traemos la idea de la Comunicación como un derecho humano - a través de Murilo Ramos, que llama la atención sobre el “cambio de perspectiva” de la Comunicación. Para presentar la Educomunicación estaremos junto a pensadores fundamentales del concepto: Paulo Freire, Mário Kaplún, así como Grácia Lopes Lima, que destaca el proceso como fundamento de la práctica educomunicativa. Para pensar la Autoetnografía nos apoyaremos en las lecturas de Scribano y De Sena, Heewon Chang y Rodrigo Alberto Lopes.

Palabras clave: Proceso. Educomunicación. Autoetnografía. Comunicación como Derecho Humano. Producción de comunicación colectiva.

Introdução

O tempo (curto, porém intenso) da realização de uma pesquisa de mestrado abraça muitas ações e reflexões e as alterações no projeto inicial se fazem necessárias no refinamento – entre elas a adequação da metodologia. É durante o processo de construção da pesquisa e dos diálogos entre o pesquisador que inicia e o que caminha a seu lado, nessa relação orientador-orientando, que os eixos do trabalho podem passar por reconstruções.

Este texto é resultado de um tempo como esse, no qual a metodologia não foi uma escolha, mas uma indicação do próprio trabalho. A palavra ‘processo’ veio para o centro da pesquisa em um determinado momento e trazemos aqui, depois desse tempo (curto, porém intenso) alguns apontamentos sobre a conexão entre o processo educomunicativo (escolha feita no início do mestrado) e o processo autoetnográfico (metodologia escolhida no decorrer do mestrado).

Examinando de perto a palavra “processo”, destacamos duas das sete definições de Borba (2004, p. 1125): 1. *curso, seguimento, marcha*; 2. *sucessão de eventos de um conjunto*. Estas definições reúnem um duplo movimento, o primeiro pressupondo uma ação do sujeito e o segundo pressupondo a influência do que está fora do sujeito, que é afetado pelos espaços, tempos, pessoas e situações que encontra ao longo do processo. É este processo que consideramos aqui.

Este texto pretende iluminar a palavra “processo” a partir do conceito de Educomunicação e da metodologia da Autoetnografia buscando observar seus diálogos e aproximações.

Para tanto, partimos da ideia de Comunicação como direito humano para em seguida pensar a Educomunicação como potencialmente um campo de efetivação desse direito; na sequência, examinamos bases e definições sobre Autoetnografia para, estabelecidas essas premissas, examinar essa parceria, que nos parece possível.

Comunicação como direito humano

Os processos em que grupos e comunidades estão envolvidos, como sujeitos de sua própria Comunicação - em qualquer lugar, com quaisquer grupos sociais, idades, gêneros, com ou sem tecnologias digitais - são a base do que podemos chamar Comunicação como direito humano o qual, segundo Ramos (2005, p. 204-205) “podemos considerar ‘de quarta geração’, mas que está ainda muito longe de ser reconhecido como tal”.

O autor recorda que há várias gerações de direitos humanos, as quais vieram se acumulando ao longo das lutas por direitos civis, de ordem individual (liberdade pessoal, de pensamento, de religião, de reunião e liberdade econômica); políticos, relacionados à participação como cidadão (liberdade de associação nos partidos, direitos eleitorais); sociais, os quais devem ser garantidos pelo Estado (direito ao trabalho, à assistência, ao estudo, à tutela da saúde). O autor chama a atenção para a presença ao direito à liberdade de expressão elencado já na primeira geração, o que foi desdobrado como um direito à informação, ou melhor, o acesso à informação – o que seria insuficiente.

Na origem dessa compreensão está um debate no âmbito da UNESCO³ sobre a questão da comunicação e da democracia, entre os anos 1960 e 1970 do século XX. Já nos anos 60, Jean D'Arcy, da ONU, afirma:

Tempo virá em que a Declaração Universal dos Direitos Humanos terá de abarcar um direito mais amplo do que o direito do homem à informação, prevista pela primeira vez 21 anos atrás, no artigo 19. Este é o direito do homem de se comunicar. Esse é o ângulo a partir do qual o desenvolvimento futuro das comunicações terá que ser considerado para ser totalmente compreendido⁴ (D'ARCY, 1977, p. 1).

O acúmulo desse debate resultou no Relatório MacBride, em 1980, com o nome “Um mundo e muitas vozes – comunicação e informação na nossa época”, o qual preconiza:

Hoje em dia se considera que a comunicação é um aspecto dos direitos humanos. Mas esse direito é cada vez mais concebido como o direito de comunicar, passando-se por cima do direito de receber comunicação ou de ser informado. Acredita-se que a comunicação seja um processo bidirecional, cujos participantes – individuais ou coletivos – mantêm um diálogo democrático e equilibrado. Essa ideia de diálogo, contraposta à de monólogo, é a própria base de muitas das ideias atuais que levam ao reconhecimento de novos direitos humanos (*apud* RAMOS, 2005, p. 247).

Ramos (2005, p. 246) explica a reação de parte da sociedade mundial ao relatório:

Para o pensamento neoliberal que então começava seu período de hegemonia, era absurdo se pensar a comunicação na ótica de políticas nacionais. Mais absurdo ainda era pensar a comunicação como um direito mais amplo do que o consagrado, mas restritivo, direito à informação, do qual beneficiava-se fundamentalmente a imprensa, enquanto instituição, e seus proprietários privados, como agentes privilegiados de projeção de poder sobre as sociedades.

³ Unesco, órgão das Nações Unidas que trata da educação, ciência e cultura.

⁴ Tradução livre dos autores. No texto “Time will come when the Universal Declaration of Human Rights will have to encompass a more extensive right than man's right to information, first laid down 21 years ago in Article 19. This is the right of man to communicate. This is the right of man to communicate. It is the angle from which the future development of communications will have to be considered if it is to be fully understood.”

Assim, a pauta do direito à produção de Comunicação tem tido dificuldade de ser inserida no debate social, especialmente no Brasil, seja por não estar na agenda de instituições formadoras de opinião, seja pela deturpação das iniciativas de regulação dos meios de comunicação (que sempre são nomeadas como “tentativa de censura”), seja pela ausência de políticas públicas nesse campo. É certo que são complicadas as relações do tema com as condições econômicas, políticas e sociais, e como afirma o autor:

A reivindicação da democratização da comunicação tem diferentes conotações, muitas além das que se costuma acreditar. Compreende evidentemente o fornecimento de meios mais numerosos e variados a maior número de pessoas, mas não se pode reduzir simplesmente alguns aspectos quantitativos a um suplemento de material. Implica acesso do público aos meios de comunicação existentes, mas este acesso é apenas um dos aspectos da democratização. Significa também possibilidades mais amplas – para as nações, forças políticas, comunidades culturais, entidades econômicas e grupos sociais – de intercambiar informações num plano de igualdade, sem domínio dos elementos mais fracos e sem discriminações. Em outras palavras, implica mudanças de perspectiva (2005, p. 250).

É sobre uma das possibilidades dessa “mudança de perspectiva” e da sua potência para a efetivação da Comunicação como direito humano que vamos nos debruçar aqui: a Educomunicação.

Educomunicação: o processo como pedra de toque

A partir da ideia de mudança de perspectiva na Comunicação, assim como a de troca de informações em um nível de igualdade, e da possibilidade de constituir-se tradutora de indivíduos e comunidades, entendemos que a Educomunicação pode contribuir com qualidade para essa mudança.

Para que o direito à comunicação seja realmente transformador, uma das chaves é o modo de produção dessa comunicação, não baseada na lógica dos meios-empresas comerciais de comunicação. Se o princípio de produção, distribuição e avaliação difere dos meios tradicionais, o foco deve ser desviado da qualidade do produto construído para a qualificação do “processo de produção”. Ou seja: o campo da Educomunicação pode ser considerado bastante amplo para abarcar muitos conceitos, muitas práticas, muitos

espaços de ação, muitos ‘produtos’. No entanto, o que entendemos aqui como Educomunicação tem como base o processo.

Nesse sentido, trazemos dois autores basilares para pensar esse processo e uma autora que realiza a síntese desses conceitos a partir de experiências com esses processos.

Paulo Freire e processos

Da obra de Paulo Freire vamos examinar alguns conceitos que nos trazem algumas pistas sobre o enfoque do processo. Para isso, vamos lê-lo a partir do olhar de um estudioso da Comunicação como direito humano, o Professor Venício A. de Lima, em seu livro “Comunicação e cultura: as ideias de Paulo Freire”, resultante da pesquisa de doutorado. Lima (2011, p. 25) entende que tanto o ponto de vista de D’Arcy quanto o relatório Mac Bride “consagravam a perspectiva dialógica da comunicação que já havia sido elaborada, do ponto de vista conceitual, por Freire no ensaio ‘Extensão ou Comunicação?’”.

O autor aprofunda a aproximação ao conceito de Comunicação nessa obra de Freire, escrita em 1968, como indicadora de reflexões e práticas para o programa de Reforma Agrária do Chile). Embora tenha sido esta a única vez em que Freire escreve sobre Comunicação propriamente dita, a obra é basilar para se entender o pensamento freireano e o conceito de produção de comunicação enquanto processo. Diz Lima:

Freire se diferencia da tradição dialógica dominante ao recorrer à raiz semântica da palavra comunicação e nela incluir a dimensão política da igualdade, da ausência da dominação. A comunicação implica um diálogo entre sujeitos mediados pelo objeto de conhecimento que, por sua vez, decorre da experiência e do trabalho cotidiano (LIMA, 2011, p. 26).

O autor aponta, neste parágrafo, elementos importantes do pensamento de Freire para a atenção ao processo: o dialogismo que está na raiz da comunicação, a experiência e o trabalho cotidiano. Ambos conceitos estão apoiados na ideia de movimento e de acúmulo. Mas, para apontar a mudança de perspectiva inclui “a dimensão política da igualdade, da ausência de dominação”. A produção de Comunicação, nesta perspectiva, representa - no nosso ponto de vista - a mudança de perspectiva à qual Ramos se refere.

Alguns outros conceitos freireanos são abordados na obra de Lima os quais o autor julga importantes para a Comunicação. Um deles é ideia de que os seres humanos são sujeitos criativos e não objetos. Embora os sistemas opressivos tratem os seres humanos como objetos, desumanizando-os, “isso não altera a ‘vocação ontológica do homem, que é a de ser Sujeito’”. Freire destaca essa condição de Sujeito como uma consequência da Comunicação: “Os homens [...] não podem ser verdadeiramente humanos sem a comunicação, pois são criaturas essencialmente comunicativas. Impedir a comunicação equivale a reduzir o homem à condição de ‘coisa’” (LIMA, 2011, p. 86-87).

Evidentemente Freire não se referia aqui à Comunicação enquanto ‘mídia’ ou meio de comunicação’, mas a uma abrangência mais ampla das questões comunicacionais - dentro das quais encontra-se, em nosso ponto de vista, o direito ao acesso e à produção de Comunicação e seu aspecto processual. Lima reforça que a Comunicação, segundo Freire, está baseada no diálogo, na interação e na realidade social:

Enfatizando que a comunicação significa coparticipação dos Sujeitos no ato de pensar, que o objeto de conhecimento não pode se constituir no termo exclusivo do pensamento, mas de fato, é seu mediador, e que o conhecimento é construído por meio das relações entre os seres humanos e o mundo, Freire está, na verdade, definindo a comunicação como situação social na qual as pessoas criam conhecimento juntas, transformando e humanizando o mundo em vez de transmiti-lo, dá-lo ou impô-lo (LIMA, 2011, p. 89).

Decorrente da ideia de transformação, Lima (2011, p 90) aponta a dimensão política que Freire considera fulcral no ato de conhecer: “Como se torna claro, Freire considera crucial que o princípio filosófico do diálogo ao nível do ato de conhecer seja realizado no plano social”. O autor nos traz os desdobramentos desse princípio freireano em escritos deste, dos quais destaca afirmações como “conhecer e transformar a realidade são exigências recíprocas” ou o que considera “sua mais candente defesa da dimensão política da comunicação”, que traz a ideia de ação cultural revolucionária, definida como:

A comunicação é definida como sendo um “encontro entre homens, mediados pela palavra, a fim de dar nome ao mundo”. Freire introduz a ideia de “dizer a palavra verdadeira ou “dar nome ao mundo” enquanto dimensão política específica do diálogo (LIMA, 2011, p. 91).

Recolhemos aqui, de maneira bastante breve, conceitos que entendemos importantes para pensar comunicação e processo em Paulo Freire, à luz de Lima, que se baseiam no dialogismo, na transformação, na relação entre pessoas e sua realidade. A seguir vamos examinar o conceito de processo a partir de Mário Kaplún.

Mário Kaplún e processos

Mario Kaplún, pensador argentino, foi professor, jornalista e radialista, atuando na comunicação popular - sobretudo em movimentos sociais, comunicação comunitária, imprensa alternativa e comunidades periféricas. Foi um dos precursores do campo da Educomunicação, ao entender a comunicação como direito humano e estratégia popular de luta. Infelizmente Mário Kaplún é pouco lido no Brasil, carecendo, inclusive de tradução de seus escritos. O livro ao qual aqui nos referimos – “Una pedagogía de la comunicacón” - não tem tradução em português e as citações diretas serão traduções livres.

Também de Kaplún vamos destacar os conceitos que entendemos importantes para a ideia do processo na produção de Comunicação.

Para Kaplún, a comunicação não é propriamente dita uma “especialidade” apenas dos profissionais de comunicação – ou seja, aqueles que, de alguma maneira, foram certificados, na escola formal, a exercer essa atividade. O autor privilegia um modelo de construção de conhecimento coletivo, compartilhado, intercomunicacional, voltado para a superação das contradições, e que deve auxiliar o desenvolvimento da consciência crítica por meio de um espaço dialógico – a comunicação dialógica, que

[...] não é dada por um falante que fala e por um receptor que escuta, mas por dois ou mais seres humanos ou comunidades que trocam e compartilham experiências, conhecimentos, sentimentos, ainda que seja a distância através de meios artificiais. Através deste processo de troca, os seres humanos estabelecem relações entre si e passam da

existência individual isolada para a existência social da comunidade⁵ (KAPLÚN, 2002, p. 58).

Kaplún adverte para a importância de se trabalhar em grupos para que as produções sejam a marca de autenticidade do grupo e não de quem se vê proprietário do saber. O partilhamento das tarefas, a participação no processo de produção permeada pelo diálogo, garantem resultados expressivos para a construção dos produtos de comunicação e do aperfeiçoamento da comunicação com ênfase no processo.

Para se ter ênfase nos processos (e não nos efeitos), Kaplún apresenta sua crítica ao comunicador que estabelece o ato de se comunicar como transmissão de informação. Assim como os meios de comunicação de massas escolhem o que deve ou não ser reportado, o comunicador “monológico”, na sua forma de fazer, torna-se autoritário mesmo que não seja esse o objetivo. O autor apresenta o conceito de comunicador dialógico, aquele que “pensa no outro”, numa profunda empatia, respeitando os aspectos culturais, econômicos e sociais das pessoas com quem se quer estabelecer uma relação comunicativa.

A partir destes breves destaques do pensamento de Mário Kaplún, importante pontuar sua mirada sobre a importância da produção de comunicação por grupos não hegemônicos. Podemos afirmar que Kaplún imprimiu em sua *praxis* os princípios da ideia de comunicação como direito humano para o fortalecimento das minorias e da democracia.

Cabe também dizer que tanto Freire quanto Kaplún são latinoamericanos, ambos viveram um período de ditaduras nos países da América do Sul, ambos foram perseguidos por suas convicções e ações em busca da autonomia dos sujeitos e das comunidades, e ambos trouxeram como base de seus pensamentos e práticas a amorosidade, o respeito e a confiança no ser humano.

A seguir trazemos o conceito de Educomunicação, estreitamente ligado a estes dois autores. O campo da Educomunicação pode ser considerado bastante amplo para

⁵Tradução livre. No original “La verdadera comunicación —dicen— no está dada por un emisor que habla y un receptor que escucha, sino por dos o más seres o comunidades humanas que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos, aunque sea a distancia a través de medios artificiales. A través de ese proceso de intercambio los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria”.

abarcam muitos conceitos, muitas práticas, muitos espaços de ação, muitos ‘produtos’. No entanto, o que entendemos aqui como Educomunicação tem como base o processo.

Grácia Lima - Educomunicação como processo

Retomamos aqui a ideia de que a Educomunicação é uma *praxis* que traz a mudança que Ramos aponta, e que, para tanto sua ênfase deve ser nos processos de produção da Comunicação, já apontados pelos autores acima e reafirmados por Grácia Lopes Lima em sua tese de doutoramento, publicada no livro “Educação pelos meios de comunicação ou produção coletiva de comunicação na perspectiva da Educomunicação”, do qual pinçamos algumas pistas.

Também compreendendo a Educomunicação como intervenção social, Lima apresenta a complexidade daquilo que traz a valorização do processo de produção, das mudanças individuais e das relações entre grupos.

Para Lima (2009, p. 15) a origem da Educomunicação passa por Paulo Freire e Mario Kaplún, os quais, cada um a seu modo, mas em diálogo, entendem o processo educativos e comunicativos como forma de desvelamento “voltado para uma educação de cunho libertador para as camadas populares e para a formação de receptores mais críticos”. Afirma a autora sobre essa intenção política de Freire e Kaplún:

Esses dois intelectuais atuaram, enfim, contra a miséria instaurada na América Latina, onde os governos, centralizados nas mãos de uma elite opressora e violenta, controlavam os recursos econômicos em favor de si mesmos. Daí a razão pela qual os dois, com veemência, denunciaram a invasão cultural especialmente importada dos Estados Unidos, tão ardidamente difundida pelos meios massivos de comunicação, que serviam de apoio às ideias antidemocráticas das elites do poder (LIMA, 2009, p. 20).

Para que possa ser um contraponto à centralização e imposição da comunicação, a autora define a Educomunicação como “produção coletiva de comunicação” com apoio das tecnologias apenas para efetivar a comunicação, e não o fazer comunicação como motivo para usar as tecnologias. Esse processo não se estabelece por causa das Tecnologias de Informação e Comunicação, apenas usufrui dos inventos tecnológicos para propiciar mais processos de produção, mais cogestão, mais participação ativa, mais

discursos verdadeiros de oprimidos, mais desvelamentos e mais superação. O educador é o mediador que problematiza, provoca, se insere nas relações do grupo com a sensível capacidade da escuta e o olhar para a palavra como direito e construtora da autonomia.

É desse exercício constante de falar, se escutar e ser ouvido, atentando para o discurso que se vai montando através das palavras que traduzem sonhos, inquietações e necessidades reais, que os próprios indivíduos acabam por entender que a comunicação é um direito imanente dos seres humanos e, como tal, inalienável, ou seja, não pode ser cedido ou barganhado, sob pena de destituir o homem da sua própria natureza humana. Vale dizer, nesse tipo de proposta, a palavra não é doada ou permitida, nem tampouco retirada. Ela é sabiamente assumida pelos indivíduos dispostos à altivez e autonomia (LIMA, 2009, p. 29).

Compreendendo a relação com o outro como muito importante - não na visão estereotipada e generalista que divide os seres, ou a colocação que ocupa dentro do espaço social – mas como relação horizontalizada, tanto os limites, quanto coisas que separam devem desaparecer: esta é uma perspectiva da Educomunicação (LIMA, 2009, p. 30).

Assim como em Freire, Lima percebe e nos apresenta a importância da comunicação para a vida humana e o quanto ela pode possibilitar espaços de trocas significativas das verdades de cada um. Esse é o mesmo sentido que propõe a Educomunicação, que se baseia na vocação ontológica de *Ser mais* (FREIRE, 2004, p. 89; 2015, p. 96-97). Para que ela aconteça, deve ser potencialmente transformadora de sujeitos e de grupos.

Para a autora, o processo que está inserido no produzir comunicação é o ponto importante para a construção da percepção do objeto cognoscível. Ele é o palco que nos expõe, independentemente de ter sido gravado ou editado. No momento em que se produz comunicação, estamos expondo as nossas limitações, nossos medos, nosso pesadelo ou alegria de mostrar aquilo que somos.

A produção de comunicação não só opera no ser enquanto sentimento de prazer, mas também enquanto espaço de formação coexistente, com o outro, com o diferente, o não-eu. Por meio da produção de comunicação, torna-se possível se utilizar dos meios para produzir conteúdo coletivamente. Sobretudo quando esses produtos veiculam as

necessidades mais significativas do espaço em que se vive. Afirma a autora sobre o processo:

Por inúmeras vezes afirmamos que, na perspectiva da Educomunicação, o processo de produção coletiva de comunicação é muito mais importante que o produto, por melhor que seja o seu acabamento do ponto de vista técnico. Como não se trata de um dado objetivo, mensurável, passível de ser provado, e sim de uma interpretação, configura-se como algo somente possível a quem testemunha a sua criação (LIMA, 2009, p. 69).

Dessa forma, é possível dizer que a Educomunicação não é a junção entre educação e comunicação, não é uma metodologia nem tampouco um método, não se compartimentaliza em áreas e não necessita, como princípio, de profissionais graduados. Há experiências bem-sucedidas nas quais os mediadores de processos educacionais vinham de variadas áreas, e, na *praxis*, a partir de uma formação e reflexão específicas ao longo do próprio projeto e da atuação nele, entenderam seus princípios. Uma delas é o Educom.rádio, projeto do Núcleo de Comunicação e Educação (NCE) da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, formatado como um curso de extensão realizado em parceria com a Secretaria Municipal de Educação de São Paulo, coordenado pelo Prof. Ismar de Oliveira Soares, importante pesquisador da Educomunicação em nível mundial. Este projeto, que veio a se constituir política pública, atendeu todas as escolas públicas municipais, durante os anos de 2001 a 2004, com um total de mais de 11 mil pessoas. Segundo relato de participantes do projeto,

Para atender a esse universo de cursistas, o NCE, paralelamente, formou 200 profissionais das mais diversas áreas do conhecimento (comunicação, educação, filosofia, letras, psicologia, veterinária, biologia etc.) em educomunicação, os quais desenvolveram nas escolas as funções de articulação, assistente de coordenação e mediação (CAMPOS, A. *et al*, 2005, p. 3).

Nesta mesma vertente, outros tantos projetos e ações tem sido levados a cabo no Brasil e em diversos países, incluindo formação de pedagogos, educadores ambientais, agentes de saúde, comunicadores populares e professores. Em relação a estes últimos, seguimos concordando com Jacquinet (1988, p. 1): “O que é um educador? Não

é um professor especializado encarregado do curso de educação para os meios. É um professor do século XXI, que integra os diferentes meios nas suas práticas pedagógicas.”.

E acrescentamos aqui o nosso ponto de vista, a partir de reflexão e prática: o educador é o profissional, das mais diferentes áreas de atuação, que, se apropriando dos conceitos, métodos e tecnologias possíveis da Educomunicação, entende que ela necessita ser estudada, teorizada, compartilhada, e precisa ser *vivida em seu processo coletivo de produção* para ser coerente com os princípios de Freire e Kaplún.

Autoetnografia: o privilégio e a responsabilidade de ser sujeito e objeto⁶

Estas reflexões apresentadas até aqui trazem à tona o desvelamento, a superação, a construção, desconstrução e reconstrução do sujeito, e, principalmente, a consciência do inacabamento como ser humano na ação com e no mundo.

Segundo Freire (2004, p. 10) “somos seres condicionados, mas não determinados” dentro de um processo histórico de “possibilidades e não de determinismo”. Neste sentido, entendemos que uma metodologia possível para pesquisadores das práticas educacionais é a Autoetnografia, justamente por estar debruçada sobre o processo vivido ao longo desse trabalho. Examinamos aqui a Autoetnografia, a partir das leituras de Scribano e De Sena (2009), Heewon Chang (2008) e Rodrigo Alberto Lopes (2012) – autores escolhidos por trazerem elementos que entendemos fundamentais: a relação sujeito-objeto do pesquisador com sua pesquisa, o recorte da cultura como inserção do pesquisador e a construção da narrativa da pesquisa, colocados em perspectiva com seu processo.

A relação entre o pesquisador e seu objeto foi sendo modificada ao longo do tempo, especialmente nas áreas de ciências humanas e nas pesquisas qualitativas. A propalada “imparcialidade” ou “isenção” do fazer científico foi dando lugar ao entendimento de que a ciência é produzida por seres humanos, em contextos sociais, culturais e econômicos específicos, que irão refletir na investigação e na construção do conhecimento.

⁶Tradução livre. No original “el privilegio y la responsabilidad de ser sujeto y objeto” (SCRIBANO; DE SENA, 2009, p. 6).

Scribano e Sena (2009) consideram que as relações entre a construção do conhecimento e aqueles que buscam construir esse conhecimento tem sido tema bastante explorado em debates e diálogos, sendo essas relações discutidas pela Epistemologia, a Teoria Social e a Metodologia.

Alguns dos tópicos mais comuns nas discussões mencionadas podem ser delineados da seguinte forma: a questão de se, ao realizar uma investigação, sempre significa implicar-se de alguma forma nela; a avaliação do “peso” da subjetividade do pesquisador no conhecimento produzido; as distâncias e proximidades (tematizadas como objetividade-subjetividade) entre objeto e sujeito e o lugar dos valores na pesquisa⁷ (SCRIBANO; DE SENA, 2009, p. 2).

A reconstrução interpretativa do mundo da vida é o resultado dos estudos em Ciências Sociais, que exige se posicionar diante da pergunta do Outro sobre a forma como a sociedade se faz ou não se faz. Nessa reconstrução do sentido do mundo da vida, o procedimento metodológico está naturalmente ligado à teoria-prática e enquanto relação dialética com o Outro, o coautor está copresente. Na reflexão da prática compartilhada estão em jogo a experiência de reconstrução e registro dos sentidos da ação e para isso concorrem as características do sujeito enquanto observador científico, assim como sua subjetividade.

Nesse sentido, o pesquisador atua com uma estratégia que permite o privilégio de ser sujeito de sua pesquisa e ao mesmo tempo o objeto, aquilo que se procura conhecer e participar “da cena em que trabalha, conhece e possui um acesso diferente ao campo de observação que compartilha com outros sujeitos” (SCRIBANO; DE SENA, 2009, p. 6).

De maneira preliminar, digamos que o “gesto” autoetnográfico consiste em aproveitar e fazer valer as “experiências” afetivas e cognitivas de quem quer elaborar conhecimento sobre um aspecto da realidade

⁷Tradução livre. No original “Algunos de los tópicos más comunes en las aludidas discusiones pueden reseñarse de la siguiente manera: la pregunta por si al llevar a cabo una investigación significa siempre implicarse de algún modo en ella; la evaluación de la “carga” de la subjetividad del investigador en el conocimiento producido; las distancias y proximidades (tematizadas como objetividad-subjetividad) entre objeto y sujeto y el lugar de los valores en la investigación”.

baseado justamente em sua participação no mundo da vida no qual tal aspecto está inscrito⁸ (SCRIBANO; SENA, 2009, p. 6).

Mas, para além de ser um privilégio, tal estratégia é também uma responsabilidade e traz suas dificuldades. Os autores apontam como uma dessas dificuldades (desses obstáculos) a ausência de uma forma linear de procedimento ou de receita – a pesquisa é como ir ao “bosque sem mapa”, não prescindindo, no entanto, de um “Norte” (diríamos um “Sul”) definido. Estas dialogicidade e flexibilidade tornam o método mais permeável às críticas.

Os autores indicam também como passível de crítica ou objeções o fato de que as experiências vividas são pessoais, tendo apenas essa credibilidade, crítica esta que tem como contra-argumento o desafio mesmo de aumentar a compreensão a partir da própria experiência, apresentando pontos de vista que não seriam possíveis de serem trazidos por outras perspectivas.

Ainda uma terceira dificuldade acadêmica diz respeito à escrita em primeira pessoa, que deve ser usada para marcar as reflexões do pesquisador, reflexões essas que não poderiam ser feitas a partir de visões alheias.

Chang (2008, p.13) entende a autoetnografia como uma metodologia de pesquisa que enfatiza a compreensão de si mesmo e dos outros, especialmente de diferentes origens culturais. Para tanto, define cultura como a soma de dois modelos: o primeiro modelo é uma cultura definida fora do indivíduo, pois são perceptíveis por situações limítrofes evidentes como a nacionalidade, etnia, idioma e geografia. Outro modelo é a cultura dentro dos indivíduos, pois se estabelece no processo de comunicação interativa, na construção de significados estabelecidos socialmente. Outra forma de conceber cultura é definida pelos antropólogos cognitivos ao afirmarem que a cultura se estabelece em “esquemas cognitivos ou padrões, definindo experiências sociais e as interações das pessoas com os outros”.

Chang (2008, p. 23) descreve a cultura como:

⁸ Tradução livre. No original “De modo preliminar digamos que el “gesto” auto-etnográfico consiste en aprovechar y hacer valer las “experiencias” afectivas y cognitivas de quien quiere elaborar conocimiento sobre un aspecto de la realidad basado justamente en su participación en el mundo de la vida en el cual está inscripto dicho aspecto” (SCRIBANO e SENA, 2009, p. 5).

[...] um produto das interações entre o eu e os outros em uma comunidade de prática. No meu pensamento, um indivíduo se torna uma unidade básica de cultura. Do ponto de vista desse indivíduo, o “eu” é o ponto de partida para a aquisição e transmissão cultural⁹

Assim, a autoetnografia faz com que a autoanálise venha a ser a “compreensão de que o indivíduo é parte de uma comunidade cultural”¹⁰ (CHANG, 2008, p. 26). A relação do Eu com o Outro pode se dar de maneiras diferentes, no entanto, quando compartilham dos mesmos valores e dos padrões similares, são considerados “outros de similaridade”:

A autodescoberta em um sentido cultural está intimamente relacionada à compreensão dos outros. Se “outros” se refere a membros da própria comunidade (outros de similaridade), o “eu” é refletido nos outros em um sentido geral. Valores e padrões defendidos pela comunidade são provavelmente compartilhados entre o eu e os outros. Embora as pessoas não pratiquem os valores e padrões de sua comunidade minuciosamente, o conhecimento dos valores e padrões ajuda-os a entender outras pessoas de similaridade de sua própria comunidade¹¹ (CHANG, 2008, p. 34).

É, portanto, a partir da chave da cultura que a autora entende a autoetnografia como metodologia e considera uma potente ferramenta para ser utilizada na pesquisa.

Chang (2008, p. 51-52) descreve três benefícios da autoetnografia: (1) método de pesquisa amigável para pesquisadores e leitores; (2) ampliação da compreensão cultural de si e dos outros e (3) potencial transformador a fim de trabalhar na construção de coalizão entre culturas. Somando-se a isso, a interface amigável para quem lê, pelo

⁹ Tradução livre. No original “... culture as a product of interactions between self and others in a community of practice. In my thinking, an individual becomes a basic unit of culture. From this individual’s point of view, self is the starting point for cultural acquisition and transmission”.

¹⁰ Tradução livre. No original “Autoethnography benefits greatly from the thought that self is an extension of a community rather than that it is an independent, self sufficient being, because the possibility of cultural self-analysis rests on an understanding that self is part of a cultural Community”.

¹¹ Tradução livre. No original “Self-discovery in a cultural sense is intimately related to understanding others. If “others” refers to members of one’s own Community (others of similarity), the self is reflected in others in a general sense. Values and standards upheld by the community are likely shared between self and others. Although people do not practice the values and standards of their community in minute detail, the knowledge of the values and standards helps them understand others of similarity from their own Community”.

toque de vida que há na escrita, além de poder atrair leitores leigos mais que a escrita acadêmica.

As “armadilhas” da autoetnografia consistem em cinco equívocos que podem invalidar o rigor metodológico apresentado pela ferramenta, sendo (1) foco excessivo em si, isolando os outros; (2) demasiada ênfase na narração do que na análise e interpretação cultural; (3) dependência exclusiva da memória pessoal; (4) negligência de padrões éticos em relação a outros em autonarrativas; e (5) aplicação inadequada do nome “autoetnografia”.

O terceiro autor que trazemos - Lopes (2012) - apresenta um texto autoetnográfico ao analisar sua própria história de professor de educação física, o papel de formador dos outros e de si próprio na participação democrática como docente no momento da reformulação do projeto político pedagógico da escola rural de Ivoti, Rio Grande do Sul. Lopes justifica a escolha da autoetnografia como “instrumento de autoformação”. A necessidade de cronologizar, inventariar para depois explicitar e refletir para garantir a fidedignidade da memória e garantir a validade interpretativa que, segundo Bossle e Molina Neto (2010) pode ser superada com a “presença prolongada no campo e o intercâmbio de ideias e de opiniões com outros pesquisadores” (BOSSLE; MOLINA NETO, 2010 *apud* LOPES, 2012, p.104)

Lopes entende que a elaboração de uma narrativa autobiográfica mobiliza as memórias do pesquisador.

Segundo Duarte (2007), uma narrativa de vida precedente à construção da autoetnografia, surge também como possibilidade para a criação de uma nova identidade. Para Ellis e Brochner (2000, p.742), “as autobiografias da própria consciência exploram o ínterim entre o engajamento pessoal com descrições culturais mediadas pela linguagem, história e explanação etnográfica” (DUARTE, 2007 *apud* LOPES, 2012, p. 104).

A retomada da própria biografia do autor e a narrativa reflexiva de seu percurso até a pesquisa podem ser importantes no método autoetnográfico, pois a maneira de narrar e refletir sobre a própria experiência, trazendo as bases teórica para a ação cotidiana, ultrapassa o ‘descrever’, situando o acontecimento em um lugar acadêmico analítico.

Com esses elementos sobre a metodologia, passamos a alinhar as proximidades entre a Educomunicação e a Autoetnografia.

Considerações em processo

Retomamos aqui o objetivo deste texto, que é iluminar a palavra “processo” a partir do conceito de Educomunicação e da metodologia da Autoetnografia, observando seus possíveis diálogos e aproximações.

A partir do duplo movimento que nos sugerem as definições da palavra “processo”, o primeiro pressupondo uma ação do sujeito e o segundo pressupondo a influência do que está fora do sujeito, reunimos agora, em composição com esses movimentos, os destaques que fizemos dos conceitos trazidos neste texto pelos vários pensadores dos quais nos aproximamos. Esses destaques estão organizados em três grupos que consideramos fundamentos do que aqui foi tratado e dialogam entre si, independente do autor.

O primeiro deles está relacionado à “mudança de perspectiva” para a produção de uma outra comunicação, assim como da produção das pesquisas acadêmicas: implicar-se, explicitar e refletir, estar no contexto e afastar-se dele, entender a dimensão política de suas ações, adotar a comunicação dialógica.

O segundo diz respeito à “relação consigo e com o outro”: compreensão de si mesmo e dos outros, o dialogismo, a igualdade e alteridade, o equilíbrio entre a subjetividade e a produção coletiva, as narrativas e autonarrativas.

O terceiro grupo de ideias está conectado à palavra-chave deste texto – “processo”, e sugere ideias como: cotidiano, equilíbrio entre o fazer e seu produto, bosque sem mapa, possibilidades e não determinismo, reconstrução interpretativa do mundo da vida, processo de ação-reflexão-ação.

Em torno desses grupos de ideias, destacamos igualmente três adjetivos que, do nosso ponto de vista, qualificam as reflexões dos autores aqui destacados e anunciam uma prática que seja também prazerosa, amorosa e emancipadora.

Prazerosa no sentido de estar ligada aos nossos pulsos de vida, à produção de ambiências e experiências que possam também ser prazerosas para os outros com os quais estamos envolvidos – e aqui está ligado o ato criador e não reproduzidor de orientações sem

significado. Amorosa no sentido do diálogo amoroso que proporciona a dialogicidade com respeito ao outro e com a transformação - uma concepção que nos torna “ser mais”. E emancipadora de nós mesmos, do outro e do coletivo, entendendo que adotar novos paradigmas, com convicção e abertura, pode nos revelar outros lugares de produção da vida e de conhecimento, intrinsecamente ligados aos processos do cotidiano.

Nesse sentido, a relação entre a Autoetnografia como metodologia de pesquisa em Educomunicação pressupõe uma abertura do pesquisador para estar atento ao seu processo implicado no trabalho, aos seus movimentos de mergulho e afastamento, à observação de suas próprias transformações, e, ao mesmo tempo, procurar entender de que maneira sua atuação no coletivo produz e reflete sobre novos processos. Não sendo a única opção de metodologia, pode trazer ao campo da Educomunicação um outro possível olhar sobre as potentes relações que se estabelecem nas suas práticas.

Consideramos, a partir destes apontamentos, que há uma aproximação entre os conceitos e métodos da Educomunicação (enquanto produção coletiva para a democratização dos meios) e a Autoetnografia (enquanto possibilidade do próprio pesquisador debruçar-se sobre si mesmo, no contexto do trabalho). Esta proximidade se dá pela ênfase no *processo* como pano de fundo. E esta possibilidade nos parece bastante importante em tempos de resultados, de preocupação com os produtos, de ações sem pensamento, de imediatismo e de memória pouca.

Referências

BORBA, F. S. (ORG.). **Dicionário UNESP do Português Contemporâneo**. São Paulo: Unesp, 2004.

CAMPOS, Alessandra et al. Construindo a educomunicação: relatos de experiências do Projeto Educom.rádio. **Imaginário**, São Paulo, v. 11, n. 11, p. 217-237, dez. 2005 Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-666X2005000200010&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 6 abr. 2020.

CHANG, H. **Autoethnography as method**. California: Left Coast Press, 2008.

D'ARCY, J. Direct broadcast satellites and the right to communicate. **Rights to Communicate: collected papers**, Honolulu, v. 118, p. 14-18, 1977.

DUARTE, F. Using Autoethnography in the scholarship of teaching and learning. **International Journal for the scholarship of teaching and learning**, v. 1, n. 2, 2007.

FREIRE, P. **Pedagogia da Autonomia: saberes necessários à prática educativa.** 30. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2004.

FREIRE, P. **Pedagogia do Oprimido.** 56. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2014.

FREIRE, P. **Extensão ou Comunicação?** 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

Jacquinet, G. O que é um educador?: a o papel da comunicação na formação de professores. **Anais...** I Congresso Internacional de Comunicação e Educação de São Paulo, NCE USP, 1998. Disponível em: <http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/11.pdf>. Acesso em: 4 abr. 2020.

KAPLÚN, M. **El comunicador popular.** Buenos Aires: Lumem-humanitas, 1996. Disponível em: http://www.aader.org.ar/admin/savefiles/352_Mario%20Kaplun.pdf. Acesso em: 10 ago. 2019.

KAPLÚN, M. **Una pedagogía de la comunicación.** La Habana: Editorial Caminos, 2002. Disponível em: http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/kaplun-el_comunicador_popular_0.pdf. Acesso em: 15 set. 2019.

LIMA, G. L. **Educação pelos meios de comunicação ou produção coletiva de comunicação na perspectiva da Educomunicação.** São Paulo: Instituto GENS de Educação e Cultura, 2009.

LIMA, V. A. D. **Comunicação e cultura: as ideias de Paulo Freire.** Brasília: Editora UnB-Fundação Perseu Abramo, 2011.

LOPES, R. A. **Semear-se (em) um campo de dilemas: uma autoetnografia de um professor de Educação Física principiante na zona rural de Ivoti/RS,** 2012, 312 p. Dissertação de mestrado. Universidade Vale dos Sinos, São Leopoldo, 2012. Disponível em <http://www.bco.ufscar.br/arquivos/manual-bco-nbr-6023-2018.pdf>. Acesso em: 13 dez. 2019.

MOLINA NETO, V.; BOSSLE, F. **O ofício de ensinar e pesquisar na Educação Física escolar.** Porto Alegre: Sulina, 2010.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E CULTURA (UNESCO). **Um mundo de muitas vozes (Relatório McBride).** Rio de Janeiro: Editora FGV, 1983.

RAMOS, M. C. **Comunicação, Direitos Sociais e Políticas Públicas.** ANDI - Comunicação e Direitos, São Bernardo do Campo, 2005. Disponível em: <https://goo.gl/5JL4W1>. Acesso em: 17 maio 2020.

SCRIBANO, A.; DE SENA, A. D. Construcción de conocimiento en latinoamérica: algunas reflexiones desde la auto-etnografía como estrategia de investigación. **Cinta de moebio:** Revista de Epistemología de Ciencias Sociales, Santiago, p. 1-15, mar. 2009. ISSN 34. Disponível em: <https://goo.gl/cK8Tcx>. Acesso em: 13 abr. 2020.

Pensando a sociedade incivil, suas manifestações e alternativas: entrevista com Muniz Sodré de Araújo Cabral

Thinking about the uncivil society, its manifestations and alternatives: interview with Muniz Sodré de Araújo Cabral

Pensando la sociedad incivil, sus manifestaciones y alternativas: entrevista con Muniz Sodré de Araújo Cabral

Pedro Barreto PEREIRA¹²

Resumo

Após 45 dias de internação em decorrência da Covid-19, Muniz Sodré de Araújo Cabral, professor emérito da UFRJ e titular da Escola de Comunicação da UFRJ, fala sobre a “sociedade incivil”, conceito em que vem trabalhando nos últimos tempos, ao lado da professora Raquel Paiva. A partir da categoria de “sociedade civil”, formulado por Hegel, Lênin e Gramsci, Sodré desenvolve uma proposição teórica que compreende as formas de sociabilidade contemporâneas, fundadas na idiotia, no ódio e na exasperação. Sodré também comenta sobre o que denomina “enclausuramento nas redes” e de que forma isso afeta a luta antirracista. O professor e pesquisador analisa ainda o Jornalismo, a Educação e o papel do professor nos dias atuais.

Palabras-clave: Mídia. Redes sociais. Jornalismo. Racismo. Educação.

Abstract

After 45 days of hospitalization due to Covid-19, Muniz Sodré de Araújo Cabral, professor emeritus at UFRJ and full professor in UFRJ School of Communication, talks about the “uncivil society”, a concept he has been working on recently, alongside of teacher Raquel Paiva. From the category of “civil society”, formulated by Hegel, Lenin and Gramsci, Sodré develops a theoretical proposition that comprises contemporary forms of sociability, founded on idiocy, hatred and exasperation. Sodré also comments on what he calls “imprisonment on the on the social networks” and how this affects the anti-racist struggle. The professor and researcher also analyzes Journalism, Education and the role of the teacher today.

Palavras-chave: Media. Social networks. Journalism. Racism. Education.

¹² Doutor em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação (ECO) da UFRJ, pesquisador em estágio pós-doutoral do Programa de Pós-Graduação Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Coordena o Curso de Extensão Mídia, Violência e Direitos Humanos, promovido pelo Núcleo de Estudos de Políticas Públicas em Direitos Humanos Suely Souza de Almeida (NeppDH) da UFRJ.

Resumen

Tras 45 días de internación por Covid-19, Muniz Sodré de Araújo Cabral, profesor emérito de la UFRJ y titular de la Facultad de Comunicación de la UFRJ, nos presenta la “sociedad incivil”, concepto en el que ha estado trabajando recientemente, junto con la profesora Raquel Paiva. Desde la categoría de “sociedad civil”, formulada por Hegel, Lenin y Gramsci, Sodré desarrolla una propuesta teórica que engloba formas contemporáneas de sociabilidad, fundamentadas en la idiotez, el odio y la exasperación. Sodré también comenta sobre lo que llama “encierro en las redes” y cómo eso afecta la lucha antirracista. El profesor e investigador también analiza el Periodismo, la Educación y el papel del docente en la actualidad.

Keywords: Medios de comunicación. Redes sociales. Periodismo. Racismo. Educación.

Apresentação

O professor Muniz Sodré de Araújo Cabral nasceu em São Gonçalo de Campos, Bahia, em 1942. Graduou-se em Direito, em 1964, pela Universidade Federal da Bahia (Ufba) e concluiu, em 1967, o mestrado em Sociologia da Informação e Comunicação pela Université Paris-Sorbonne, e, em 1978, o doutorado em Letras (Ciência da Literatura) na Universidade Federal do Rio de Janeiro. Foi presidente da Fundação Biblioteca Nacional, de 2005 a 2011. Possui mais de 40 livros publicados, entre eles, *O Monopólio da Fala* (Vozes, 1982), *O Terreiro e a Cidade* (Vozes, 1988), *A Máquina de Narciso* (Cortez, 1992), *A Verdade Seduzida* (Francisco Alves, 1994), *Claros e Escuros* (Vozes, 1999), *Antropológica do Espelho* (Vozes, 2002), *As Estratégias Sensíveis* (Vozes, 2006), *A Ciência do Comum* (Vozes, 2014) e *Pensar Nagô* (Vozes, 2017). Desde outubro de 2019 ocupa a cadeira 33 da Academia de Letras da Bahia.

O livro *O Monopólio da Fala* inaugura sua pesquisa teórica sobre essa área do conhecimento a partir de uma perspectiva transdisciplinar, “e não interdisciplinar”, como afirma. A categoria *bios virtual*, ou *bios midiático*, apresentado no livro *Antropológica do Espelho*, parte do pensamento de Aristóteles para analisar uma nova forma de sociabilidade mediada pelos meios de comunicação. Em *A Ciência do Comum*, o autor dá continuidade à proposta de estudar a vida em sociedade sob a lente da Comunicação, o que ele denomina de “método comunicacional”. Para Sodré, a definição de Comunicação

passa necessariamente pelo vínculo, pelo afeto, pelo Comum. “A natureza profunda da Comunicação está na vincularidade. Está nas relações que passam por carne, por corpo, por afeto. A vincularidade que começa com pai e mãe, entre um casal, com os filhos, com os amigos, com a comunidade. Portanto, o vínculo não é feito apenas por linguagem. Ele é feito também de afeto. O vínculo é, ao mesmo tempo, linguístico e sensível”, define.

Em 2018, a exposição *O SNI e a Comunicação* – realizada pelo grupo de pesquisa Política e Economia da Informação e da Comunicação (Peic), coordenado pela professora Suzy dos Santos – exibiu parte dos arquivos do Sistema Nacional de Informação (SNI), tornado público após a redemocratização do país, com informações de professores da UFRJ. Nesse material, estavam fichas policiais de 1976 a 1983 com informações pessoais e profissionais sobre Sodré, como menção à sua atividade como professor assistente do Departamento de Comunicação do Instituto de Artes e Comunicação Social (IACS/UFF) e a participação na assembleia geral de instalação da Associação dos Docentes da Universidade Federal Fluminense (UFF), em 1978.

Recentemente, Sodré incorporou à rotina a gravação de vídeos para a rede social Instagram¹³, nos quais fala sobre o seu período de internação, em decorrência da COVID-19 e demais temas atuais à luz de suas reflexões. A entrevista a seguir foi realizada em dois momentos. O primeiro, no dia 15 de abril, duas semanas antes de ser internado, e o segundo, no dia 25 de agosto, após receber alta, mas ainda realizando sessões de hemodiálise.

Entrevista

P. PEREIRA: *Como tem sido a sua recuperação e a retomada das atividades após da Covid-19??*

M. SODRÉ: O meu caso foi grave. Fui entubado duas vezes. Esta é a fase em que, muitas vezes, o paciente vem a óbito. Fisicamente, eu estou praticamente recuperado, embora ainda esteja fazendo a fisioterapia e a hemodiálise. Mas acabei de fazer os exames e está tudo nota 10! Já estou até querendo treinar Karatê (risos). O meu horizonte é de saída da diálise, que precisei

¹³ Disponíveis em: <https://www.instagram.com/cabralmunizsodre/>. Acesso em: 31 ago. 2020.

fazer como decorrência da Covid-19. Eu acabei de entregar à Editora Vozes o livro *Sociedade incivil: mídia, iliberalismo e finanças* (Editora Vozes), assinado junto com a [professora] Raquel [Paiva]¹⁴, que deverá ser publicado até o final do ano.

P. PEREIRA: *O senhor passou boa parte da sua carreira acadêmica realizando o esforço de construir uma epistemologia da Comunicação, buscando afirmar essa área do conhecimento como uma ciência. A partir dessa trajetória, como analisa os tempos de isolamento social em que temos nos comunicado quase que exclusivamente por meio de aparatos tecnológicos?*

M. SODRÉ: Sempre fui um crítico da mídia eletrônica. Mas não um crítico feroz. Sempre procurei ver aspectos que escapavam ao senso comum. Quando publiquei o livro *O Monopólio da Fala*, alguns acharam que estava me referindo ao monopólio econômico, ou à TV Globo, especificamente. Não era nada disso. Embora considere que todo monopólio seja preocupante, não me referia ao monopólio econômico, nem ao discurso do poder. Mas sim ao poder do discurso. Eu me preocupava com a resposta. E dizia: “A televisão fala e você não pode responder”. A não ser por meio de uma pesquisa de audiência em que você diga se gosta ou não de determinado produto televisivo, em uma lógica binária. Depois veio a internet e, aparentemente, resolveu essa questão, permitindo que você fale, que responda a alguém. Mas também não era disso que eu estava falando. Mas você pode responder a alguém como se responde ao telefone. A resposta com a qual eu estava preocupado, e continuo preocupado com ela – portanto, está dentro do meu projeto, como você diz, epistemológico em relação à Comunicação –, não é a da responsividade. Essa responsividade para mim é como nós estamos conversando agora: um aspecto meramente técnico. Estou me referindo

¹⁴ Raquel Paiva, professora titular da Escola de Comunicação e professora emérita da UFRJ.

à responsabilidade como uma resposta simbólica forte. É você poder modificar o interlocutor. E a televisão é dona do discurso.

Ora, a internet não resolveu isso. Porque a internet é um sistema de computadores interligados ao redor do mundo por servidores. Mas você não tem o poder de interferir realmente no sistema. O governo tem eventualmente esse poder, censurando, bloqueando aqui e ali. Mas o poder e o monopólio da fala continuam, e ainda mais profundos. Porque é uma linguagem subterrânea, que é a linguagem dos algoritmos, em que você não tem o poder de intervir. E temos assistido às consequências públicas e políticas disso. Essa lógica está elegendo governos, criando políticos. E mais: está ajudando a montar sistemas de vigilância que não sabemos exatamente onde vão parar. Isso já pode estar sendo gestado em alguma parte do mundo, em algum país alinhado com formas totalitárias de governo: o controle por meio dos telefones celulares, da localização e da vigilância de cada indivíduo. E isso é apenas uma das formas de controle. Então hoje, a responsabilidade, da qual falo em meu livro, continua mais longe com a internet. Aí vem outro dado da minha epistemologia, a responsabilidade como princípio ético: é você ser socialmente corresponsável por tudo que se faça. É esse poder de resposta, um poder ético, que eu acho que está sumindo no horizonte.

Portanto, esse meu esforço epistemológico, apesar de eu ter escrito incansavelmente sobre isso, está apenas começando. Muita gente me conhece apenas pelos meus estudos sobre Comunicação. Mas grande parte dos meus livros é sobre cultura negra, embora eles também tenham uma ótica comunicacional. Porém, vários livros meus não falam sobre Comunicação: *O Terreiro e a Cidade*, *Pensar Nagô*, *A Verdade Seduzida*. Mas a Comunicação tem estado realmente no centro do meu trabalho acadêmico. E isso está começando a ser reconhecido por gente de outras áreas. O Brasil é muito compartimentalizado. Você só é reconhecido por aquela especialidade em que você se graduou.

A minha posição é quebrar os tabiques. Eu não acredito mais na autonomia disciplinar das Ciências Sociais: Sociologia, Antropologia e Filosofia não se misturam. Essa Filosofia que é só Filosofia não me interessa. O que me interessa é a História da Filosofia. A Filosofia, para mim, é a atividade de pensar. E me considero transdisciplinar. Não interdisciplinar, mas trans, de “furar barreiras”. De onde vem isso? Do meu pertencimento aos cultos afros, ao terreiro, onde eu sigo a inspiração de orixás que fazem isso, como Exu, que fura o tempo. Então, quando me manifesto, alguns sociólogos, filósofos ou antropólogos perguntam de que lugar eu falo. A minha resposta a essas pessoas é que o meu lugar de fala é o de obá do *Terreiro do Axé Opô Afonjá*, na Bahia. O obá é aquele que estuda as tradições do seu povo e pode falar sobre elas para o mundo. Essa é a minha função na tradição do Candomblé..

P. PEREIRA: *Nos seus trabalhos, o senhor costuma propor a definição da Comunicação como “vínculo” entre os indivíduos. Este momento de isolamento social em que vivemos reforça ou enfraquece esses vínculos?*

M. SODRÉ: Para mim, a natureza profunda da Comunicação está na vincularidade. Está nas relações que passam por carne, por corpo, por afeto. A vincularidade que começa com pai e mãe, entre um casal, com os filhos, com os amigos, com a comunidade. Portanto, o vínculo não é feito apenas por linguagem. Ele é feito também de afeto. O vínculo é, ao mesmo tempo, linguístico e sensível. Ora, eu não vejo vincularidade na rede. Vejo um poder de comunicação instantânea grande, que, em momentos de crise, como a de agora, é extremamente útil. Para mim, o poder da rede é o poder do megafone: você dá um grito na rua e todos ouvem. Essa potência é de um poder quase divino, que pode estar ao mesmo tempo em todos os lugares. Isso lhe dá uma relação muito grande, pois você pode estar em contato com muitas pessoas e ter a sensação de estar estabelecendo um vínculo. Mas não está.

O contato pelas redes é técnico. O vínculo está na relação afetiva que estabelecemos com as nossas famílias e amigos. A internet pode ajudar a mantê-lo, mas não o constrói. O vínculo é dado antes. A internet é o poder de mobilização da vincularidade que já estava aí. Se você não tem vínculo e está apenas na internet, essa fala não vai criá-lo por si só. Portanto, a fala do vínculo é uma fala transitiva. O que isso quer dizer? Que ela é o prelúdio para a ação. Ela não é *flatus vocis*¹⁵. Na fala na rede, no meu entender, não há diálogo. Ela é apenas fala. Há uma retroação, um *feedback*, mas não há verdadeiro diálogo. É a fala do papagaio, que reproduz uma fala vazia. É o que chamamos de psitacismo. A fala da rede é um exemplo disso: pode mobilizar ou não, como o megafone. Mas ela não é autônoma, pois, quando você fala na rede, é como se fosse um papagaio dentro de uma gaiola, controlada por algoritmos. Portanto, a linguagem que surgiu na televisão e que passou para a rede é a linguagem matemática dos algoritmos, que estão ganhando autonomia. Só que grande parte daqueles que proferem o discurso de ódio nas redes não existe: são robôs falando uma linguagem psitacista. Isso está sequestrando, destruindo a fala verdadeira. Quando você sequestra a fala, sequestra também a realidade, porque sequestra o entorno, onde as verdades se constituem e se desconstituem.

Então, este momento que vivemos, das redes, me mostra que eu estava certo quando lancei *O Monopólio da Fala*. O problema do discurso da fala continua, e o monopólio só se amplificou, não apenas em termos semióticos como também econômicos. Porque, de toda essa tecnologia, que é promissora e tem um lado positivo, por outro lado vem a contraparte econômica dos monopólios, que aumentou. As *big tech* – *Apple, Facebook* etc. – se agigantaram a ponto de fazer frente aos governos. Se nós não entendermos a natureza real da linguagem, essas coisas que aparentemente são benéficas podem virar os cavaleiros do

¹⁵ “Vozes ao vento” em tradução livre.

apocalipse. Veja só: outro dia li na internet um artigo do [filósofo] Vladimir Safatle que achei muito bom. Pouca gente tem acesso a esse material. Mas, se você escreve alguma coisa ruim, odienta, violenta etc., aquilo se alastra e contagia milhares de pessoas.

P. PEREIRA: *Recentemente, o senhor criou uma conta na rede social Instagram, que se propõe a intercambiar imagens e vídeos de curta duração entre os participantes da rede. Por que essa opção neste momento?*

M. SODRÉ: Se você observar, os vídeos são realmente muito curtos. O mais longo chegou a quase três minutos. Não pode passar disso. Eu poderia ter escolhido, ainda, o *Twitter*, mas também não saberia como fazer. A Raquel¹⁶ me incentivou e ensinou a publicar. Aí achei fácil [risos]. Tudo que está ali eu já disse em outras ocasiões. A diferença é que tem muito mais gente assistindo. Fiquei surpreso e pensei: daqui a pouco chega ao tamanho da população da ECO [risos]. Estarei falando para a Escola inteira, não apenas para uma turma de 30 alunos.

Por isso, vejo uma potencialidade nessa mídia, desde que não fique só nela. A crise e o isolamento me levaram a fazer isso. Espero que fique como reflexão. Mas esses temas e essas falas teriam que ser desenvolvidos em um diálogo, que sempre me foi dado pelos alunos. Isso é o que efetivamente me alimenta. Isso é o pensar juntos. O que a rede propicia é um *teaser*¹⁷. Isso, para mim, é satisfatório, porque estou sendo natural como em uma conversa. E noto que, após duas ou três publicações, fui me familiarizando com aquela mídia.

Penso que a rede tem potencial, sim, mas ele não está sendo utilizado. O que ocorreu com a internet foi o que de pior poderia acontecer: a destruição da tentativa da sociedade de saber o que é verdade e o que é mentira, a construção de boatos e de uma realidade paralela. Os robôs

¹⁶ Raquel Paiva, professora emérita da ECO e companheira de vida de Muniz Sodré.

¹⁷ Vídeo curto, geralmente utilizado em campanhas publicitárias para atrair a atenção do público ao lançar algum produto ou serviço.

induziram os votos das pessoas, não só aqui no Brasil como também na questão do *Brexit*¹⁸ e nos Estados Unidos. E me pergunto: onde isso vai dar?

É a partir dessas reflexões que, neste momento, estou elaborando o conceito de “sociedade incivil”. Penso que esse contexto no qual estamos vivendo está colocando de cabeça para baixo o conceito de “sociedade civil”, formulado por Hegel, Lênin e Gramsci. A sociedade incivil é uma sociedade com a representação política esvaziada, sem diálogo, sem fala verdadeira. Essa é a proposta epistemológica em que tenho trabalhado ultimamente.

P. PEREIRA: *Em um de seus últimos vídeos, o senhor faz uma reflexão sobre o “ódio” e a “idiotia”. Por que é importante falar sobre esses conceitos no atual momento?*

M. SODRÉ: Certamente essas reflexões fazem parte da ideia que tenho formulado de “sociedade incivil”. A “idiotia” é exatamente a situação quando a fala é intransitiva. O conceito original de “idiota” não é pejorativo. *Idiotes*, em grego, é apenas falar a partir de você mesmo. Pode ser até patológico. Em *O Idiota*, de Dostoiévski, o príncipe Míchkin tem uma singularidade. Ele não é um imbecil, mas um idiota, porque fala apenas de si para si mesmo. A distinção entre o idiota e o estúpido, ou imbecil, é que o este é o idiota deliberado, que usa a idiotia para um curso social, podendo ter outra opção. Nós estamos em um momento no qual a rede propicia tecnicamente a idiotia. E o uso que está sendo feito dessa idiotia é a estupidez, a veiculação do ódio. Estamos vivendo uma forma social que não é amorosa, mas de confrontos, de provocações, de embates, de princípios antagônicos. No caso da rede, a estupidez caiu por inteiro no ódio como forma social. O ódio é o afastamento, a dissolução, o

¹⁸ Referendo realizado no Reino Unido, em 2016, que decidiu por sua saída da União Europeia.

desencontro. Como disse Joaquim Ferreira dos Santos¹⁹, “vivemos o tempo em que se odeiam árvores”²⁰. Então, o ódio como forma social é a prática que a sociedade incivil está adotando neste momento.

Tudo isso está ligado à mídia, mas também ao que chamo de “turbocapitalismo financeiro”²¹, que é o modelo atual do capitalismo em que estamos vivendo. O capital não gosta de gente, mas ele ainda precisa de gente. Já o capital financeiro não só não gosta de gente – mas odeia –, porque não precisa dela. Ele é só jogo de roleta, de bolsa, transferência de capitais. É só ficção: o desdobramento do que Marx chamava de “capital fictício” – aquele que se apropria da realidade produzida pelo trabalhador para obter o lucro. Esse é o capitalismo no qual entramos. A mídia estúpida e idiota é parceira do capital financeiro. E os governos que se constituem podem nem entender esse raciocínio, mas sentem que esse é o caminho dele. Ou seja, ele é odioso, é indiferente ao próximo. Ele é o que eu chamo de “Mal”, ou seja, uma potência disruptiva, de destruição e desagregação da vida social. A sua inspiração é o ódio ao outro. Na relação odiosa, não há amigos, apenas inimigos reciprocamente ofensivos. Essa reciprocidade ofensiva está dentro da forma social do ódio. Ela é a forma adequada ao capitalismo financeiro, ao mercado, à política neoliberal. E o resultado disso é a sociedade incivil.

P. PEREIRA: *Em uma postagem no seu perfil na rede social Instagram, publicada em 2 de agosto, o senhor diz que “as redes se alimentam de exasperação” e também que prefere a denominação “protofascismo” para definir “os anseios liberticida que emergem das redes”. As redes seriam a fonte da “sociedade incivil”?*

¹⁹ Colunista de O Globo.

²⁰ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/quem-se-lembra-de-chorar-as-754-arvores-mortas-so-poesia-23460000>. Acesso em: 31 ago. 2020.

²¹ Termo utilizado por Sodré em alguns de seus livros, entre eles, *Antropológica do Espelho* (2002).

M. SODRÉ: As redes são um dos instrumentos utilizados por esse incivilismo, apenas um dos seus recursos. A sociedade incivil é a sociedade civil de cabeça para baixo. Ela se caracteriza pelo descompromisso do capital com a vida humana, com o território humano. Se antes o capital se preocupava com a vida humana – não por bom-mocismo, mas porque lhe interessava a força de trabalho. Já o capital financeiro, segundo Antonio Negri e outros autores, estaria preocupado com o psiquismo, com a “alma”, enquanto a força física do trabalhador está sendo progressivamente substituída por robôs. Na Medicina e em outras áreas, a automação está ocupando espaços antes ocupados por seres humanos. Este capital, portanto, está em um nível de abstração enorme em relação ao território. Ou seja, a vida humana pode estar mal, mas o capital é indiferente a isso. Nos últimos meses, as bolsas de valores subiram, independentemente da tragédia humana que se instalou nos países capitalistas.

Então, eu procuro estabelecer uma articulação – que penso ainda não ter sido devidamente feita - entre o capital financeiro, que é o eixo principal do meu trabalho, e a comunicação. Se o capital produtivo era violento – matou indígenas, negros, brancos trabalhadores – o capital financeiro não é violento, mas sim cruel. Um exemplo dessa crueldade é o caso dessa menina de dez anos, estuprada, que precisou enfrentar a crueldade de grupos religiosos conservadores para fazer valer um direito constitucional de aborto em caso de estupro. Portanto, estão envolvidos na questão da sociedade incivil, de um lado, o capital financeiro, e de outro, a comunicação, se desenvolvendo à sombra e coadjuvando esse capital financeiro. Isso cria uma esfera para o desenvolvimento do *bios virtual* - ou *bios midiático*, apresentado no livro *Antropológica do Espelho*, utiliza o pensamento de Aristóteles para analisar uma nova forma de sociabilidade mediada pelos meios de comunicação – e que acaba por tocar cada um de nós, através da perda de direitos, do desemprego e da precarização do trabalho etc. Ele nos toca como uma sombra que, de vez em quando baixa e, quando isso acontece, surge a

sociedade incivil. Portanto, a sociedade incivil é o tipo de sociabilização que se dá nessa estrutura que vai se expandindo, através dos aparatos da mídia e do capital financeiro.

Nessa sociedade incivil, o jornalismo evanesce. E, neste ponto, o livro é importante para os jornalistas: a sociedade civil ocidental sempre precisou do jornalismo, mesmo o jornalismo sensacionalista, canalha etc. Mas ele sempre foi vital para a expansão do conceito de “civil” apostado à “sociedade”. Por outro lado, o jornalismo também sempre precisou da sociedade civil forte. Então, a equação que eu desenvolvo é a seguinte: havendo sociedade civil, o jornalismo é absolutamente necessário. Mais do que nunca. Só que esse jornalismo se desgruda dos suportes clássicos – do papel, por exemplo – e fica à espera de outras plataformas, que pode ser a própria rede. Então, é nesse vácuo que vem a monstruosidade, as formas que eu não chamo de neofascistas. Não chamo porque o fascismo não ressurgiu. O próprio Mussolini dizia que não criou o fascismo, que apenas tirou o fascismo do inconsciente do povo italiano. Uma parte desse inconsciente, que não é tão inconsciente assim, fica à espera de que um canalha totalitário satisfaça as suas expectativas. Foi o que aconteceu com o povo italiano e, agora, com uma parte do povo brasileiro – já que não existe um povo único, mas diferentes povos. Então, essa sociedade civil exacerba as diferenças existentes entre os povos e desperta no inconsciente o que está latente de bom e de pior nos povos de um país. E, ultimamente, vimos observando o despertar do pior do brasileiro: o ódio, a crueldade, a impiedade. As pessoas não se dão conta de que as suas escolhas se orientam por fazer sempre o pior, é o tropismo pela desgraça do outro. E isso se exacerbou aqui no Brasil no contexto do bolsonarismo. Houve coletivamente um ambiente em que isso desabrochou.

P. PEREIRA: *Haveria espaço para outras formas de sociabilidade fora da sociedade incivil?*

M. SODRÉ: Sim. A sociedade civil gramsciana é a sociedade do mundo do trabalho, das classes produtivas, dos trabalhadores e a sociedade política, que está ao redor dos aparelhos do Estado. Mas não entra o que Hegel denominou de *plebs*, a massa, que seria aquilo que não foi assimilado totalmente pela sociedade civil. Ora, na *plebs*, há instituições tão ou mais duradouras do que aquelas existentes na sociedade civil. Por exemplo, ninguém, nem a polícia, nem o governo, nunca conseguiu acabar com o Candomblé, uma instituição da *plebs* negra. O mesmo acontece com o fandango, com o samba, com as tradições nordestinas. Por exemplo, o meu livro *Pensar Nagô* (Vozes, 2017) já teve quatro reimpressões e nunca saiu uma nota em jornal. Ou seja, ele tem um mercado completamente independente da mídia. Isto quer dizer que é uma sociabilidade muito pouco visível. Então, há formas de sociabilidade que ainda emergiram, mas que estão aí.

P. PEREIRA: *Em outro vídeo, publicado no dia 15 de agosto, o senhor aborda a questão do “lugar de fala” nas redes sociais e afirma que “acreditar no enclausuramento e na identidade dada pelo lugar de fala é uma forma de cegueira”. Este enclausuramento seria um sintoma da linguagem psitacista, do não-diálogo, que o senhor falou na nossa primeira entrevista, característica da forma de sociabilidade das redes sociais?*

M. SODRÉ: O psitacismo é o discurso da rede. É a fala incessante que produz algum efeito quando pode ser viralizado. Ele viraliza quando 2 mil, 3 mil pessoas estão a mesma coisa, como foi o caso do “Presidente, por que sua esposa Michelle recebeu R\$ 89 mil do Queiroz?”. Há um efeito político nisso. Mas, individualmente, cada uma dessas falas é uma repetição, um *slogan*. O psitacismo é, portanto, esse falar repetido. O enclausuramento do lugar de fala é a não abertura à fala do outro, é estar preso em seu próprio lugar. É preciso abrir espaço para a dúvida do outro, ainda que essa dúvida venha forrada por algum preconceito. O que não

se pode abrir espaço é para a grosseria, para o xingamento. Em caso de violência, responda com violência. Você estará respondendo, honrando a fala do outro. Se ele lhe cospe, cuspa de volta. Você estará falando a linguagem que ele quer. Então, abrir o lugar de fala não é ser fraco, leniente. É querer dar lugar à fala do outro. Se a fala do outro é verbal, você tem que escutar. Por isso, eu acho que dizer que “só quem fala de negro é negro”, é um enclausuramento. Pode falar equivocadamente, mas, ao escutar, você abre espaço para o diálogo se estabelecer. Você “lagra”, você “cancela”, porque você não suporta o lugar de fala do outro. Se você não suporta o lugar de fala do outro, a sua posição é fraca.

P. PEREIRA: *Qual seria o prejuízo desse enclausuramento para a luta antirracista neste contexto?*

M. SODRÉ: O prejuízo é ter uma solução fora do diálogo, uma solução de força, de luta armada, mas que não resolveria a questão do racismo, pois ela é civilizatória e cultural. Ou então, resultaria na guetificação do grupo. Esse grupo pode ser rico, pode ser intelectual, mas será odiado pelo outro lado. Pelo histórico de violência e de opressão contra a população negra, eu entendo essa postura de enclausuramento. A sociedade brasileira ainda é racista. E acho que isso, às vezes, pode ser uma estratégia de luta. Mas o prejuízo é não avançar na superação da questão da discriminação racial. É por isso que aquilo que eu chamo de *pensamento nagô* é um pensamento de negociação. O sacrifício, a oferenda são negociações com os deuses. Nas relações amorosas há negociações. Por isso, os nagôs são grandes mestres da negociação – e as mulheres nagôs eram as melhores negociadoras. Negociar quando a guerra não é mais possível, como após a Revolta dos malês²². O próprio terreiro de candomblé é uma forma de

²² Revolta ocorrida em 24 de janeiro de 1835, em Salvador (Bahia), quando escravos malês, de origem muçulmana, tomaram as ruas da capital baiana, tendo como resposta a bárbara repressão por parte das forças do Estado

negociação com a sociedade. Você só negocia de forma civil, no sentido de poder falar e escutar e não fazer uso da violência.

P. PEREIRA: *Na exposição O SNI e a Comunicação, realizada em 2018 na ECO/UFRJ e coordenada pela professora Suzy dos Santos, foram exibidas fichas policiais de professores que eram monitorados pelo Sistema Nacional de Informações durante a ditadura civil-militar. Entre os documentos, estavam fichas com o seu nome, de 1976 a 1983, com informações pessoais e profissionais, incluindo sua atuação militante no movimento sindical docente na UFRJ e na UFF. Hoje, não há mais uma censura institucional como naqueles tempos. No entanto, há um discurso, que ganha cada vez mais espaço, de desqualificação da “verdade”, o que afeta a credibilidade do jornalismo e da própria ciência. O exercício do jornalismo hoje está mais fácil ou mais difícil? É possível traçar um paralelo entre esses dois momentos?*

M. SODRÉ: Naquela época, havia uma censura institucional e conjuntural em que eles colocavam mordaca na sua boca e te arrastavam para a prisão. A censura hoje é estrutural. Os algoritmos estão sequestrando a fala. A tradição televisiva em nosso país educou as pessoas para o pior. De modo que eu penso que o trabalho do jornalista hoje é mais difícil, porque ele precisa cavar o seu espaço. E precisa fazer isso porque ele é mais necessário do que nunca. Esse é o desafio. O jornalista só tem força e vigor na sociedade civil. Como dizia Ruy Barbosa, “o jornalista é a vista da nação”. Ele é o prolongamento do discurso liberal da sociedade civil. Portanto, é uma fala transitiva. Ora, está ficando provado que, mesmo com essa cacofonia das redes, as pessoas não perderam a confiança nos jornais. As pessoas querem fontes autorizadas. Este é o ponto-chave: falar autorizadamente. E quem dá autoridade ao jornalista para falar é a comunidade.

A fala do boato, do xingamento, é uma fala desautorizada. Ela grita, ofende e é também incômoda. Muitas pessoas desabam após receberem

ofensas pelas redes. Essa fala tem um poder de destruição que é o mesmo poder de destruição do ódio. Mas ela não substitui em nenhum momento a informação jornalística. Não pode, portanto, competir com a informação jornalística, a não ser onde as fronteiras ainda estão confusas. Quando houve a discussão sobre a obrigatoriedade do diploma para o exercício do jornalismo, eu perguntei: por que o diploma do advogado deve ser obrigatório e o do jornalista não?²³ Eu lhe garanto: o futuro do jornalismo é brilhante, porque hoje ele é mais necessário do que nunca. Está mais difícil atualmente pela questão do emprego, da estabilidade, do salário e da constituição do público. O jornal e o jornalista crescem junto com o público. Mas a própria instabilidade desse público instabiliza também a consciência do jornalista.

P. PEREIRA: *O senhor prepara as suas postagens no Instagram da mesma maneira como prepara as suas aulas? Como o senhor analisa a Educação e o papel do professor nesses tempos de pandemia?*

M. SODRÉ: Eu ainda não dei aulas *online*, mas o que eu tenho observado é um grande número de alunos por aula. É um trabalho maior do que a aula presencial. Ao mesmo tempo, é um pouco frustrante. Isso porque fica claro que a aula é mais do que uma distribuição de conteúdos. Tem algo do contato, do professor com aluno, de aluno com aluno. Eu sempre soube disso. Para mim é importante dar aula naquele prédio (da Escola de Comunicação, localizada no Palácio Universitário, no campus da UFRJ na Praia Vermelha), naquelas paredes, naqueles corredores. Então, no *online* falta isso. Falta o laço. A aula do professor com aluno, desde a infância, é sempre libidinal, no sentido que Platão dá o termo. Pode ser para o amor, ou para a raiva. Essa afetividade é necessária, ela é construtiva. Mas eu penso que é preciso reinventar as formas de dar aula,

²³ Para mais informações, acessar: <https://www.camara.leg.br/noticias/420590-ccj-aprova-exigencia-de-diploma-para-jornalistas/>. Acesso em 31 ago. 2020.

depois da Covid-19. Necessariamente, o ensino a distância tem que ser incorporado de uma forma híbrida com a forma presencial. E é preciso, cada vez mais, valorizar essa dimensão afetiva, que é política.

Autoras e Autores desta edição

André Luís Cardoso Tropiano
André Luiz Rodrigues De Camargo
Antônio Simões Menezes
Aryovaldo De Castro Azevedo Junior
Bruno Pompeu
Camilla Quesada Tavares
Christina Ferraz Musse
Clotilde Perez
Cristiane Freitas Gutfreind
Francisco Aquinei Timóteo Queirós
Helena Maria Antonine Stigger
Isabella De Sousa Gonçalves
João Domingues
Laura Loguercio Cánepa
Leandro De Paula
Márcio Zanetti Negrini
Mariana Ramalho Procópio
Maurício João Vieira Filho
Neiva Vieira Da Cunha
Pedro Barreto Pereira
Regiane Miranda De Oliveira Nakagawa
Renata Correia Lima Ferreira Gomes
Richard Romancini
Rostand De Albuquerque Melo
Tarcísio De Sá Cardoso
Teresa Mary Pires De Castro Melo



ISSN: 2178-602X

Universidade Federal Fluminense

Revista do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano

Revista Mídia e Cotidiano, Niterói-RJ, v. 14, n. 3, set./dez. 2020
