



LIBERDADE DE EXPRESSÃO E CAMPANHAS ELEITORAIS BRASIL 2018

Organização
Cristina Costa
Patrícia Blanco

INSTITUTO
**PALAVRA
ABERTA**

Observatório de comunicações
ob.com
liberdade de expressão
e imprensa

eca
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

ic NOVA INSTITUTO
DE COMUNICAÇÃO
DA NOVA

LIBERDADE DE EXPRESSÃO E CAMPANHAS ELEITORAIS – BRASIL 2018

Organização:
**MARIA CRISTINA CASTILHO COSTA
E PATRÍCIA BLANCO**

Cristina Costa • Isabel Ferin Cunha • Walter de Sousa Junior
• José Ismar Petrola • José Esteves Evagelidis • Luciano Somenzari
• Myrian Clark • André Bueno • Ferdinando Martins

**OBSERVATÓRIO DE COMUNICAÇÃO,
LIBERDADE DE EXPRESSÃO E CENSURA
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES (ECA/USP)**

São Paulo

2019

DOI: 10.11606/9788572052320



É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte e autoria, proibindo qualquer uso para fins comerciais.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

L695 Liberdade de expressão e campanhas eleitorais - Brasil 2018
[recurso eletrônico] /
Cristina Costa, Patrícia Blanco (Orgs.) - São Paulo: ECA-USP, 2019.

273 p.

ISBN: 978-85-7205-232-0

DOI: 10.11606/9788572052320

1. Campanha eleitoral - Brasil 2. Liberdade de expressão 3. Censura
4. Comunicação I. Costa, Maria Cristina Castilho II. Blanco, Patrícia

CDD 21.ed. – 320.981

Elaborado por: Alessandra Vieira Canholi Maldonado CRB-8/6194

Expediente:

Editoria: Walter de Sousa Junior

Preparação e revisão de textos: Walter de Sousa Junior

Designer gráfico e Diagramação: M&M Soluções Web

Capa: Paulo James Woodward

Apoio:



SUMÁRIO

Apresentação06

Capítulo 1

Liberdade de expressão e campanhas eleitorais

Maria Cristina Castilho Costa 10

Capítulo 2

Desglobalização e dessocidentalização: desigualdades, populismo e emoções

Isabel Ferin Cunha..... 43

Capítulo 3

O cenário da Segunda Guerra Fria e os atores das eleições de 2018

Walter de Sousa Junior 76

Capítulo 4

Fake news e a disputa entre grande imprensa e redes sociais na campanha eleitoral de 2018 no Brasil

José Ismar Petrola 110

Capítulo 5

Crise na imprensa e o desafio das redes sociais

José Esteves Evagelidis..... 137

Capítulo 6	
A superficialidade e o infoentretenimento na cobertura das eleições 2018	
Luciano Somenzari	167
Capítulo 7	
Educação: custo ou investimento? – A mídia impressa e a cobertura de educação no processo eleitoral de 2018	
Myrian Clark.....	191
Capítulo 8	
Fotografia e espetáculo no processo eleitoral de 2018	
André Bueno	220
Capítulo 9	
A Lei Rouanet e os rumos da cultura no discurso eleitoral de 2018	
Ferdinando Martins	257
Conclusão	273

APRESENTAÇÃO

O livro *Liberdade de Expressão e Campanhas Eleitorais – Brasil 2018* é fruto de uma convivência e parceria mantida ao longo dos anos entre três instituições internacionais. Uma delas é o Núcleo de Apoio à Pesquisa Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura da Universidade de São Paulo – OBCOM-USP, cujas atividades tiveram início em 2000, a partir do estudo do Arquivo Miroel Silveira, constituído de 6.137 processos de censura prévia ao teatro em São Paulo, de 1930 a 1970, que esteve sob guarda da Biblioteca da Escola de Comunicações e Artes da USP e que, hoje, abriga-se no Arquivo do Estado de São Paulo. A partir do estudo da censura estatal criada e praticada no Brasil até 1988, quando a nova Constituição a aboliu, inúmeros pesquisadores, em diferentes graus acadêmicos têm se dedicado ao estudo das formas de interdição do livre pensar e comunicar de ideias.

Outra dessas parceiras é o Instituto Palavra Aberta, pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, sediado em São Paulo, que tem por finalidade o fomento da educação e da cultura e a defesa da liberdade de expressão através de debates, simpósios, conferências e parcerias com instituições do setor público e privado,

contribuindo para o fortalecimento da democracia. O IPA atua com recursos de seus associados, empresas e associações ligadas às comunicações.

A terceira instituição parceira é o ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova, unidade de investigação no domínio das Ciências da Comunicação, em Portugal, sediado na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, da Universidade Nova de Lisboa (Lisboa), resultante da integração de outros grupos de pesquisa, entre os quais o CIMJ – Centro de Investigação, Media e Jornalismo e CIC Digital. O ICNOVA desenvolve uma agenda nacional e internacional que o fez estabelecer convênio no Brasil para o desenvolvimento do presente projeto.

Essas três instituições, interessadas na defesa da liberdade de expressão, assinaram convênio em 2018 para a realização de pesquisa intitulada ***Campanhas Eleitorais e Liberdade de Expressão 2018-2019***, visando o levantamento das propostas a esse respeito pelos candidatos que se apresentam nas eleições presidenciais brasileiras, em 2018, e para as eleições legislativas, em Portugal, em 2019. A partir de matérias publicadas em veículos de grande circulação, no Brasil e em Portugal, pretende-se analisar os debates, as propostas, as críticas e os programas eleitorais envolvendo processos de censura e interdição da comunicação e a defesa da liberdade de expressão.

Cientes de que o século XXI tem transformado a sociedade com o desenvolvimento de tendências como a Globalização e a Revolução Digital, a Informatização e o Neoliberalismo, a pesquisa pretende investigar as transformações que ocorrem no campo da comunicação e no conflito de interesses e jogo de poder envolvendo a livre circulação de mensagens e informações, levando-se em conta o estabelecimento das redes sociais e de mecanismos inéditos de controle social.

Para o desenvolvimento da investigação, formaram-se dois grupos de pesquisadores, um em Portugal, liderado pelo Prof. Dr. Rui Cádima e pela Profa. Dra. Isabel Ferin da Cunha, ambos do ICNOVA, e outro no Brasil, liderado pela Profa. Dra. Maria Cristina Castilho Costa, Coordenadora do OBCOM-USP e docente da Escola de Comunicações e Artes da USP, e pela Presidente do IPA, a gestora e comunicadora

Patrícia Blanco. A Coordenação Geral da investigação ficou a cargo da Profa. Dra. Maria Cristina Castilho Costa e do Prof. Dr. Walter de Sousa Jr, Pesquisador Colaborador do OBCOM-USP. Houve ainda assistência administrativa da Mestre Jacqueline Pithan, pertencente ao OBCOM-USP, e Saula Ramos, do IPA.

A equipe de pesquisadores sediada na Escola de Comunicações e Artes da USP foi constituída pelos especialistas em Educomunicação André Bueno e Myrian Clark, pelos Mestres Jacqueline Pithan, José Esteves Evangelides, José Ismar Petrola e Luciano Somenzari, todos membros do OBCOM-USP. A metodologia utilizada constituiu-se da leitura de 2.500 matérias publicadas nos jornais *Folha de S. Paulo*, *Estado de S. Paulo*, *O Globo*, revistas *Veja* e *Carta Capital*, portais *UOL* e *Poder 360*, entre 1º de agosto a 30 de novembro de 2018. As notícias foram *clippadas* por uma agência a partir das palavras **liberdade de expressão**, **liberdade de imprensa**, **fake news**, **redes sociais** e **educação**. Em Portugal, o grupo liderado pelo ICNOVA leu as notícias publicadas nos jornais de grande circulação.

O grupo de pesquisa foi dividido em duplas que se dedicaram à leitura e análise de um desses quatro eixos temáticos. Através de método indutivo e de análise de conteúdo, as notícias foram agrupadas em tendências e, em reuniões quinzenais, foram debatidas pelo conjunto de pesquisadores, com o objetivo de interpretar os discursos que se evidenciavam no material coletado e estudado. As tendências observadas foram constituindo um quadro referencial de abordagem dos temas escolhidos. André Bueno, o fotógrafo integrante do grupo se incumbiu da leitura das imagens que ilustravam as matérias e seu texto traz as conclusões a respeito dessa interpretação iconológica.

As análises assim empreendidas procuraram reconstruir duas tendências discursivas: a dos candidatos para seus eleitores e a da imprensa para seus leitores. Os dois discursos assim apreendidos procuraram dar conta de diferentes movimentos conjunturais que influenciaram tanto o que os meios de comunicação falaram a seu público como o que os candidatos disseram a seus eleitores. Trata-se portanto de um estudo sobre o discurso a respeito dos fatos e não sobre os fatos em si mesmos. O

resultado é um conjunto de representações que expressam a maneira como jornalistas, articulistas e comentaristas interpretam as propostas, atitudes e programas dos candidatos a respeito de questões direta ou indiretamente ligadas à liberdade de expressão e como as divulgam para seus leitores. Essas matérias, portanto, expressam dois vieses discursivos: aquilo que os candidatos desejam que seus eleitores ouçam e aquilo que a imprensa deseja que seu público entenda desse discurso.

Essa pesquisa contou com recursos humanos e financeiros da Universidade de São Paulo (USP), do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), do Instituto Palavra Aberta – IPA, e do Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura – OBCOM-USP. As análises propiciadas por esta pesquisa foram complementadas pelos estudos teóricos de autores das Ciências Humanas e Ciências da Comunicação e suas referências se encontram nos diversos capítulos deste livro, que traz os resultados da primeira etapa dessa pesquisa internacional – a Fase 1 que corresponde à análise referente as campanhas eleitorais brasileiras. A Fase 2 – correspondente às eleições legislativas portuguesas se desenvolverá a partir do segundo semestre de 2019.

Esperamos ter construído um cenário explicativo das questões em jogo no que tange à liberdade de expressão, tendo mostrado que mais do que um direito individual, ela tem se tornado um dos pilares para o debate em torno da democracia, da justiça social e da possibilidade de nos darmos conta das circunstâncias a partir das quais definimos nossa ação como sujeitos, indivíduos e cidadãos. Esperamos vocês para enriquecer esse debate.

LIBERDADE DE EXPRESSÃO E CAMPANHAS ELEITORAIS

PROFA. DRA. MARIA CRISTINA CASTILHO COSTA¹

Liberdade de expressão tem sido um tema de crescente importância, quer no âmbito das Ciências Humanas, quer no da vida política nacional e internacional. Não tem sido, entretanto, um tema de fácil estudo, em parte, pela liberdade de expressão ser um valor ainda muito recente na história da cultura humana, apesar de sua presença nas sociedades ocidentais, dos governos republicanos, participativos, representativos e que preveem uma alternância de ocupantes no exercício do poder.

A primeira manifestação que se tornou emblemática em relação a esse princípio ou direito, como veio a se constituir na Modernidade, foi o julgamento de

¹ Professora Titular da Escola de Comunicações e Artes da USP e coordenadora do Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura da ECA-USP.

Sócrates, imortalizado por Platão na obra *Apologia de Sócrates* (século V a.C.)², na qual relata o julgamento, defesa e condenação do filósofo ateniense, acusado de subversão dos jovens por meio de palavras e ensinamentos. É nesse texto que o filósofo diz:

O maior bem para um homem é justamente este, falar todos os dias sobre a virtude e os outros argumentos sobre os quais me ouviste raciocinar, examinando a mim mesmo e aos outros, e, que uma vida sem esse exame não é digna de ser vivida...³

Desde então, as culturas ocidentais têm sido cada vez mais sensíveis aos argumentos do filósofo usados em sua defesa – de que é importante que se divulgue e compartilhe opiniões e que essas só podem colaborar para o esclarecimento e desenvolvimento da sociedade e da humanidade. Disse ele:

Por toda parte eu vou persuadindo a todos, jovens e velhos, a não se preocuparem exclusivamente, e nem tão ardentemente, com o corpo e com as riquezas, como devem preocupar-se com a alma, para que ela seja quanto possível melhor, e vou dizendo que a virtude não nasce da riqueza, mas da virtude vem, aos homens, as riquezas e todos os outros bens, tanto públicos como privados⁴.

Foram séculos de luta para que essa ideia prevalecesse sobre os interesses das elites em manter seu poder e uma hegemônica interpretação da realidade que o justificasse. À medida que a sociedade ocidental se tornou mais dinâmica e plural – culturas diferentes se fazendo mais permeáveis umas às outras, sistemas políticos e

² Sócrates foi julgado e condenado no século V a.C. por sua atitude crítica em relação à cidade de Atenas, que se reconstruía após a derrota na Guerra do Peloponeso. Platão, seu principal discípulo, registrou nessa obra, em forma de diálogo, o que teria sido esse acontecimento. Provavelmente, querendo alertar os atenienses em relação ao que pode suceder com quem expressa seus pensamentos, criou o mais conhecido libelo em favor da liberdade de expressão.

³ **Apologia de Sócrates**. Tradução de Maria Lacerda de Souza. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/270801/mod_resource/content/1/platao%20apologia%20de%20socrates.pdf>. Acesso em: 7 fev 2018.

⁴ Idem.

econômicos se expandindo para além de seus limites geográficos e continentais, migrações humanas tornando cotidiana a miscigenação étnica, religiosa e filosófica – a divergência e o conflito passaram a fazer parte do que se entendeu por Modernidade, sem constituir uma anormalidade ou um obstáculo.

Além dessas circunstâncias, dois outros fatores começaram a dar consistência à defesa da liberdade de expressão – um deles foi a instituição de regimes políticos republicanos em que a alternância no poder se dá por eleições representativas, fazendo com que processos eleitorais se tornem uma acirrada via de acesso ao poder. Consequentemente, defender ideias que explicitem as diferentes propostas de governança passou a ser condição indispensável ao processo eleitoral. O outro fator foi o desenvolvimento dos meios de comunicação – se o acesso ao poder se dá através do voto, alcançar a população de forma cada vez mais ampla, se tornou imperativo. Daí, no século XIX, justamente na instalação de regimes republicanos na Europa, ter havido também o desenvolvimento de grandes redes de comunicação mediadas por meios tecnológicos de comunicação. Inicialmente, a imprensa diária, depois o rádio, o cinema e, no século XX, a televisão procuraram criar fluxos de comunicação pública que pusessem em contato a população entre si, com os poderes estabelecidos e com os demais candidatos ao poder.

A Modernidade, no Ocidente, se caracterizou por uma sociedade laica e não dogmática, pela sistematização do pensamento e pelo desenvolvimento da ciência e da racionalidade. Todos esses fatores contribuíram para que a divergência de ideias não fosse mais vista como heresia, desobediência ou ignorância. Foi nesse contexto que a liberdade de expressão ganhou importância e tornou-se um direito reconhecido de todo cidadão, membro legítimo de uma sociedade instituída, e um valor ético garantidor de uma vida pública saudável. E mais, tornou-se sinônimo da garantia de uma sociedade justa e democrática.

Mas, é claro que a constituição da livre expressão de ideias como direito e valor ético das pessoas e das sociedades nas quais se inserem não se deu sem lutas, sem progressos e retrocessos. E para garantir os avanços que, com muita luta, desde

Sócrates, vimos travando para a garantia da liberdade de expressão, diferentes grupos se organizam para denunciar e criticar os desrespeitos a esse preceito. E é nesse movimento que se insere este livro e o presente texto que chega agora às suas mãos, na luta em defesa do livre pensar e livre expressar de pensamentos e ideias por quaisquer que sejam os meios, as linguagens e os veículos e para quem quer que se dirigiam as informações.

Muitas instituições e grupos de pesquisa têm atuado em defesa do direito à liberdade de expressão. Três delas estão aqui representadas, uma é o Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura da Universidade de São Paulo (OBCOM-USP) que, desde 2000, vem estudando os processos de censura a partir do Arquivo Miroel Silveira, constituído por mais de 6.000 processos de censura prévia ao teatro, no Estado de São Paulo, de 1930 a 1970. A outra é o Instituto Palavra Aberta (IPA) organização brasileira de natureza privada, sem fins lucrativos, representante de entidades mantenedoras ligadas à imprensa e empresas editoriais, em defesa da liberdade de expressão e do direito à informação. A terceira, em Portugal, é o ICNOVA Media Lab, laboratório experimental ligado à Universidade Nova de Lisboa, dedicado ao desenvolvimento das pesquisas sobre narrativa, inovação e tecnologia, que tem atuação importante nas Ciências da Comunicação. Essas três instituições têm sido parceiras em eventos nacionais e internacionais ligados aos estudos das comunicações e, no início de 2017, assinaram um convênio de cooperação para uma pesquisa comparativa das eleições presidenciais brasileiras de 2018 e legislativas portuguesas de 2019, no que diz respeito à defesa da liberdade de expressão.

O presente trabalho trás os resultados da primeira etapa levada a efeito em 2018, quando as campanhas eleitorais brasileiras foram monitoradas através de matérias publicadas em jornais, revistas e portais de grande circulação no Brasil e em Portugal. Essas notícias foram lidas e debatidas por um grupo de pesquisadores, sob a coordenação de Maria Cristina Castilho Costa, coordenadora do OBCOM, Patrícia Blanco, Presidente do IPA e Isabel Ferin Cunha, membro do ICNOVA MEDIA LAB e coordenadora dessa pesquisa em Portugal.

CENÁRIO – CRISES E REDES

As eleições presidenciais no Brasil, em 2018, foram atípicas e acompanhadas por grande tensão. Desde junho de 2013, quando começaram movimentações populares motivadas por diversos descontentamentos da população brasileira, o ambiente político tem se tornado instável e conflitivo. Depois de dois mandatos do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e um mandato da ex-presidente Dilma Rousseff, ambos do Partido dos Trabalhadores, um segundo mandato desta última, resultado de uma disputa acirrada entre ela e um candidato da direita, terminou em um processo de *impeachment*, considerado por muitos analistas como golpista. Além desse encerramento conturbado e ambíguo, este período foi tumultuado pela Operação Lava Jato, destinada a investigar crimes de corrupção cometidos por políticos e empresas que prestavam serviços ao Estado, acarretando a prisão, entre outros, do ex-presidente Lula, grande líder populista da esquerda e pretendo candidato do PT nas eleições de 2018. Todo esse cenário foi envolvido também por uma crise econômica sem precedentes provocada, também, pela crise financeira mundial de 2008, implodida nas instituições financeiras norte-americanas. O resultado foi um forte acirramento que opôs partidos e ideologias de direita e esquerda que se manifestaram não só através de veículos de comunicação tradicionais mas, especialmente, pelas redes sociais e mídias digitais.

Se, como dissemos no início deste texto, os meios de comunicação se desenvolveram pari-passo com a instalação de governos republicanos e processos eleitorais livres e abertos, dois séculos mais tarde, chegamos a um grande impasse – o acesso da população às redes sociais de Internet como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, entre outras, deslocou o palco das disputas políticas da praça pública para os ambientes de comunicação digital, provocando uma participação nunca antes imaginada, a qual coloca em cheque justamente as possibilidades de eleições justas e confiáveis.

Assim, ao lado de todo esse conturbado cenário político de grande efervescência e instabilidade, assistimos a uma disputa embalada por uma nova forma de comunicação – as redes de computadores. Nas redes sociais, o ambiente comunicacional favorece o anonimato, a postagem rápida e superficial, o compartilhamento e a radicalização. É importante lembrarmos que o *Facebook*, rede criada por Mark Zuckerberg, teve sua origem em um programa elaborado para a eleição dos alunos mais populares da Universidade de Harvard. Tendo por base o livro anual com as fotos e identificação dos calouros, Zuckerberg criou um sistema eletrônico de votação. O sucesso foi imediato e, desde então, a ideia de uma avaliação de pessoas, serviços e candidatos por *cliques* se tornou uma tendência, bem como a aderência de seguidores (usuários que desejam ser informados das postagens de certas pessoas nas redes sociais) como medida de sucesso. Conseguir seguidores, obter cliques, compartilhar conteúdos, relacionar-se a distância, assim como manipular resultados, tornou-se um hábito das novas e velhas gerações e chegou à atualidade com uma força capaz de colocar em risco os meios tradicionais de comunicação. Adriana Braga chama de *recepção ativa* essa participação que envolve rede de comentários em portais de notícias, visitas recíprocas, *blogs*, manutenção de perfis em redes sociais.⁵

A revolução digital criou um novo ambiente de comunicação pública muito diferente daquele das mídias tradicionais. Em primeiro lugar, ele resulta de um empreendimento comercial privado que atende prioritariamente aos seus interesses financeiros. Desse modo, apesar da sensação de individualidade, publicidade e gratuidade das redes sociais, elas são produtoras de conteúdo e estão a serviço do marketing e da realização de negócios voltados para a venda de informações. Os usuários, na medida em que intermedeiam suas atividades e relações através dos veículos eletrônicos, trocam suas informações pela comodidade e agilidade que eles proporcionam. Além disso, as redes estabelecem contatos entre parceiros que se

⁵ BRAGA, Adriana. Microcelebridades – entre meios digitais e massivos. Revista Contracampo – PPGCOM UFF, n. 21, 2010.

conhecem ou que têm entre si aspectos em comum, como gênero, idade, terem frequentado a mesma escola ou morarem no mesmo bairro.

A teoria das redes não é nova – nas Ciências Sociais há muito se trabalha com a ideia de que informações e influências se difundem em uma sociedade estruturada, estabelecendo-se uma topografia em dada população. A distribuição dos membros dessa sociedade por essa topografia depende de princípios como liderança, proximidade e interesses. Hoje, essa teoria se concretiza sob a forma de um programa, automatizando suas regras. Formam-se nas redes sociais grupos, comunidades, e verdadeiras torcidas em torno de propósitos e ideias. Assim, o ambiente digital é um espaço múltiplo onde se fazem negócios, prestam-se serviços, estabelecem-se contatos, celebram-se contratos, publicam-se mensagens e iniciam-se relações comerciais, afetivas e sexuais. A importância inquestionável dessas redes e desse ambiente colaborativo e associativo tem impactado a sociedade e a transformado rapidamente. O fluxo de informações e a facilidade na sua disseminação levam à derrocada de sistemas analógicos tradicionais e fontes de informação antes fidedignas como as listas telefônicas impressas e os guias rodoviários, por exemplo. As empresas editoriais e a grande imprensa são brutalmente afetadas pelas redes e muitos hábitos de consumo como a leitura de textos impressos sofre transformações. Aqueles que não tinham acesso aos meios tradicionais de informação como jornais, rádio e televisão, como meios de expressão, vêm na rede mundial de computadores – a Internet – e nas redes sociais, um meio eficiente para se comunicar, estabelecer relações e atuar profissionalmente. Assim vão se formando “bolhas” de usuários interessados uns nos outros ou em atividades comuns – grupos de discussão, comunidades que se formam em torno de um tema, ativistas com diferentes objetivos, pessoas que possuem interesses comuns advindos de habitar o mesmo bairro, por exemplo. O trabalho de divulgação, promoção ou conhecimento que antes demandaria muitos recursos humanos e financeiros, agora se resolve em curto espaço de tempo e com extrema agilidade.

A pesquisa que gerou este trabalho teve como fonte de informação sobre as eleições presidenciais brasileiras de 2018, as matérias de jornais publicados em veículos da grande imprensa, evidenciando não só a crise econômica, política e financeira a que fizemos referência, como também a crise na comunicação, expondo a fragilidade da comunicação tradicional diante da ascensão dos novos meios de comunicação. Formaram-se nas redes sociais grupos cada vez mais radicalizados de opositores aos candidatos à presidência, especialmente aqueles mais abertamente identificados com as tendências da direita e da esquerda. Essa disputa entre verdadeiras “torcidas” políticas e partidárias se acirrou ainda mais no segundo turno quando Jair Bolsonaro (PSL⁶) e Fernando Haddad (PT) se enfrentaram.

Matéria que expressa bem esse clima de oposição e radicalização que se estabelecia nas redes sociais é a que divulga e analisa uma carta que o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, do PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira), teria enviado a eleitores e eleitoras apresentando uma proposta conciliatória – sugerindo que fosse escolhido, de comum acordo entre os candidatos, um deles que não representasse a radicalização política manifesta na liderança em pesquisas de Fernando Haddad, do PT, e Jair Bolsonaro, do PSL. Escreveu o ex-presidente:

“Os maiores interessados nesse encontro e nessa convergência devem ser os próprios candidatos que não se aliam às visões radicais que opõem ‘eles’ contra ‘nós’”, diz FHC na missiva. O ex-presidente classifica o quadro atual como “dramático” e afirma que “em poucas ocasiões” viu condições políticas e sociais “tão desafiadoras quanto as atuais”, mas pondera que “ainda há tempo para deter a marcha da insensatez”. “É hora de juntar forças e escolher bem, antes que os acontecimentos nos levem para uma perigosa radicalização. Pensemos no país e não apenas nos partidos, neste ou naquele candidato. Caso contrário, será impossível mudar para

⁶ Partido Social Liberal, de pequeno porte, que aglutinou as forças direitistas nas eleições de 2018 em confronto com o Partido dos Trabalhadores, na presidência da República entre 2002 e 2016.

melhor a vida do povo. É isto o que está em jogo: o povo e o país. A Nação é o que importa neste momento decisivo”, prossegue ele.⁷

Confirmando o ambiente que se formou em torno e por meios das redes sociais, Fernando Henrique Cardoso acrescenta na sua carta:

“Agora, a fragmentação social e política é maior ainda. Tanto porque as economias contemporâneas criam novas ocupações, mas destroem muitas outras, gerando angústia e medo do futuro, como porque as conexões entre as pessoas se multiplicaram. Ao lado das mídias tradicionais, as “mídias sociais” permitem a cada pessoa participar diretamente da rede de informações (verdadeiras e falsas) que formam a opinião pública. Sem mídia livre não há democracia.”⁸

A polarização política e a mobilização do eleitorado que, sem outras possibilidades de lidar com a crise que enfrenta, descarregaram nas campanhas eleitorais seus ressentimentos, tem seu ponto máximo no atentado contra Jair Bolsonaro, que foi vítima de uma facada durante um comício em Juiz de Fora-MG, no dia 6 de setembro de 2018. A partir de então cria-se em relação ao candidato uma adesão mais definida e clara. A internação e as notícias a seu respeito e de sua saúde, tomando 24 horas ininterruptas da programação das rádios e das televisões, fazem dele, como os eleitores o chamaram, um “mito”. Certamente o próprio atentado e a cobertura dos meios de comunicação tiveram influência sobre os resultados das eleições, como previram diversas matérias lidas na pesquisa.

É possível também que o atentado fortaleça ainda mais a ideia de uma polarização entre Bolsonaro e o PT. “Bolsonaro poderia se apresentar

⁷ CAMPOS, João Pedroso de. **Em carta, FHC pede união de presidentiáveis contra candidatos radicais.** *Veja*, 20/9/2018.

⁸ Idem.

como o único nome que pode botar ordem no País; o candidato petista, que é o único capaz de retomar a busca do Estado do Bem Estar Social”, diz o analista político Antonio Augusto de Queiroz, diretor de documentação do Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (Diap), que acompanhou a Constituinte, todas as eleições da redemocratização para cá e vive o dia a dia do Congresso e dos partidos políticos.⁹

DESGLOBALIZAÇÃO, DESOCIDENTALIZAÇÃO, POLARIDADE

Como tão bem explicado no capítulo 2 deste livro, de autoria de Isabel Ferin da Cunha, o desenvolvimento das mídias digitais e do Neoliberalismo, não teve consequências apenas no campo da comunicação. Sabemos que dois fatores foram determinantes para o cenário que se delineia no século XXI – um deles foi a ruína da União Soviética e o fim da Guerra Fria que dividia o mundo em dois grandes impérios – o soviético e o norte-americano. O outro foi justamente o estabelecimento da comunicação por rede de computadores que uniu o mundo em grandes plataformas e sistemas globalizados integrados à produção material, ao sistema financeiro e às comunicações de mensagens e informações. Através desses dois fatores, estabeleceu-se no mundo o que ficou conhecido por globalização. Zygmunt Bauman define as consequências dessa tendência como uma nova concepção de tempo e espaço, um movimento de inclusão/exclusão, uma hibridização das referências que servem para nos definir enquanto seres e personas.¹⁰

A globalização envolve uma nova forma de racionalização econômica e produtiva alicerçada na automação e em um sistema produtivo que, crescentemente,

⁹ DOMINGOS, João. **A paz necessária**. *O Estado de S. Paulo*, 8/9/2018.

¹⁰ BAUMAN, Zygmunt. **Globalização**: as consequências humanas. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

diminui o trabalho humano necessário nele empregado, quer o pensemos como quantidade de trabalhadores, quer como quantidade de horas de trabalho empregado. Novas relações de produção se estabelecem constituindo o que ficou conhecido por Toyotismo – o uso de princípios novos que aposentaram a produção em série com utilização de uma massa de trabalhadores, o chamado Fordismo. A robótica automatiza o trabalho repetitivo e integra as diversas atividades em sistemas operacionais sofisticados, dispensando grande parte da mão-de-obra humana. As consequências não imaginadas da introdução desse processo em nível planetário foram a precarização das relações de trabalho, a concentração de renda, o crescimento da pobreza, o desemprego estrutural e a mudança completa na forma de se pensar a produção. Tudo isso levou a uma grande mudança no campo econômico, político e social. Houve a aceleração da produção, a difusão de processos produtivos materiais e simbólicos, a obsolescência de produtos e hábitos, de valores e de objetivos. Nesse cenário, muitos foram os prejudicados e os insatisfeitos, começando a gerar, na sociedade, reações e ressentimentos difusos e sistemáticos contra os processos de transformação econômica e social. Ou seja, diante de uma processos que Bauman considera irreversível, movimentos sociais começam a lutar contra as novas tendências. Vejamos o que diz matéria que fez parte do corpus de nossa pesquisa:

Líderes eleitos em partes da Europa, nos EUA, nas Filipinas e agora no Brasil esticaram o espectro político e reinventaram o significado do que é ser de direita. A agenda desses políticos tem especificidades em cada país, mas a maioria tem, em comum, um discurso contra o que chamam de globalismo.

Há um ano, Jair Bolsonaro, influenciado pelo brasileiro radicado nos EUA Olavo de Carvalho, declarava em suas redes sociais que teve “hombridade e humildade” para levar adiante a luta contra o globalismo. Eleito, manteve-se fiel ao pensamento e, por indicação de Carvalho, escolheu como chanceler Ernesto Araújo, que diz, em seu *blog*, querer

ajudar o Brasil a se libertar da ideologia globalista. Bolsonaro, Carvalho e Araújo fazem coro ao discurso do presidente dos EUA, Donald Trump, influenciado por Steve Bannon, chefe de sua campanha presidencial e, depois, estrategista da Casa Branca por sete meses.

O conceito ainda é difuso, mas especialistas ornados pelo GLOBO concordam que o termo tem, nos países ricos, pelo menos, quatro características: é crítico à imigração, a pautas ligadas a minorias, a organizações multilaterais, como a ONU e a União Europeia, e ao que chamam dos efeitos nefastos da globalização, como o desemprego industrial.¹¹

Além desse movimento de ressentimento e dissidência, assistimos, nesse processo de globalização, a um rearranjo das relações internacionais agora pautadas pela racionalidade e pelo mercado. Assim como a terceirização passa a ser adotada nas empresas, privilegiando-se o objetivo-foco da atividade produtiva e deixando para as empresas parceiras, conveniadas ou subsidiadas as tarefas que fogem a esse escopo, entre as nações também se apresenta uma necessária redefinição de papéis. A acirrada concorrência imposta pelo neoliberalismo, que gera o fechamento de empresas no âmbito de uma rua, uma cidade ou uma nação, em nível global, obriga a uma redefinição da vocação econômica e financeira das nações. Nesse movimento, assistimos a processos evidentes de desindustrialização de países que se voltam novamente para a produção agrária e de *commodities*. Esse processo identificado como a Terceira Revolução Industrial, tem gerado conflitos substanciais que acarretam expressivas manifestações de desagrado publicadas e divulgadas através das redes sociais agora disponíveis. Analistas internacionais também apontam para esses fatores, ingredientes importantes para se entender as eleições de 2018.

¹¹ **Insatisfação difusa leva antiglobalismo ao poder.** O Globo, 25/11/2018.

Noan Chomsky, professor de linguística da Universidade do Arizona, um crítico contumaz do neoliberalismo, mostra esse processo de desindustrialização e a guinada da economia brasileira dos últimos anos para a produção agrícola e de matéria-prima:

O problema real foi outro. O problema real foi ter falhado em diversificar a economia. Naqueles anos (referia-se ao Governo de Luiz Inácio Lula da Silva como Presidente), houve uma grande tentação em toda a América Latina de seguir a vocação tradicional de fornecer *commodities* a consumidores em outras partes do mundo, especialmente para a China, que se tornou uma grande compradora de soja, ferro. Manufaturados chineses baratos passaram a inundar o Brasil, inviabilizando a indústria de manufaturados local. Esse tipo de política não pode levar a um desenvolvimento de sucesso. A Venezuela também continuou dependendo completamente da exportação de energia.¹²

Muitos desses movimentos se manifestam como uma recusa à própria globalização, muitas vezes identificada com a ocidentalização da sociedade, a expansão da democracia, dos direitos humanos e de objetivos humanitários com os quais se identificavam, especialmente, os partidos de esquerda. Todos esses aspectos levam a uma reação conservadora e de direita que procura defender direitos e privilégios que antes eram tidos como hegemônicos do capitalismo e que, agora, parecem ameaçados pelas ideias progressistas dos partidos políticos e das militâncias de esquerda.

Expressando essa análise da situação global na atualidade, vejamos o que escreveu Roberto Pompeu de Toledo, na revista *Veja*:

¹² **PT deveria criar comissão da verdade para avaliar erros, diz Noan Chomsky.** *UOL*, 20/9/2018.

Duas organizações que medem o estado da democracia e das liberdades ao redor do mundo, a revista inglesa *The Economist* (por meio de sua *Intelligence Unit*) e a ONG americana *Freedom House*, acusaram um declínio global nas percepções e nas práticas desses valores, em seus últimos relatórios. Numa escala de 1 a 10 a *Economist* aponta para a democracia uma queda da média de 5,52, em 2016, para 5,48, em 2017, considerados todos os 165 países e dois territórios pesquisados. Um total de 89 países retrocedeu, 51 permaneceram estagnados e apenas 27 registraram avanços no período. Os critérios para a avaliação dos países são cinco: processo eleitoral e pluralismo; liberdades civis; funcionamento do governo; participação política; cultura política. No final, os países são divididos em quatro blocos: democracias plenas; democracias falhas; regimes híbridos; regimes autoritários.¹³

Em decorrência desse estado de coisas, vemos, não só no Brasil, mas também em outros países, ascensão de ideias nacionalistas, em oposição à globalização, de um discurso protecionista, contra o liberalismo concorrencial de mercado, a vitória de um discurso autoritário na contramão de uma sociedade inclusiva que garanta oportunidades para grupos por séculos deixados na subalternidade. A eleição de líderes com discurso autoritário, nacionalista e populista, que lembra o das doutrinas nazi-fascistas que imperaram no século XX em muitos países, assim como a vitória de Donald Trump como Presidente, nos Estados Unidos, são sintomas dessa tendência. A vitória do Brexit¹⁴, com a decisão da maioria dos ingleses pela saída do país na União Europeia é outra manifestação de rejeição aos princípios que regem a sociedade globalizada.

¹³ TOLEDO, Roberto Pompeu. **A democracia: entre a luz e as trevas.** *Veja*, 23/9/2018.

¹⁴ *Brexit* é uma palavra formada por duas outras palavras inglesas *Britain* (Grã Bretanha) e *exit*, que significa saída. Ela designa a proposta da Grã Bretanha deixar a União Europeia, vitoriosa no referendo de 23 de junho de 2016. Desde então, o tema é debatido no Parlamento com grande discórdia entre políticos e implica em uma atitude ao mesmo tempo protecionista e nacionalista encabeçada pelo Partido Conservador.

Em vista desse contexto, grande parte das matérias lidas na campanha eleitoral de 2018 procura apontar para os problemas decorrentes da crise econômica mundial (resultante de economias integradas pela globalização) e para índices que apontam as dificuldades do país em fazer frente aos problemas das transformações econômicas e sociais. Vejamos alguns exemplos em que a fragilidade do país fica evidente, colocando os eleitores diante de duas opções que se transformaram em polaridades. Inicialmente, as propostas liberais ou de partidos e comentaristas de centro e centro-direita:

E esse será um dos principais desafios que o próximo governo terá de vencer. O número de desempregados no Brasil foi de 13 milhões de pessoas no segundo trimestre de 2018, o que representa 12,4% da população, segundo levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O mercado de trabalho brasileiro continua mostrando forte desânimo, com 65,6 milhões de pessoas fora da força de trabalho, maior número desde o início da série histórica do IBGE, em 2012¹⁵.

No outro polo, as preocupações dos partidos, candidatos e partidos de centro-esquerda e esquerda:

A divulgação, pelo Programa da Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud), do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 2017, próximo às eleições, serve de instrumento de reflexão para o eleitor.

Indo além do alcance dos indicadores meramente quantitativos – como PIB, inflação e outros –, o IDH visa a captar como evolui a qualidade de vida das populações. Para isso, a sua composição usa informações sobre educação, expectativa de vida e também renda.

¹⁵ FUNDADOR, Rubens Menin. **Mais 200 mil empregos no Brasil**. *Folha de S. Paulo*, 24/9/2018.

O Brasil se manteve em 79º lugar numa relação de 188 países. Mas quando o indicador é ajustado à desigualdade na população, a posição do país no ranking cai 17 posições. São mesmo grande fator de depreciação do Brasil em estudos comparativos como este as disparidades sociais em geral e de renda em particular.¹⁶

Reforçando os argumentos das propostas à esquerda:

A julgar pelas últimas eleições presidenciais e pelo resultado de pesquisas mais recentes, a sociedade brasileira ainda vê com muito bons olhos a presença do Estado na provisão de serviços públicos universais e gratuitos de saúde e educação; de um sistema de aposentadorias que atenda à massa de trabalhadores que não conseguiria poupar o suficiente para viver com dignidade na velhice; de uma rede de proteção social para os vulneráveis, e até mesmo na exploração de setores estratégicos como petróleo e energia elétrica.

Ou seja, a forte rejeição à corrupção não levou a população a defender uma agenda ultraliberal.¹⁷

Pudemos ler ainda:

Nosso País tem de crescer, gerar empregos e oportunidades mais equilibradas para todos. O Brasil precisa aumentar sua produtividade, via melhora na qualidade da **educação**, com aumento dos investimentos em infraestrutura, retomada do mercado de crédito, desenvolvimento do mercado de capitais, abertura comercial e uma profunda reforma do Estado.

¹⁶ Idem.

¹⁷ Ibidem.

Precisamos de eficiência e competitividade, de redução da pobreza e da desigualdade de renda. Ou seja, temos de seguir na direção de um país mais justo e mais inclusivo¹⁸.

A questão de gênero também foi tema importante e dividiu o eleitorado e os candidatos mais à esquerda (em defesa da igualdade de gênero) e à direita (negando a desigualdade).

O debate sobre a igualdade de gêneros, a valorização da mulher no mercado de trabalho e sobre a necessidade de garantir igualdade de oportunidades entre homens e mulheres vem ocupando espaço crescente aqui e no mundo. Pesquisas, estudos acadêmicos, novas práticas, políticas internas de empresas e novos critérios de representação política vêm ganhando relevância. Percebe-se, com uma clareza inédita, que talentos femininos têm sido perdidos no meio do caminho – ou nunca aproveitados. E há hoje, mais do que nunca, uma vontade de mudar isso.

Mas a distância a ser vencida ainda é grande – e no Brasil, ao contrário de outros países, ela vem se ampliando.¹⁹

Algumas matérias atestam a desilusão de parte do eleitorado que se vê desatendida pela polarização das opções políticas:

O brasileiro está cansado. Quem aguenta mais um mandato inteiro sem a tranquilidade necessária para resolver o que é preciso? Grande parte do eleitorado, que não quer nem Bolsonaro nem Haddad e que acabará refém disso que começa a ganhar contornos de uma guerra entre duas facções, entrou em desespero para definir voto útil ainda faltando 17 dias

¹⁸ ABRÃO, Ana Carla. **Em nome de Deus**. *O Estado de S. Paulo*, 18/9/2018.

¹⁹ ABRÃO, Ana Carla. *Teto de vidro*. *O Estado de S. Paulo*, 11/9/2018.

para as eleições. Colocam-se na balança fatores que possam mudar a cara do segundo turno ou garantir um certo controle de danos. Mas a questão mais importante já foi posta em xeque: a democracia.²⁰

CONTRADIÇÕES, COMPLEXIDADE, PERPLEXIDADE

Em um cenário que transpira crises econômicas, políticas e sociais, em que tendências entram em declínio e propostas novas estão ainda desorganizadas, é compreensível que haja contradições, que os discursos não se apresentem claros e racionais como se espera, especialmente dos profissionais da imprensa. Por outro lado, acontecimentos inesperados e imprevisíveis como o atentado a Jair Bolsonaro pareceram expressar a perplexidade da época que se vive. Outro acontecimento que expôs as dificuldades do país na gestão do dinheiro público, na conservação e respeito por sua história e por seu patrimônio físico e cultural foi o incêndio do Museu Nacional do Rio de Janeiro, que pareceu colocar abaixo as esperanças dos analistas, dos jornalistas e do eleitorado. Sobre ele diz Eliane Cantanhêde:

O Brasil é uma das maiores economias do mundo, despejou fortunas na Copa, na Olimpíada, nas “campeãs nacionais” JBS e Odebrecht e tem tanto dinheiro sobrando que o ex-governador do Rio nadava em joias, um dos envolvidos na Lava Jato estocava malas de dinheiro num apartamento vazio de Salvador, um outro devolveu US\$ 100 milhões roubados à Petrobrás e vai por aí fora.

E os miseráveis? A geração de empregos?

O dinheiro da Cultura? E a nossa história, o Museu Nacional, o da República, o do Ipiranga...? Para isso não há recursos, nem campeões nacionais, nem boa vontade, nem reconhecimento.

²⁰ JORGE, Mariliz Pereira. **Entre a cruz e a calderinha**. *Folha de S. Paulo*, 20/9/2018.

Entra governo, sai governo, e o risco só aumenta, até que uma tragédia como a de domingo sacode o País.

As labaredas que destruíram os 200 anos de história jogaram luz no descaso, na falta de prioridade, nos desvios milionários, na simbiose entre corrupção e colapso, no empurra-empurra da culpa. Um erro vai puxando o outro, num círculo vicioso que leva a níveis insuportáveis a indignação, em pleno ano de eleições gerais.²¹

Os analistas não pouparam o quadro de destruição que o incêndio expressou, todo o descontentamento e desencanto dos brasileiros com a gestão pública:

Ainda em 2004, já havia o temor de que o prédio pudesse pegar fogo. Em 2016, um relatório elaborado pelo setor da Biblioteca do museu apontava para diversos problemas de manutenção; e o diretor do museu deu diversas entrevistas ao longo dos últimos anos alertando para a decadência do prédio que abrigava o maior acervo científico do Brasil e que foi residência da família real portuguesa.

O museu vai pegar fogo. São fiações expostas, malconservadas, alas com infiltrações, uma situação de total irresponsabilidade com o patrimônio histórico. Foi assim que, em 2004, o então secretário de Energia, Indústria Naval e Petróleo do estado do Rio de Janeiro, Wagner Victer, atual secretário estadual de Educação, descreveu a situação do Museu Nacional, após fazer uma visita ao local.²²

Enfim, no cenário que descrevemos neste texto, será possível fechar um programa de quatro anos que prometa aos eleitores desenvolvimento econômico e redistribuição de renda, aumento da quantidade de empregos e abertura ao mercado?

²¹ CANTANHÊDE, Eliane. **Indignação**. *O Estado de S. Paulo*, 4/9/2018.

²² PASSARINHO, Nathalia. **Museu Nacional: fiação exposta, gambás e cupins entre os alertas ignorados que anunciavam tragédia**. *UOL*, 3/9/2018.

Será possível garantir a inclusão étnica, racial e de gênero e, ao mesmo tempo, a promessa de serviços públicos universais e gratuitos, nas áreas de saúde e educação? É crível que se contenha a escalada do crime organizado com um sistema de segurança ativo e ético? Diante dos impasses das contingências nacionais – uma história secular herdada de clientelismo, nepotismo e corrupção – e internacionais – a crise do capitalismo pós-industrial e a emergência de novas potências mundiais que se apresentam como as promissoras (e previsíveis) economias dominantes, as quais jamais viveram regimes democráticos nem parecem desejar-los, é viável acreditar em planos e promessas? A imprensa pareceu suscetível a essas dificuldades e dúvidas. Iniciativas para esclarecer o eleitorado, desmascarar propostas que não passavam de chamadas de publicidade e marketing foram publicadas. A seguir, um exemplo dessa iniciativa:

O UOL, em parceria com a Eder Content, lança nesta quinta-feira (23) a série UOL Confere Promessas de Campanha, que vai conferir a viabilidade de promessas eleitorais feitas pelos candidatos à Presidência da República. Independentemente do mérito do que é proposto, o objetivo é responder: é viável ou não é?

Até o dia 5 de outubro, às vésperas do primeiro turno das eleições (dia 7), uma equipe de jornalistas da Eder Content – agência independente de jornalismo – vai conferir uma promessa a cada dia, de segunda à sexta-feira. Serão usados critérios predefinidos, como a existência de recursos para realizar a proposta, as restrições no Orçamento da União (que é limitado pelo teto dos gastos e pelo destino predeterminado da maior parte dos recursos federais, como as verbas destinadas para Educação, por exemplo) ou ainda o tempo necessário para executar a ideia. Os temas serão aqueles que tenham amplo impacto para a sociedade ou que tenham despertado interesse e debate entre eleitores nas redes sociais.²³

²³ **UOL vai checar viabilidade de promessas dos candidatos à Presidência.** *UOL*, 23/8/2018.

NESSE CONTEXTO, O QUE REPRESENTA O SUJEITO (O ELEITOR)?

Outro aspecto extremamente importante e característico da campanha eleitoral de 2018 foi o fato de que, apesar da polarização política, o que estava em discussão não era exatamente uma divergência em torno de um projeto político e econômico dos partidos e candidatos, mas, principalmente, formas diferentes de interpretar valores, costumes e atitudes da vida social. O que vimos provocar enormes discussões nas redes sociais e nos aplicativos de trocas de mensagens, como o *WhatsApp*, foram posições favoráveis ou contra a legalização do uso da maconha e a descriminalização do aborto, a defesa da diversidade sexual e de gênero, as simpatias internacionais em relação à Venezuela, Cuba e Estados Unidos, a defesa da virgindade e da função feminina. Foram, portanto, as questões morais, valorativas e comportamentais que se tornaram manchetes durante o ano de 2018. Porque tais questões se tornaram tão importantes, numa época em que a existência dessas opções e posições políticas diante da vida não depende mais de opiniões demagógicas? Não está claro que a aceitação da diversidade de gênero, raça, credo, opção sexual já não depende mais de uma abertura ideológica? Como explicamos no início do capítulo, fronteiras que dividem as sociedades, os grupos e as culturas que os compõem se diluem nesse movimento mundializante que já dura pelo menos quinhentos anos.

Transformações sociais, econômicas e tecnológicas vêm modificando radicalmente o mundo e as relações de produção capitalista, criando o que se entende por Capitalismo Pós-Industrial. Pois bem, se as posições ideológicas e as afiliações partidárias são ameaçadas por relações produtivas que fragmentam as classes sociais e o exercício das atividades de produção, identidades de classe pautadas pelas estruturas materiais de produção são duramente afetadas. Em um universo em que

predomina a *uberização*²⁴ da sociedade, as atividades profissionais e produtivas se pautam não pela experiência de compartilhamento de uma dada situação e cultura de classe, mas por uma prestação de serviço individualizada em que cada trabalhador se sente concorrente de seu colega de trabalho. Resulta daí a deterioração das identidades profissionais e de classe e a emergência de novos processos identitários. Sem uma posição social que identifique o trabalhador numa relação entre iguais e qualifique seu pertencimento a uma categoria social, este substitui formas tradicionais de reconhecimento individual por opções ideológicas, religiosas e comportamentais que o reposicionem como sujeito – ele não tem emprego formal, não tem uma posição estável, não recebe aposentadoria, as ocupações que desenvolve são precárias e temporárias, mas seus valores são consistentes. De acordo com essa tendência, o sujeito mostra-se, por exemplo, a favor da heterossexualidade, contra a descriminalização do aborto e a diversidade sexual e de gênero, contra a teoria da evolução e a legalização do uso de drogas e a favor da família, seja lá o que isso signifique. Essa transformação explica o conservadorismo das questões em jogo nas campanhas eleitorais, em que *fake news* tentavam prejudicar a imagem de candidatos, de direita e de esquerda, em relação a seus valores morais e atitudes comportamentais. A seguinte matéria reflete essas questões:

Primeira vereadora (Janaina Lima) eleita pelo partido Novo na capital, e pioneira no conceito de *coworking* legislativo no país, diz ser comprometida no combate à violência contra a mulher, na briga pela igualdade de gêneros. Ela afirma que respeita a decisão pelo aborto, mas

²⁴ Uberização do trabalho é o termo utilizado para designar as novas relações produtivas que substituem o emprego formal do trabalhador assalariado. Em vez desse contrato que regula horário, objetivos, remuneração, temos uma organização do trabalho precária, que coloca o funcionário como prestador de serviço diante de uma clientela com a qual se relaciona através de um aplicativo eletrônico. Os trabalhadores envolvidos nesse capitalismo chamado de Plataforma não constituem uma categoria, mas profissionais autônomos concorrentes entre si. A palavra vem da empresa/aplicativo de celular UBER que criou esse sistema de prestação de serviços para motoristas.

somente dentro das medidas legais – ou seja, quando há risco de morte da mãe, anencefalia e em vítimas de estupro.

Sou contra o aborto fora desses casos porque quando minha mãe descobriu que estava grávida, meu pai, desempregado, a mandou tomar um chá para abortar. Ela se recusou. Nasci com muitos problemas de saúde, epilepsia grave, mas cheguei até aqui e sou orgulho para meu pai. Agora, nos casos em que é permitido por lei, a decisão é da mulher e respeito isso, justifica ela, mãe de um menino de dois anos.²⁵

Ainda sobre questões morais e comportamentais:

Nos últimos 12 meses, houve 46 polêmicas envolvendo professores e livros didáticos. A maioria dos casos contrapõe pais conservadores a docentes do ensino fundamental.

“Orientação sexual” e “identidade de gênero” eram tópicos em uma apostila para alunos do 6º ano no Colégio Santo Agostinho, escola privada tradicional de Belo Horizonte. As diferenças entre homens e mulheres são culturais, discorre o texto, e o desejo é uma “escolha pessoal”, que “permite viver a sexualidade de forma prazerosa e saudável”. “Não existem comportamentos “normais”, e, por essa razão, a homossexualidade e a bissexualidade não são doenças e desvios.”

A filha de Elder Diniz recebeu o livro no início de 2017, para o descontentamento de seu pai. “Vincular orientação sexual a formas de prazer não é apropriado para a faixa etária de 11 anos”, afirmou o administrador de empresas, de 52 anos. “O mais apropriado seria salientar família e relacionamentos, com uma consideração de respeito.” Os pais do colégio se uniram, coletaram 120 assinaturas e se queixaram à direção. Os diretores responderam com a insinuação de que havia certo

²⁵ SOUTO, Luiza. **Vereadora que levou coworking para Câmara já foi agredida e é contra aborto.** UOL, 24/11/2018

“pânico social” em reação à apostila e que ensinar igualdade de gênero era essencial.²⁶

A posição moral e comportamental envolve ainda a educação e a religião:

A imprensa está entre seus alvos preferenciais. Afirma que a opinião conservadora foi banida dos jornais e que ninguém pode falar em Deus sem ser chamado de fundamentalista pela mídia.

Critica ainda o movimento Escola sem Partido (por ter sido proposto antes da realização de uma pesquisa que comprove a hegemonia da esquerda nas instituições de ensino), a educação sexual nas escolas (que incentiva “mais putaria”), os “gayzistas” (que, segundo ele, querem impor seu modo de ser aos outros) e a ideia de aquecimento global.²⁷

A questão de gênero também esteve na ordem do dia, durante as campanhas eleitorais:

Tenho dois trabalhos para o final de semana e estava muito a fim de ficar bronzeada. Então entrei em contato para ver se tinha horário. Do nada, resolvi falar da minha situação [ser trans], por questão de não ser tratada diferente. Porque tenho certa passibilidade, já fiz minha transição completa. Ela negou atendimento apenas com a justificativa que só faz em mulheres, contou à Universa.

Após a repercussão, ela fez uma nova postagem, desta vez com imagens da resposta da dona do estabelecimento, também em uma conversa pelo mesmo aplicativo. Até esta quinta (29), a postagem tinha mais de 200 compartilhamentos. Nas imagens, a pessoa identificada como dona do

²⁶ **O cantinho do castigo**. O Globo, 26/11/2018.

²⁷ ZAREMBA, Júlia. **Guru de Bolsonaro diz que não há intelectuais da esquerda de seu nível**. *Folha de S. Paulo*, 28/11/2018.

estabelecimento afirmava que poderia recusar atendimento a quem quisesse e chamou Pamela de falsa e dissimulada por relatar o ocorrido. A proprietária diz que somente o advogado irá se pronunciar.

Por ter recusado atendimento à cliente por conta da transexualidade, Pamela divulgou o ocorrido como ato discriminatório. Que ela me falasse que não tinha experiência, que me perguntasse o que tenho no meio das pernas antes de negar atendimento. Seria mais aceitável. Não é o ideal, né? Até porque não sou mais mulher do que as outras que não fizeram a cirurgia [de redesignação sexual], contou.²⁸

É A LIBERDADE DE EXPRESSÃO?

Como já dissemos, liberdade de expressão não é um tema fácil de ser abordado. Direito recente, desenvolvido na Modernidade Ocidental juntamente com os ideais de democracia, regime político que, inspirado nos gregos clássicos, propagava uma vida política participativa e minimamente equânime (lembramos que a cidadania era um privilégio destinado a poucos: homens, donos de terras, atenienses e, depois, comerciantes ricos e militares), a liberdade de expressão sofreu transformações. Nas monarquias, consistia no direito do cidadão comum poder, em praça pública, criticar a realeza, sem correr o risco de ser condenado e executado como traidor. Na República, significou o direito de defender diferentes formas de regime econômico e governo, por meios de declarações e mobilização política. Na sociedade heterogênea e múltipla que se erigiu na Contemporaneidade, liberdade de expressão representa o direito de denunciar, criticar e expressar seus ideais políticos e ideológicos, representantes da minoria com a qual o cidadão se identifica. Significa também, num mundo integrado por redes de comunicação que fazem das informações seu maior bem, ter acesso a elas e aos veículos de comunicação.

²⁸ REIF, Laura. **Mulher trans tem atendimento negado em clínica de bronzeamento no Rio.** UOL, 30/11/2018.

Portanto, quando falamos em liberdade de expressão, temos que nos localizar no tempo e no espaço para avaliar como ela se dá e de que forma é defendida.

As matérias lidas e estudadas na presente pesquisa mostram um cenário complexo em que veículos e redes de comunicação criam um novo e inusitado espaço público que não é mais o das praças e ruas, mas das linguagens, dos códigos e das tecnologias de comunicação. Nesse espaço público, a informação é a grande mercadoria que circula e nós cidadãos somos transformados em usuários para receber e fornecer conteúdos. Esse novo espaço não é absolutamente público nem absolutamente privado, gera lucros e serviços, estabelece novas práticas, novas relações entre as pessoas, novas distâncias e novas proximidades. Nesse contexto, liberdade de expressão tem a ver com a possibilidade de se usufruir das informações circundantes, das relações que se estabelecem e da recepção e emissão que torna os usuários partícipes do processo. Isso depende da legislação vigentes, dos acordos público-privados que regem o funcionamento das redes, da infraestrutura tecnológica instituída e das relações que se estabelecem entre empresas e países. Nessas condições, analisar o respeito ao direito da livre expressão nos obriga a uma postura metodológica de caráter cirúrgico. Isto é, temos que fazer recortes e tratar das circunstâncias e do lugar de onde se fala. Vejamos como as matérias analisadas fizeram isso.

Em primeiro lugar, temos que considerar que, se como dissemos, vivemos época conservadora em que propostas autoritárias parecem prometer segurança e controle à população, o direito à livre expressão é cada vez mais ameaçado na luta das instituições, partidos e cidadãos pela sua própria sobrevivência. Então, à medida que se complexifica o campo da comunicação, mais a luta pela liberdade de expressão, garantindo direito à informação e à possibilidade de fazê-la circular se torna importante. Assim podemos entender o destaque dado ao jornal *Folha de S. Paulo* pelo troféu Aberje 2018. Diz a matéria:

A *Folha* recebeu o troféu de Mídia do Ano de 2018 na categoria jornal do Prêmio Aberje (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial) na noite desta segunda-feira (26), em São Paulo.

O reconhecimento se deu, nas palavras do anfitrião, o radialista Milton Jung, em razão da “luta em favor da liberdade de imprensa e de expressão e por manter compromisso de fazer cobertura independente e plural dos fatos”.²⁹

Mas, os perigos à liberdade de expressão e de informação parecem vir tanto do setor privado – que impõe regras de uso, emissão e distribuição de informações conforme seus interesses particulares – como do setor público que busca comandar aquilo que circula a respeito da vida política do país. Vejamos o que nos diz a matéria a seguir, publicada depois do segundo turno das eleições, uma entrevista com o presidente da OAB-SP, Marcos da Costa:

O presidente eleito Bolsonaro tem feito críticas à imprensa. Sua equipe chegou a impedir jornalistas de participar de uma entrevista coletiva. A liberdade de expressão está sob ataque no país?

Está sob risco há algum tempo. Fizemos na Ordem audiências públicas em torno disso, discutimos a questão da segurança física dos repórteres. Houve ataques nas manifestações de junho de 2013. É um processo gravíssimo. A liberdade de expressão está sob ataque. A sociedade tem o direito de ter acesso à informação e à opinião. Isso me preocupa.³⁰

Por trás da ameaça à grande imprensa está, novamente, a facilidade de comunicação trazida pela Internet, pelas redes de computadores e pelos aplicativos de envio e troca de mensagens. Candidatos, governantes, comunicadores, profissionais de diversas áreas e o próprio mercado inflam as redes e passam a

²⁹ **A Folha recebe troféu de Mídia do Ano. Prêmio Aberje.** *Folha de S. Paulo*, 27/11/2018.

³⁰ GENTILE, Rogério. **Críticas à OAB-SP são injustas, diz candidato que tenta reeleição.** *Folha de S. Paulo*, 27/11/2018.

dispensar o apoio, antes absolutamente necessário, das mídias tradicionais. Através das redes de comunicação, que se tornaram um serviço público em mãos privadas, publicidade e marketing, bem como nosso próprio contato com a realidade circundante, dispensam a intermediação das grandes agências de comunicação e as formas consagradas de informação. Em processos eleitorais, as disputas entre a imprensa tradicional e as redes de comunicação digital se acirram, não só no Brasil, mas em outros países como Rússia e Estados Unidos. Uma desconfiança mútua e geral faz com que a circulação informal de notícias que se processa nas redes sociais se intensifique continuamente. Estabelece-se assim uma luta por desacreditar os meios sobre os quais as pessoas que se sentem atingidas têm menor controle. Da mesma forma, intensificam-se ações judiciais que buscam espaço de respostas para eventuais denúncias ou pela reivindicações por indenizações e reparações, o que leva a um processo que chamamos de *judicialização da censura*, quando juízes, em diferentes instâncias, se transformam em controladores do que pode ou não ser dito, do que pode ou não ser divulgado.

Outro assunto que tomou conta das notícias publicadas no segundo semestre de 2018 foi relativo a um novo fenômeno da comunicação, as *fake news* – notícias falsas (ou não checadas), de origem duvidosa, que circulam pelos meios de comunicação tradicionais e pelas redes sociais com a intenção de influenciar usuários nas eleições ou na avaliação da realidade política de seu país. Elas se tornaram uma poderosa arma nas mãos de partidos e candidatos e tornaram-se assunto das últimas eleições, especialmente aqueles que resultaram na eleição de candidatos pouco expressivos e desconhecidos do meios político. É desse fenômeno que nos fala a matéria a seguir:

Bogotá, 8 nov (EFE).- Um preocupante percentual de 67% da população é incapaz de distinguir notícias falsas de informações verídicas, segundo afirmou nesta quinta-feira o editor do projeto *Comprova*, o jornalista

brasileiro Sergio Lüdtke, com base nos dados coletados nas últimas eleições presidenciais.

Na conferência inaugural da Conferência Latino-Americana de Jornalismo de Investigação (Colpin), organizada pelo Instituto Imprensa e Sociedade (IPYS) na Universidade Javeriana de Bogotá, Lüdtke destacou que a desinformação se move em ondas e seu objetivo é gerar descontentamento público.

No Brasil tínhamos grande quantidade de desinformação pública nas redes, enquanto as notícias reais só podiam ser lidas nos jornais e em seus *sites*, comentou.³¹

Nas eleições de 2018, no Brasil, a circulação de notícias falsas, de memes e de charges e vídeos caseiros contendo informações que prejudicavam os candidatos concorrentes tornou-se uma febre que contou com a ajuda gratuita (na maioria dos casos, embora tenha havido contratação de agentes compartilhadores) dos usuários que espalharam tais mensagens em sua rede de amigos e seguidores. Criou-se assim com as *fake news* uma área do que chamamos de *infoentretenimento*.

Mas a defesa da liberdade de expressão vai além dessa disputa em torno de mídias consagradas e redes sociais, entre controle judicial e legislativo do que circula na imprensa, chegando a decisões importantes acerca da educação e do papel das diferentes instituições – programas como Escola sem Partido e de controle daquilo que se aprende nas universidades começam a ser debatidas e iniciativas em defesa do livre pensamento e livre expressão circulam. Vejamos um exemplo:

O plenário do Supremo Tribunal Federal (STF) confirmou, por 9 votos a 0, a decisão liminar dada pela ministra Cármen Lúcia que suspendeu os atos judiciais e administrativos que determinaram o ingresso de agentes policiais em universidades públicas e privadas antes das eleições para

³¹ **Quase 70% das pessoas não distingue notícias falsas, segundo projeto Comprova.** UOL, 09/11/2019.

impedir reuniões, aulas, manifestações e retirar faixas de protesto contra o “fascismo”, entendidas como propaganda eleitoral irregular.

Na sessão, os ministros fizeram discursos enfáticos em defesa da pluralidade de ideias, com duras críticas à repressão da ditadura militar. Também reafirmaram a defesa da liberdade de cátedra, de reunião e de expressão, alguns dos temas discutidos no projeto Escola sem Partido, que chegou a ser pautado em comissão da Câmara dos Deputados ontem, mas foi adiado por falta de quórum.

Pela decisão estão suspensos não só os atos referidos na Ação de Descumprimento de Preceito Fundamental (ADPF) apresentada pela procuradora-geral de Justiça, Raquel Dodge, mas também até os atos não referidos na ação desde que semelhantes.

Ela determinou às autoridades o dever de se absterem de praticar no futuro novos atos contra a autonomia universitária e as liberdades de cátedra, de expressão e de reunião de estudantes e professores nas instituições de ensino.³²

Que a liberdade de expressão, nesse contexto que procuramos analisar neste capítulo, está ameaçada e se torna um tema da maior relevância para aqueles que se interessam pelos Direitos Humanos, pela Democracia e por uma sociedade baseada na transparência, parece cada vez mais evidente, como ressalta a seguinte matéria:

O Brasil teve ao menos 41 agressões à liberdade de expressão, com casos de censura e de autocensura, desde setembro de 2017, relata Rogério Gentile. A maioria (24) teve origem na Justiça, mostra levantamento da *Folha*.

Durante a campanha presidencial, o TSE proibiu a veiculação de críticas de Jair Bolsonaro (PSL) às urnas e vetou propaganda do PT que trazia uma entrevista de 1999 na qual o presidente eleito defendia a tortura.

³² MOURA, Rafael Moraes. **STF veta ação policial em universidades**. *O Estado de S. Paulo*, 01/11/2019.

A Folha também foi proibida por Luiz Fux (STF) de fazer entrevista com Lula na prisão e publicá-la. À época da decisão contra Bolsonaro, a chefe do TSE, Rosa Weber, disse que críticas são legítimas, mas que há limites. A cultura foi outro alvo de atentados à livre manifestação do pensamento. Só em São Paulo, uma peça de teatro foi proibida, um documentário deixou de ser exibido e jovens foram impedidos de entrar numa exposição.

“A liberdade de expressão é um fator estruturante da sociedade democrática, mais importante até que as eleições periódicas”, diz o diretor da Faculdade de Direito da USR Floriano de Azevedo Marques Neto.³³

E é por estarmos engajados nessa luta, na observação dos entraves e interdições à liberdade expressão, por acreditarmos que a vida política só pode existir de forma consistente e saudável numa sociedade informada que se orienta por interpretações fidedignas da realidade, que a pesquisa que empreendemos faz sentido. E abrindo caminhos para outros temas que serão desenvolvidos nos próximos capítulos deste livro, reafirmamos nossos objetivos lembrando que se não houvesse ainda (embora ameaçada) liberdade de expressão, esta pesquisa que lhe chega as mãos não teria existido. Obrigada por sua atenção!

³³ País tem 41 casos de agressão à liberdade de ideias em 1 ano. *Folha de S. Paulo*, 04/11/2018.

REFERÊNCIAS

APOLOGIA DE SÓCRATES. TRADUÇÃO DE MARIA LACERDA DE SOUZA. DISPONÍVEL EM: <[HTTPS://EDISCIPLINAS.USP.BR/PLUGINFILE.PHP/270801/MOD_RESOURCE/CONTENT/1/PLATAO%20APOLOGIA%20DE%20SOCRATES.PDF](https://edisiplinas.usp.br/pluginfile.php/270801/mod_resource/content/1/platao%20apologia%20de%20socrates.pdf)>.

BARBOSA, MARIALVA; MORAIS, OSVANDO J. DE (ORG). COMUNICAÇÃO EM TEMPO DE REDES SOCIAIS: AFETOS, EMOÇÕES, SUBJETIVIDADES. SÃO PAULO: INTERCOM, 2013.

BAUMAN, ZYGMUNT. GLOBALIZAÇÃO: AS CONSEQUÊNCIAS HUMANAS. RIO DE JANEIRO: ZAHAR, 1999.

BRAGA, ADRIANA. MICROCELEBRIDADES – ENTRE MEIOS DIGITAIS E MASSIVOS. REVISTA CONTRACAMPO – PPGCOM UFF, N. 21, 2010.

CANCLINI, NÉSTOR GARCIA. A GLOBALIZAÇÃO IMAGINADA. SÃO PAULO: ILUMINURAS, 2003.

CASTELLS, MANUEL. A GALÁXIA DA INTERNET: REFLEXÕES SOBRE A INTERNET, OS NEGÓCIOS E A SOCIEDADE. RIO DE JANEIRO: JORGE ZAHAR ED., 2003.

COSTA, MARIA CRISTINA CASTILHO. LIBERDADE DE EXPRESSÃO E SEUS LIMITES. SÃO PAULO: OBCOM/PALAVRA ABERTA, 2015.

COSTA, MARIA CRISTINA CASTILHO. NO QUE VOCÊ ESTÁ PENSANDO? REDES SOCIAIS E SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA. REVISTA USP (92) 86-99. DISPONÍVEL EM: <[HTTPS://DOI.ORG/10.11606/ISSN.2316-9036.V0I92P86-99](https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i92p86-99)>.

GIDDENS, ANTHONY. O MUNDO NA ERA DA GLOBALIZAÇÃO. LISBOA: EDITORIAL PRESENÇA, 2000.

LIBERDADE DE EXPRESSÃO E DEMOCRACIA. SÃO PAULO: INSTITUTO PALAVRA ABERTA, S/D.

ORTIZ, RENATO. UM OUTRO TERRITÓRIO: ENSAIOS SOBRE A GLOBALIZAÇÃO. SÃO PAULO: OLHO D'ÁGUA. S.D..

ARTIGOS E REPORTAGENS

ABRÃO, ANA CARLA. EM NOME DE DEUS. O ESTADO DE S. PAULO, 18/9/2018.

ABRÃO, ANA CARLA. TETO DE VIDRO. O ESTADO DE S. PAULO, 11/9/2018.

CANTANHÊDE, ELIANE. INDIGNAÇÃO. O ESTADO DE S. PAULO, 4/9/2018.

PT DEVERIA CRIAR COMISSÃO DA VERDADE PARA AVALIAR ERROS, DIZ NOAN CHOMSKY. UOL, 20/9/2018.

CAMPOS, JOÃO PEDROSO DE. EM CARTA, FHC PEDE UNIÃO DE PRESIDENCIÁVEIS CONTRA CANDIDATOS RADICAIS. VEJA, 20/9/2018.

FUNDADOR, RUBENS MENIN. MAIS 200 MIL EMPREGOS NO BRASIL. FOLHA DE S. PAULO, 24/9/2018.

INSATISFAÇÃO DIFUSA LEVA ANTIGLOBALISMO AO PODER. O GLOBO, 25/11/2018.

JORGE, MARILIZ PEREIRA. ENTRE A CRUA E A CALDERINHA. FOLHA DE S. PAULO, 20/9/2018.

MOURA, RAFAEL MORAES. STF VETA AÇÃO POLICIAL EM UNIVERSIDADES. O ESTADO DE S. PAULO, 01/11/2019.

O CANTINHO DO CASTIGO. O GLOBO, 26/11/2018.

PAÍS TEM 41 CASOS DE AGRESSÃO À LIBERDADE DE IDEIAS EM 1 ANO. FOLHA DE S. PAULO, 4/11/2018.

PASSARINHO, NATHALIA. MUSEU NACIONAL: FIAÇÃO EXPOSTA, GAMBÁS E CUPINS ENTRE OS ALERTAS IGNORADOS QUE ANUNCIAVAM TRAGÉDIA. UOL, 3/9/2018.

QUASE 70% DAS PESSOAS NÃO DISTINGUE NOTÍCIAS FALSAS, SEGUNDO PROJETO COMPROVA. 9/11/2019.

SOUTO, LUIZA. VEREADORA QUE LEVOU COWORKING PARA CÂMARA JÁ FOI AGREDIDA E É CONTRA ABORTO. UOL, 24/11/2018.

TOLEDO, ROBERTO POMPEU. A DEMOCRACIA: ENTRE A LUZ E AS TREVAS. VEJA, 23/9/2018.

UOL VAI CHECAR VIABILIDADE DE PROMESSAS DOS CANDIDATOS À PRESIDÊNCIA. UOL, 23/8/2018.

ZAREMBA, JÚLIA. GURU DE BOLSONARO DIZ QUE NÃO HÁ INTELLECTUAIS DA ESQUERDA DE SEU NÍVEL. FOLHA DE S. PAULO, 28/11/2018.

DESGLOBALIZAÇÃO E DESOCIDENTALIZAÇÃO: DESIGUALDADES, POPULISMO E EMOÇÕES

PROFA. DRA. ISABEL FERIN CUNHA³⁴

INTRODUÇÃO

A palavra Desglobalização foi utilizada em 2002 pelo economista filipino Walden Bello, antes da crise financeira global de 2008 tornar perceptível as numerosas e profundas fraturas criadas pelo processo de globalização financeira e neocapitalista. A expressão surgiu a partir da análise de dados de instituições internacionais — como

³⁴ Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras. Coordenadora do ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova, da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, da Universidade Nova de Lisboa (Lisboa).

o Banco Mundial, o Fundo Monetário Internacional, a Organização do Comércio Internacional, o Grupo dos 7 (G7) e dos 20 (G20) – e procurou mostrar como o processo de globalização em curso tinha não só limites, como assimetrias, entre e no interior dos países, geradoras de rupturas e disfunções económicas e sociais. O conceito foi utilizado, com algumas variações, por movimentos sociais alternativos, como os Alter-Globalização (anos 1980); ATTAC (*Association pour la Taxation des Transactions pour l'Action Citoyenne*, desde 1998); os Fóruns Sociais Mundiais (desde o início do milénio); movimentos que se manifestam em cimeiras de Davos, do G7 ou do G20.

Ao utilizar o conceito de Desglobalização, o texto pretende discutir um conjunto de fenómenos, emergentes após a crise financeira de 2008, que tende a reverter, controlar, ou desacelerar o processo de Globalização, instaurando uma outra Ordem Mundial, que põe em causa os modelos e valores ocidentais que presidiram à construção do mundo pós Segunda Guerra Mundial. Embora se mantenham alguns dos seus indicadores estruturais, tais como o comércio internacional e a mobilidade de fluxos financeiros, o caminho parece apontar para outros modelos de governação, autoritários e populistas. Em simultâneo, irrompem no espaço público internacional valores alternativos aos que presidiram à Globalização, pondo em causa, por exemplo, convenções humanitárias e de liberdade de imprensa internacionais, instaurando uma visão do mundo neoliberal concorrencial. Esta tendência aprofundou-se a partir dos meados da década de 1990, após o colapso da União Soviética e da vitória das políticas neocapitalistas representadas, no ocidente, pelos governos ingleses e norte-americanos Thatcher/Reagan, ainda no final da década de 1980. A ideia de Globalização, tal como é comumente apresentada, emergiu associada à Nova Ordem Mundial instalada no pós Segunda Guerra Mundial, tendo, como discurso utópico, um mundo mais igualitário criado a partir da abertura e liberação dos mercados. A realidade mostrou a hegemonia dos Estados Unidos e seus aliados, que dominou o final do século XX, e a primeira década do milénio, e assentou na universalização da economia de livre mercado; na exploração desenfreada de recursos naturais e

humanos; na luta por recursos energéticos; na concentração de renda e na universalização de um imaginário simbólico e tecnológico ocidentalizado. Em simultâneo, e concomitantemente, observou-se a expansão de democracias, de matriz ocidental; a celebração de acordos internacionais, como os de Livre Comércio, de Direitos Humanos e Agenda para o Desenvolvimento; a melhoria nas vidas de milhões de pessoas tornadas consumidoras e a exclusão de outras, devido a alterações de paradigmas industriais, económicos e financeiros.

Em meados da segunda década do milénio assiste-se, com perplexidade, ao colapso desta ordem impulsionado do interior do sistema que, aparentemente, mais beneficiou com ela: os Estados Unidos; o Reino Unido e a União Europeia. Em substituição, emergiram, aos olhos de muitos cidadãos, como modelos eficazes de governação, muitos líderes de países não-democráticos, suportados por oligarquias de diversas proveniências, como a China, a Rússia, as Filipinas, a Turquia ou Singapura. Estes líderes puseram em causa – por serem considerados “luxos ocidentais” e terem pouca eficácia governativa – os direitos humanos e valores como a liberdade de expressão e de imprensa. A este processo, que está associado à eclosão de populismos na Europa e nas Américas do Norte, e do Sul, e à retração destes países – no campo económico, financeiro e político – perante outros, nomeadamente a China, designa-se Desocidentalização.

O conceito de Desocidentalização pode ser entendido como um processo contínuo ou como uma mudança intelectual. Ambas as perspectivas assumem que estão instauradas relações de poder que levam à hierarquização do mundo em que prevalece o domínio de potências centrais e a subordinação de países e regiões semiperiféricas e periféricas (Wallerstein, 2004, 2006). A ideia de processo corresponde à ideia de que estão em curso mudanças de princípios que, instaurados a partir do século XVI, orientaram a gestão do mundo, desde o início do domínio imperial ocidental até à contemporaneidade. A Desocidentalização é colocada em marcha por muitos governos de países a partir da desvinculação a modelos de governação e a instituições ocidentalizados no campo político; jurídico; económico e

outros. A rutura pode ainda estender-se a alterações político-religiosas, simbólicas e epistémicas, das quais são exemplos alguns países islâmicos.

A segunda perspetiva da Desocidentalização, de cariz intelectual, significa a discussão do domínio e dos princípios teóricos e conceituais que implantaram a hegemonia do Ocidente, nomeadamente aqueles que, após o século XIX, se estruturaram nas academias, no campo das Ciências Sociais e Humanas. Muitos dos intelectuais que reivindicam estas mudanças têm origem diaspórica ou advém de territórios colonizados e discutem, dentro das concepções ocidentais dominantes, outras formas de compreensão, e representação do mundo, de grupos marginalizados e povos subalternizados. A Desocidentalização surge em muitas academias como um requisito teórico necessário à compreensão de outros, *outsiders*, minorias, despossuídos e dominados sem voz, consubstanciando o alargamento do campo de Estudos Sociais e das Humanidades. A expressão destas teorias e conceitos reflete-se na crítica ao Eurocentrismo e nos desdobramentos do Orientalismo e na formulação de narrativas alternativas híbridas e contra-hegemónicas, de que são exemplo os estudos de Stuart Hall (1997) e Hommi Bhabha (2005). A crítica ao Eurocentrismo põe em discussão o conjunto de doutrinas e visões éticas derivadas da expansão ocidental/europeia, apresentadas como valores universais (Wallerstein, 2006). Acresce que alguns desses críticos consideram o Eurocentrismo a ideologia – que se expande em todas as áreas do conhecimento e constitui a estrutura cognitiva das nossas sociedades – que suporta a expansão capitalista ocidental/europeia (Gluck, 2015). Este texto concentra a atenção na perspetiva de Desocidentalização enquanto processo, na medida em que se articula com o fenómeno de Desglobalização em muitas das suas facetas políticas, económicas e sociais.

Os movimentos, Globalização, Desglobalização e Desocidentalização, assentam no desenvolvimento das Tecnologias da Informação e Comunicação; na velocidade conferida por estes dispositivos às trocas financeiras e comerciais e à expansão de um imaginário simbólico de consumo global que foi apropriado em função dos locais, regiões, continentes e culturas. No entanto, na perspetiva da cultura

de massas, e de uma forma reducionista, pode-se dizer que a expansão da Globalização, no século passado, esteve, e está, associada à imprensa escrita, à rádio, ao telégrafo e aos múltiplos écrans/telas de conteúdos produzidos por empresas de cinema e televisão. Enquanto o fenómeno da Desglobalização e da Desocidentalização tende a construir-se em torno da convergência mediática; dos *big data* acumulados e vendidos por empresas tecnológicas; dos usos e conteúdos disseminados nas redes sociais; dos *pruduzers*, tendo como motor fenómenos associados ao exacerbamento de múltiplas identidades que a Globalização, e a convergência mediática, potenciam.

Neste contexto multifacetado, o objetivo deste texto centra-se na reflexão sobre as causas e consequências do movimento de Desglobalização e da Desocidentalização, na segunda década do século XXI, bem como sobre a sua relação com a expansão das Tecnologias da Informação e Comunicação.

CRISE DE 2008, NOVA ORDEM E NEGÓCIOS DA CHINA

Nunca é demais frisar que a eclosão de um conjunto de fenómenos, que puseram em causa a Globalização, tal como ela foi percebida até ao início deste século, emerge, de forma absoluta na atenção pública internacional, com a crise económico/financeira de 2008. Esta crise, com o seu epicentro em empréstimos bancários imobiliários, nos Estados Unidos, originou uma queda na liquidez e rendimentos disponíveis, com efeito dominó, não só em todo o sistema financeiro e económico mundial, mas também nas expectativas de vida de uma parte considerável da população envolvida. Os efeitos diretos foram, evidentemente, diferenciados em função dos continentes, regiões e países, bem como do respetivo grau, e qualidade, de inserção no designado processo de globalização. No entanto, o colapso bancário permitiu ver, de forma inequívoca, que os Estados, por mais democratas liberais que se apresentassem ao eleitorado – defendendo as leis dos mercados e a retração do Estado na economia – escolheram intervir, no sistema financeiro, socorrendo as

instituições em colapso, em detrimento do cidadão comum, afetado de forma irreparável pela ruína dessas mesmas instituições.

Não se pode considerar a crise do *sub-prime* de 2008, e as suas consequências, como sendo motivos exclusivos pela erupção de um conjunto de fenómenos globais, tais como a crise das democracias e de sua governação; as alterações climáticas; a corrupção em amplos setores da sociedade; os atentados aos direitos humanos e à liberdade de expressão; as migrações decorrentes de guerras, falência de estados e crises ambientais; as alterações nas dinâmicas do trabalho e emprego ou, ainda, a massificação do uso de tecnologias de informação e comunicação. No entanto, a crise de 2008, e as políticas empreendidas para a contornar, iluminaram, decisivamente, os limites da Globalização e, simultaneamente, vieram dar legitimidade e, ou, visibilidade, às reivindicações e orientações populares até então escondidas ou contidas. Independentemente das políticas económicas e financeiras, de austeridade – na União Europeia – ou expansionistas – nos Estados Unidos – adotadas pelos Estados, ou governos regionais, as clivagens políticas, económicas e sociais eclodiram de forma inexorável.

Em simultâneo, os meios de comunicação *mainstream* ocidentais deram voz, quase em unanimidade, às políticas oficiais de austeridade ou expansionistas, tornando-se amplificadores das elites políticas e económicas e dos seus interesses. Na Europa, por exemplo, os grandes meios de comunicação rotularam pejorativamente os cidadãos dos países em crise e acirraram os restantes concidadãos contra aqueles (Picard, 2015). A constante discursiva foi atribuir a determinados estereótipos, de cariz xenófobo e nacionalista, as causas da crise, ao mesmo tempo que reforçaram discursos sobre a necessidade de políticas punitivas aos prevaricadores (Cunha, 2015). A informação veiculada, durante os anos mais extremos da Grande Recessão, privilegiou as fontes oficiais das grandes instituições financeiras e desconsiderou os contraditórios que apontavam para causas sistémicas e para políticas alternativas de contenção da crise. A desconfiança instalou-se relativamente a estes meios e aos seus interesses, nomeadamente face às cadeias de televisão e ao seu jornalismo. Como

consequência, uma parte substancial da população, nas democracias ocidentais, ou ocidentalizadas, desviou a atenção para as redes sociais e abriu, definitivamente, a estes dispositivos o caminho da informação pública.

Acresce que se atribui à crise financeira do Lehman Brothers, de 2008, ter colocado o maior desafio à Ordem Mundial, estabelecida no pós Segunda Guerra Mundial, ao iluminar um conjunto de desigualdades e desequilíbrios, na distribuição da riqueza, nos países que, em princípio, deveriam ter sido os seus grandes beneficiários. Os movimentos populistas na Europa e em países da esfera ocidental; as recaídas autoritárias em países do Leste da Europa; as eleições nos Estados Unidos em 2016; o Brexit, em 2017, e as sublevações, em França, dos *gilets jaunes* em 2018, são os exemplos mais acabados do fim de uma transição para uma outra Ordem Mundial, que tende a colocar em causa os mecanismos da Globalização existente.

Assiste-se, assim, à falência de uma Ordem Mundial que teve como discurso utópico promover a emergência de classes médias consumidoras; a integração económica, social e política das nações; o acelerado movimento de pessoas e de fluxos financeiros no mundo. Sintoma do fracasso desta Ordem é a irrupção, no espaço público, dos deserdados, ou excluídos que denunciam os privilégios das grandes corporações – empresas tecnológicas, bancos, fundos financeiros –, a gritante concentração de renda e os crescentes atropelos aos direitos sociais e de liberdade de expressão. A velha ordem contestada – nas urnas ou nas ruas – pelos cidadãos excluídos da Globalização, exige uma outra Ordem. Esta está já desenhada no conjunto de medidas programáticas de partidos extremistas – de direita ou de esquerda – ou encontra-se em fase de implementação por diferentes líderes autoritários, e ou populistas. Quer os programas dos partidos, quer as medidas aplicadas por estes líderes apelam, aleatoriamente, ao nacionalismo, ao conservadorismo moral, à xenofobia e ao racismo. Têm a obsessão pela segurança, interna e externa, e a valorização do sector militar e das armas; o fechamento das fronteiras a migrantes; o condicionamento dos meios de comunicação e a hostilização a culturas exógenas. O quadro económico em que se movem difere em função da

estratégia geopolítica e do quadrante político em que se situam objetivando, por esta razão, quer aumentar o protecionismo económico ou liberalizar os mercados; quer restabelecer barreiras aos mercados ou abri-los sem acautelar os interesses mínimos nacionais.

Da crise de 2008 emerge como potência mundial a China. Com um crescimento anual nas últimas décadas do século XX de cerca de 10%, a China confrontou-se, após 2008, com a queda de exportações e importações, com o aumento da taxa de desemprego, bem como com a retração do investimento estrangeiro. Em resposta, o governo chinês, uma ditadura altamente centralizada de partido único, implementou um pacote de estímulos económicos de US\$ 586 bilhões e moderou as políticas monetárias para aumentar os empréstimos bancários. Contudo, o crescimento real do PIB desacelerou nos últimos anos para os 6,7% em 2016 e a previsão é de desaceleração para 5% até 2022 (Morrison, 2017, p.4). São vários os desafios económicos que enfrenta a China, tais como a dependência excessiva de investimento fixo e exportações, para o crescimento económico, em detrimento do consumo interno; da estatização da economia; do sistema bancário; da justiça, para além dos problemas sociais derivados da multiétnica e da poluição ambiental.

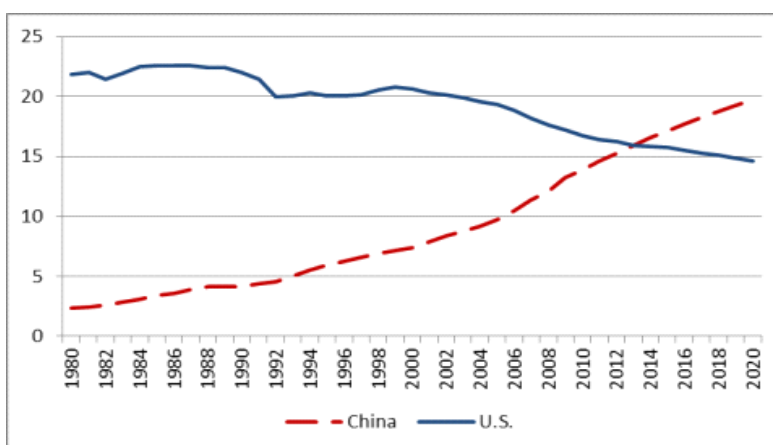


Figura 1. – PIB chinês e americano (base PPP) como percentagem do total global: 1980-2016 (%)

Fonte: FMI, *World Economic Outlook*, abril de 2017.

A crescente influência económica global da China afetou, e afeta, os interesses dos Estados Unidos que tem retaliado com a imposição de taxas às importações e às empresas americanas deslocadas naquele país. Em simultâneo, o presidente Trump, denunciou em janeiro de 2017, o tratado designado por *Trans-Pacific-Partnership* (TPA) assinado com mais 11 países, deixando caminho para o crescimento da influência chinesa e para a celebração de acordos bilaterais ou multilaterais entre os Estados Unidos e os restantes países. O poder económico e financeiro da China e a sua consequente influência política estendeu-se a diversos continentes como a África, Europa e América Latina. Num momento de escassez de investimento mundial, a China, dispendo de avultados capitais, financia investimentos nas infra-estruturas e compra ativos estratégicos em países europeus em crise, por exemplo em Portugal e na Grécia, mas também em África, como em Moçambique e Angola. Tais políticas envolvem o projeto global denominado *One-Belt, One Road* ou Rota da Seda; a criação do Banco de Investimento e Infraestruturas Asiático (AIIA) e o Novo Banco de Desenvolvimento (NBD), iniciativas que aumentaram significativamente o seu “soft power” no xadrez mundial (Morrison, 2017).

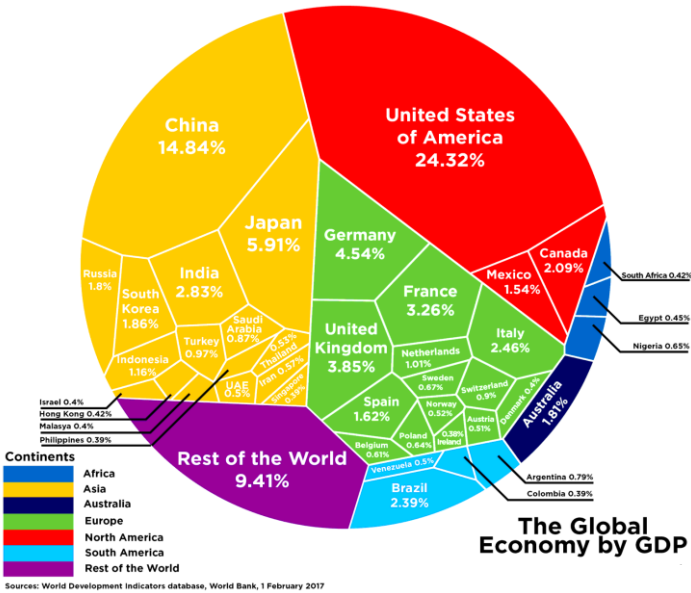


Figura 2. – Economia global pelo PIB

Fonte: *World Development indicators database*, World Bank, 1 de fevereiro de 2017

A expansão da China enfrenta, no entanto, um obstáculo intransponível até à actualidade: a incapacidade de criar um sistema simbólico e um imaginário capaz de se universalizar. Apesar do número espantoso de consumidores de *media*, quer via *media* tradicional, quer redes sociais, o universo simbólico encontra-se confinado ao seu espaço geográfico e linguístico. O governo chinês instalou um gigantesco *Firewall* que bloqueia o acesso dos 595 milhões de utilizadores chineses, às principais empresas tecnológicas das redes sociais ocidentais: *Facebook*, *Twitter* e *Youtube*. No entanto, o panorama tecnológico interno da China é comparável ao ocidente com a empresa *Tencent* a dominar o mercado com base no *Qzone*, combinação do *Facebook* e do *Tumblr*, que permite a partilha de fotos, mensagens e *blogs*. Outros serviços de *micro blogging* são disponibilizados tais como o *Tencent Weibo* e o *Sina Weibo* com funções semelhantes ao *Twitter*.

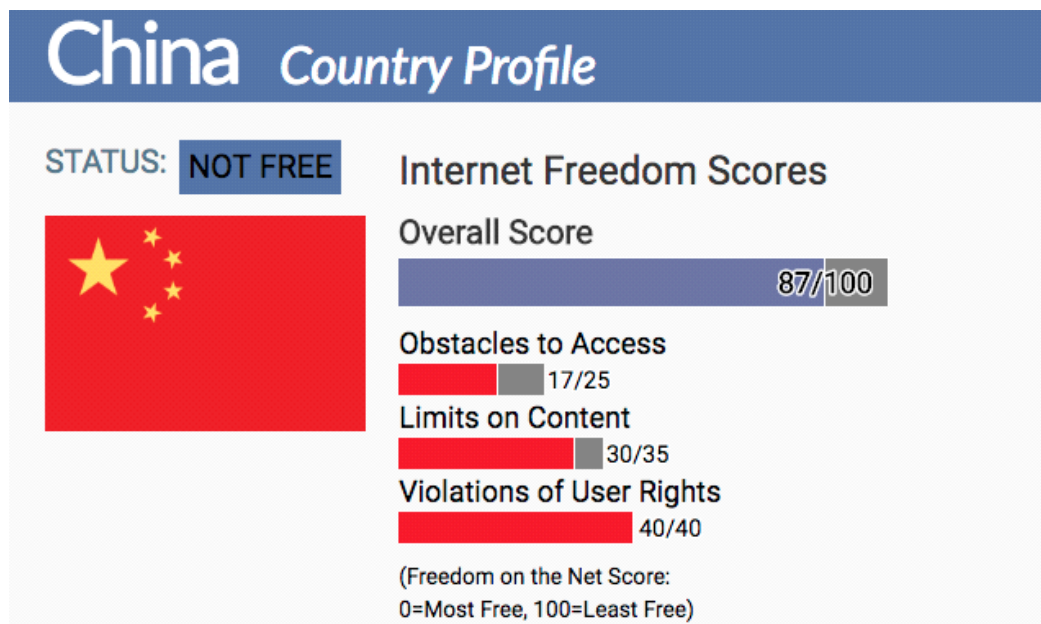


Figura 3. – Perfil da China nas redes sociais

Fonte: <<https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2017/china>>.

Os serviços de *micro blogging* são também utilizados para a aquisição de notícias e informações sociais sobre pessoas célebres ou influenciadores sociais, tais como animadores, comentaristas e estilistas sociais. O interesse por estas temáticas sociais proporciona, igualmente o desenvolvimento de redes de mensagens instantâneas tais como o *QQ* e *WeChat*, operadas pela empresa tecnológica chinesa *Tencent*, e instaladas em dispositivos móveis. O crescimento das redes sociais foi acompanhado pelo aumento de vigilância do governo chinês que aprovou, em 2016, legislação que obriga os operadores ao registo dos utilizadores com os seus verdadeiros nomes e ao armazenamento da sua atividade. Ao mesmo tempo, os utilizadores encontram-se sob vigilância apertada e podem ser punidos, com prisão por cinco dias a onze anos, por partilhar notícias e comentários desfavoráveis ao governo.

Neste contexto de vigilância e isolamento, a China permanece no imaginário global a partir das produções de Hollywood ou de Bollywood. Apesar de ser o maior consumidor de TV e utilizador de redes sociais, a conectividade com outros países está condicionada por factores tecnológicos e por políticas públicas de censura e vigilância aos conteúdos.

A OCIDENTE OS LIMITES DA GLOBALIZAÇÃO: DESIGUALDADES

Para compreender os ataques e a resistência crescente à Globalização, convém mencionar e interpretar dados mundiais relativos à qualidade da Democracia, à distribuição de rendimento no mundo, principalmente no Ocidente, bem como ao desenvolvimento das Tecnologias da Informação e da Comunicação e às expectativas dos jovens face ao trabalho. Estes dados permitirão, com mais clareza, compreender as tendências populistas e autoritárias emergentes e, simultaneamente, as mudanças

de orientação política das classes médias e da juventude em geral, nesta parte do hemisfério.

Antes de mais, convém recuperar alguns dados recolhidos por instituições internacionais, tais como o Índice sobre Democracia do *Economist Intelligence Unit's*. Comparando o ano de 2008 com o ano de 2017, observamos, que no ano de 2008, o número de democracias plenas é superior – 30, contra 19 em 2017 – sendo que, em 2017 aumenta o número de países avaliados como democracias imperfeitas – 57, contra 50 em 2008. No mesmo período, cresceram os regimes híbridos – 39 em 2017, contra 36 em 2008 – enquanto os regimes autoritários incluíram um novo membro em 2017, passando-se a contabilizar 52 países sob este tipo de governação. Estes dados, obtidos no *Índice sobre a Democracia*, fundamentam-se em cinco categorias que constituem o cerne da governação em Democracia e envolvem a análise, aferição e qualidade das mesmas, a saber: processo eleitoral e pluralismo; liberdades civis; funcionamento do governo; participação política e cultura política. Em muitos países, das cinco categorias enunciadas, encontram-se sob ameaça, ou mesmo em regressão, indicadores como o pluralismo, as liberdades civis e a participação política. O mesmo panorama é traçado pela organização *Freedom House* que, relativamente ao ano de 2017, considera que a Democracia liberal enfrenta a mais séria crise desde o final da Guerra Fria, estando as eleições livres, os direitos das minorias, a liberdade de imprensa e a justiça, sob grande pressão em muitos países no mundo, mesmo em países com tradições democráticas enraizadas. A organização acrescenta, ainda, que os Estados Unidos, exemplo da democracia e das liberdades individuais, têm enfrentado um declínio acelerado nos direitos políticos e nas liberdades civis.

Salienta-se que, em 2008, no despoletar da crise do *sub-prime*, o relatório do *Economist Intelligence Unit's* alertava para os possíveis efeitos nefastos desse fenómeno na democratização em curso em muitos dos países observados. Ao mesmo tempo, confirmava uma estagnação, na tendência de crescimento dos indicadores de democratização mundial, que tenderia a agravar-se, caso se viesse a confirmar uma crise económica e financeira prolongada e profunda.

Não é possível esquecer que a Globalização, principalmente após o início deste século, retirou milhões de pessoas da indigência, na Ásia, América Latina e África, e permitiu que tivessem acesso a rendimento e bens de consumo, antes inacessíveis. Este processo tornou possível a criação de uma classe média – conceito aqui utilizado relativo a cada região, país e continente – capaz de alimentar a expansão dos mercados nacionais e internacionais. A transferência e localização de indústrias e empresas, em regiões de mão-de-obra barata; a importação/exportação de matérias-primas; a transferência de tecnologias e o acesso a dispositivos digitais permitiram a expansão da ideia de “países e mercados emergentes”, que desenvolveram políticas alternativas, com vista a concorrer de forma efetiva com os “países e mercados dominantes”. Neste contexto, países emergentes, em continentes diferentes, liderados pela China, enfrentaram a hegemonia económica e financeira ocidental, por meio da criação de instituições multilaterais, como o grupo BRIC.

A Globalização fez-se acelerando as políticas do neocapitalismo financeiro, privilegiando o capital – distribuição de dividendos de empresas e corporações – em detrimento do trabalho (Piketty, 2014). Os salários médios estagnaram desde a década de 1990, principalmente nos países ocidentais e de mercados abertos. O resultado expressou-se por uma desigualdade crescente, na distribuição de rendimentos, que permitiu a concentração de renda, de forma nunca vista – até 2017 – em 1% da população, que mantém 80% da riqueza mundial. O Relatório da Oxfam – acrónimo das organizações-não-governamentais inglesas, apresentado em janeiro de 2018 e intitulado “Recompensem o trabalho e não a riqueza” – refere que os multimilionários aumentaram, de forma exponencial, a sua riqueza, e que esta tem crescido, desde 2010, a uma média de 13% ao ano, seis vezes mais que os 2% de salário, pago aos trabalhadores. O processo não é recente e corresponde, igualmente, à transferência do capital público para o privado, com incidência nos países ocidentais, como constata o gráfico publicado no *World Inequality Report, 2018*:

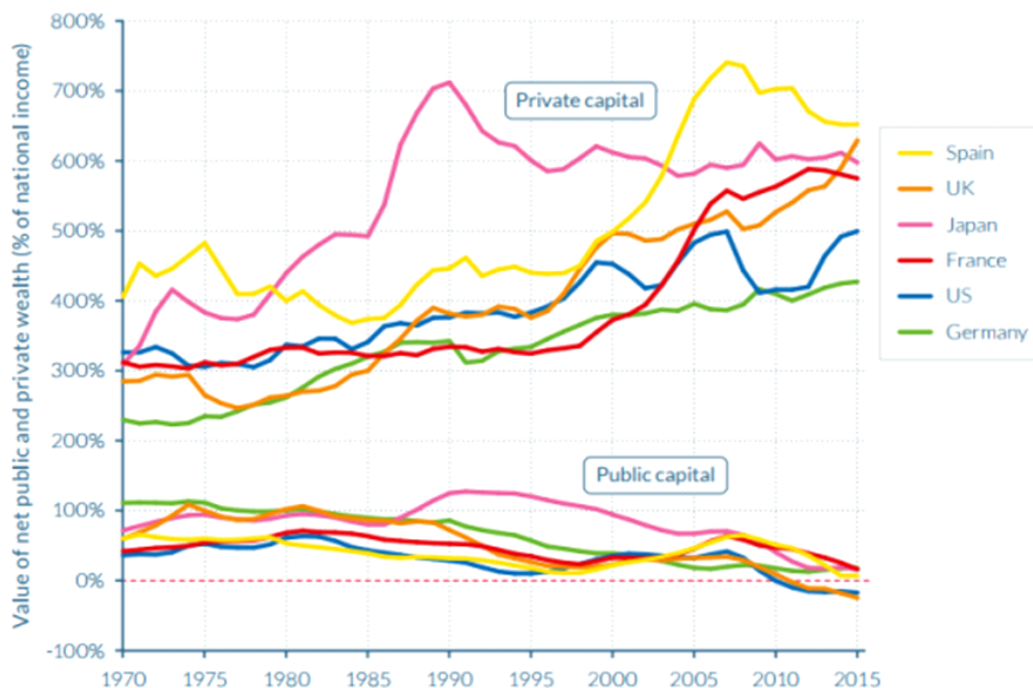
Figure E6**The rise of private capital and the fall of public capital in rich countries, 1970–2016**

Figura 4. – O crescimento do capital privado e o declínio do capital público entre 1970-2016.
Fonte: <<https://wir2018.wid.world/>>.

Essa lógica fez emergir, por um lado, uma elite com fidelidades globais transversais, marcada pela defesa de interesses financeiros e cooperativos – onde se incluem os acionistas individuais e coletivos, como os Fundos de Pensões, Seguros, e outros – e que, por outro lado, impulsionou a mobilidade de milhões de trabalhadores e migrantes em busca de melhores condições de vida e acesso a benefícios da modernidade. Observa-se, ainda, que os grandes grupos económicos e as multinacionais, ao entregarem, periodicamente, dividendos aos seus acionistas, tendem a depauperar as empresas, os trabalhadores e a colocar em risco o desenvolvimento sustentável das mesmas.

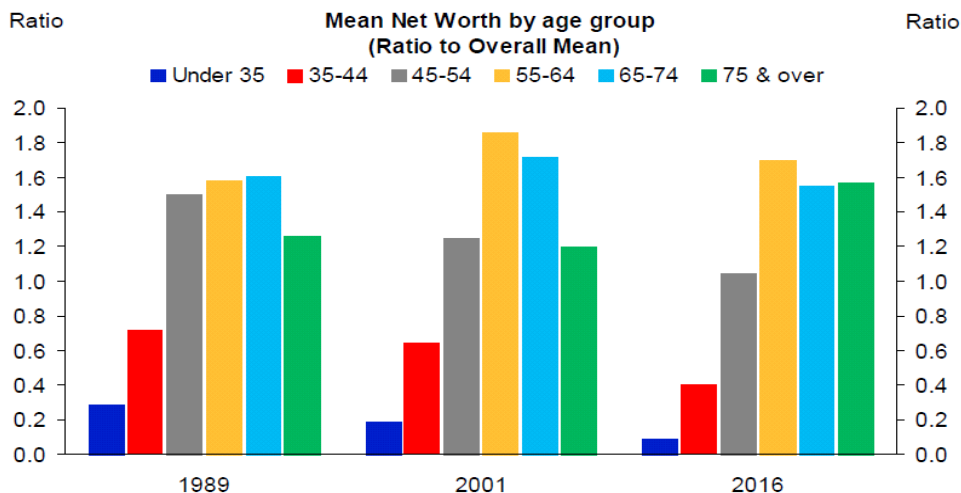
Na análise dos dados sobre a distribuição de renda e a desigualdade social, ressaltam, ainda, três componentes importantes que têm consequências diretas nos desafios que se colocam às democracias liberais: 1) a estagnação dos rendimentos de

40% da população assalariada, situada nas faixas designadas “classes médias” e “médias baixas”; 2) a pauperização e precarização da juventude em geral, e particularmente da juventude com formação académica superior; 3) o envelhecimento da população ocidental e a erosão das aposentadorias.

Ao aprofundar o ponto 1), com base no *World Inequality Report*, de 2018, observa-se que, desde os anos 1980, a desigualdade de renda aumentou rapidamente na América do Norte e na Ásia, cresceu moderadamente na Europa e se estabilizou, a um nível extremamente alto, no Oriente Médio, na África Subsariana e no Brasil. Acresce a este fenómeno o facto de o crescimento de renda, para os cidadãos que se situam entre os 50% da base da pirâmide económica, e para o 1% que se encontra no topo da mesma, ter sido nulo. Neste grupo de crescimento nulo, situam-se as classes de renda baixa e média, europeias, norte-americanas e de outras sociedades de mercado, como o Brasil, atingidas pela desindustrialização, deslocalização de fábricas e indústrias pesadas, bem como pela introdução de tecnologias de automação e inteligência artificial (IA). Assinala-se que a desigualdade global média tem vindo a diminuir ligeiramente entre países, a partir de 2000, aumentando, contudo, a desigualdade dentro de cada país. Estas dinâmicas não encontram uma explicação única no interior dos processos da Globalização, mas derivam, em grande medida, de contextos históricos, institucionais e políticos nacionais ou regionais.

A segunda componente, 2), mencionada – pauperização e precarização dos trabalhadores jovens, incluindo daqueles com maior formação, deve-se, em grande parte, aos processos de concentração de renda, anteriormente referidos, mas também às mudanças operadas na legislação trabalhista, após 2008, e à introdução de tecnologias de informação e comunicação. A situação atual, analisada no Relatório anteriormente citado (Figura 5), mostra como, de 1989 a 2016, a renda se concentrou nos grupos etários mais velhos, remetendo os jovens para situações muito precárias.

Younger generations have smaller and smaller net worth



Source: Edward N. Wolff (2017) . Survey of Consumer Finances, DB Global Markets Research

Deutsche Bank
Research

Torsten Slok
January 2018

9

Figura5. – Distribuição de renda entre grupos etários de 1989 a 2016.

Fonte: <<https://wir2018.wid.world/>>.

A Organização Internacional do Trabalho (OIT) alerta, nos seus últimos relatórios, para o que chama formas de “trabalho atípico” nos países industrializados, que levam à precarização e a mudanças drásticas na organização social, com principal impacto na juventude e nas suas expectativas. A OIT identifica, como causas desta situação, dois fatores substanciais: alterações à legislação laboral e mudanças na economia global. Entre as alterações à legislação, encontra-se a diminuição dos contratos coletivos de trabalho, o aumento dos contratos individuais e temporários, assim como a agilização e contenção das indenizações por despedimento. Entre as mudanças na economia mundial, a OIT identifica o maior crescimento do sector dos serviços, comparado ao da indústria e da agricultura; os avanços tecnológicos, que substituem trabalhadores por máquinas, e as estratégias organizacionais das

empresas, com vista a reduzir custos com pessoal. O caso europeu tornou-se paradigmático, sendo que, alguns países, principalmente aqueles que foram sujeitos a intervenções externas de entidades políticas e financeiras – FMI, Comissão Europeia, Banco Central Europeu – sofreram, e sofrem, de forma mais aguda, as consequências desta desregulamentação. Como afirma a OIT, o crescimento dos salários reais caiu, de forma abrupta, durante o período pós crise económica de 2008, recuperou globalmente em 2010, mas desacelerou desde então, com exclusão da China, onde o crescimento tem sido contínuo. Na Europa, por exemplo a média do trabalho precário situa-se nos 12,3%, com países como a Espanha, Eslovénia, Holanda e Portugal a chegarem a cerca de 20% dos trabalhadores. Salienta-se que, entre 2000 e 2015, mais de 75% dos contratos de trabalho foram considerados precários pela OIT, atingindo preferencialmente os jovens. Os efeitos refletem-se nas empresas, nos trabalhadores e na sociedade, nomeadamente na diminuição da inovação, produtividade, sustentabilidade da segurança social e no aprofundamento da crise demográfica europeia.

O terceiro aspecto – o envelhecimento da população ocidental e a erosão das aposentadorias – refere-se ao aumento do número de pessoas com mais de 65 anos de idade, que constitui, nos países do Ocidente, a parte da população com maiores direitos sociais adquiridos, ou seja, pensões garantidas pelos Estados, devido a políticas sociais do pós Segunda Guerra Mundial, conforme se pode observar na anterior Figura 2.

Não é por acaso que a crise de 2008, e as políticas económicas subsequentes, visaram diminuir o valor das aposentadorias em pagamento e introduzir coeficientes de sustentabilidade – relativos à idade mínima, ao valor da contribuição durante a vida ativa, etc. – às futuras aposentadorias.

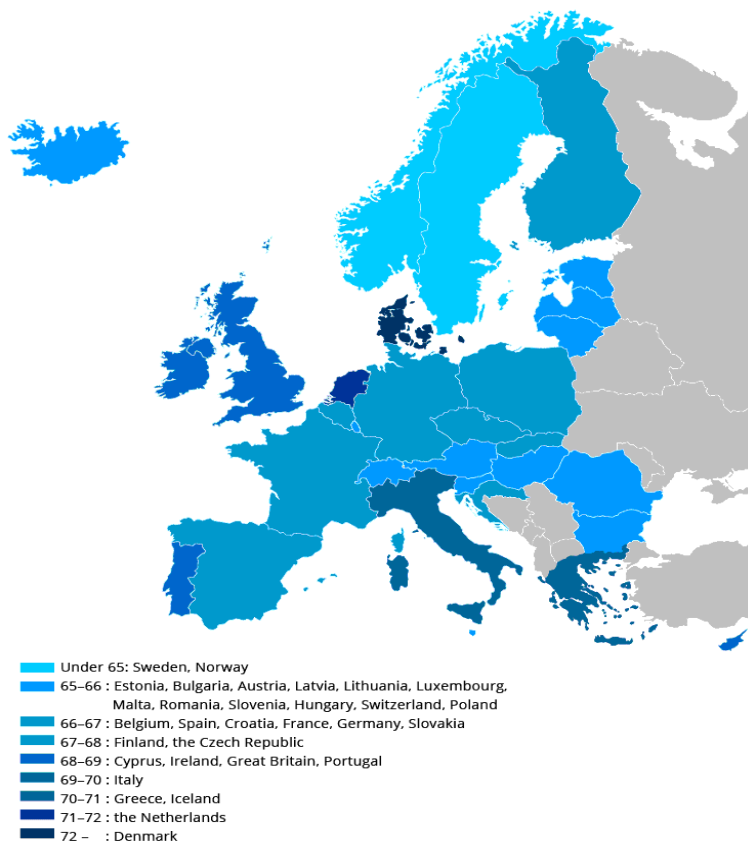


Figura 6. – Fator de sustentabilidade e idade de reforma na Europa (2018).

Fonte: <<https://www.etk.fi/en/the-pension-system/international-comparison/retirement-ages/>>.

Embora o valor pago aos aposentados pelo Estado, bem como a composição das aposentadorias (seguros, Fundos, etc.) tenha uma amplitude de variação considerável nos países da OCDE, onde se insere, por exemplo, o Brasil, os Estados Unidos e o Canadá, a verdade é que se tornou uma segurança de vida para os mais velhos. Como refere o *dossier* do *Financial Times* (*FT Serie Financial crisis: Are we safer now?*) sobre os 10 anos pós-crise de 2008, as aposentadorias futuras tornaram-se muito mais dependentes das poupanças dos indivíduos, principalmente nos EUA, onde a ruptura dos bancos, possuidores de fundos de pensões, gerou danos incalculáveis aos segurados.

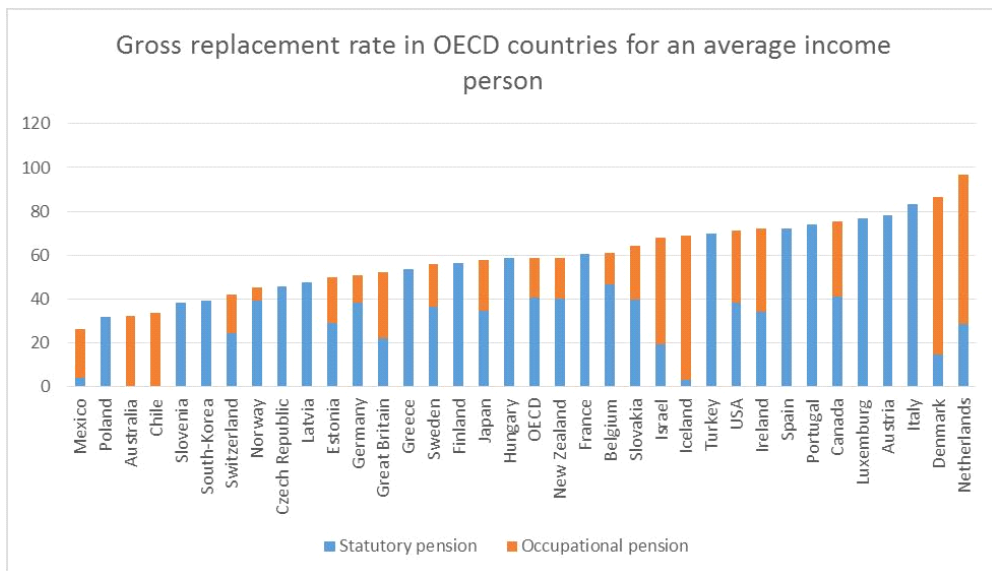


Figura 7. – Comparação do valor e das contribuições do Estado para o pagamento de pensões nos países da OCDE.

Fonte: *OECD Pensions at a Glance 2017*: <<https://www.etc.fi/wp-content/uploads/PaG2017EN.jpg>>.

Comparando a pirâmide etária mundial (2016) e a pirâmide etária europeia (2017), é possível visualizar estruturas diferenciadas, com um maior número de indivíduos na base da primeira e um número significativo de indivíduos no topo da pirâmide europeia, correspondente àqueles que têm mais de 60 anos.

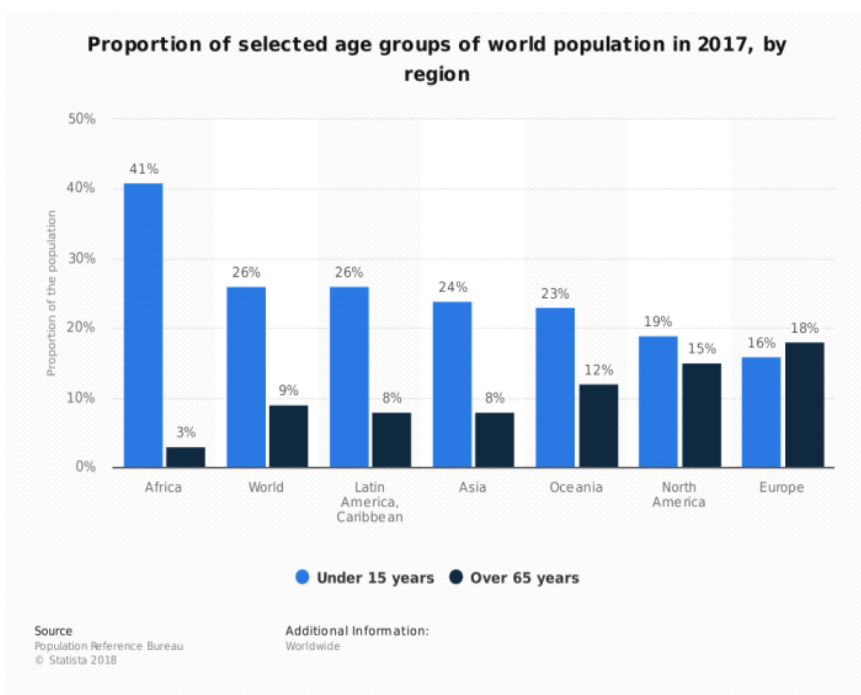
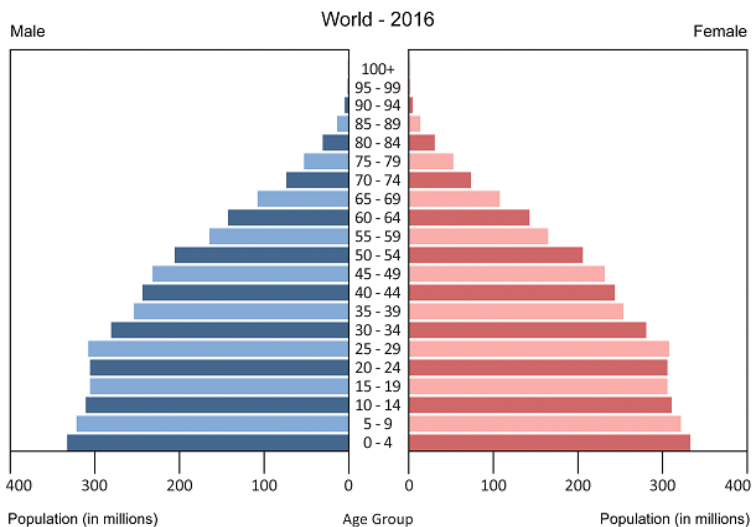


Figura 8: Pirâmide etária mundial (2016) e distribuição por grupos etários em função das regiões (2017).

Fonte: *World People 2017*:

<https://theodora.com/world_fact_book_2017/world/world_people.html>.; distribuição por grupos etários e regiões (2018): <<https://www.prb.org/2018-world-population-data-sheet-with-focus-on-changing-age-structures/>>.

A situação demográfica europeia terá, a curto, médio e longo prazo, implicações políticas e económicas tais como o prolongamento da vida ativa, a diversificação dos fundos de pensões, o desenvolvimento de uma economia social e o apoio seletivo às migrações. Observa-se ainda que o envelhecimento da população pode criar condições, a médio prazo, mais favoráveis para a adopção de novas formas de trabalho advindas da robotização e da introdução da IA. Acresce, ainda, uma implicação direta em eleições e na escolha da governação, tal como aconteceu no referendo em Inglaterra (Brexit), na medida em que uma população com mais idade tende a ser mais conservadora nas suas escolhas.

A caminhada da Desglobalização: “nacionalismo *first*”, redes sociais e emoções

Na última década, como referimos, não cessou de aumentar o número de governos que põem em causa as regras da democracia liberal, principalmente no que toca às liberdades individuais, à liberdade de expressão e de imprensa. Os governos autoritários têm vindo a instalar-se, muitas vezes a partir da realização de eleições livres e de posteriores mudanças constitucionais (por ex. Hungria, Turquia e Filipinas) que visam perpetuar os líderes no poder e condicionar liberdades individuais e direitos humanos. Em simultâneo, colapsam, em cada nova eleição democrática, as tradicionais formações partidárias, cujos exemplos mais extremos estão, até ao ano de 2018, na França e no Brasil.

Alicerçados no descontentamento das classes médias e médias baixas, indignadas face às desigualdades e receosas perante o futuro, líderes, mais ou menos carismáticos, elegem-se com base em campanhas sofisticadas de marketing político nas redes sociais, reforçando ligações instantâneas entre candidatos e povo. De direita ou de esquerda, os governos assumem traços abertamente populistas ou neofascistas, retomando bandeiras nacionalistas, xenófobas e racistas. Ao mesmo tempo, tendem a colocar em causa os principais indicadores da globalização ao instaurarem barreiras protecionistas ao comércio, no caso dos EUA; cercearem fluxos migratórios, como nos

casos da Hungria, Áustria, Itália, EUA; desvinculem-se de instituições e tratados internacionais, como as Nações Unidas ou o Tratado de Paris. A depreciação e desqualificação de instituições, nacionais e internacionais, de governação e regulação, tornam-se uma constante num ecossistema pautado por lideranças carismáticas, que se dirigem diretamente à entidade “povo”, de forma abstrata. Os *slogans* destes líderes apelam à proteção dos naturais da nação, a partir de uma visão nacionalista, conservadora — muitas vezes de matriz religiosa —, paternalista e xenófoba, como prioridade da governação, o que não significa o abandono dos princípios do capitalismo neoliberal.

Observa-se, ainda, que esses governos autoritários, por exemplo no caso da Rússia e da Hungria, não se desvinculam dos fluxos financeiros globais, essenciais para investimentos produtivos, nem da utilização dos dispositivos tecnológicos de informação e comunicação, que procuram utilizar em seu proveito. Acentuam-se os ataques aos meios de comunicação livres e independentes e a tentativa de controlar agendas e informação. Muitos desses países, como a Rússia, recorrem a *know how* acumulado em períodos históricos anteriores, neste caso pela KGB na inteligência de contra-informação, ou *dezinformatsiya*, para empreender estratégias de expansão geoestratégica e influenciar eleições, por exemplo nos EUA em 2016; na Catalunha em 2017, e em outros atos democráticos, como o Brexit em 2017 (Blackwill e Gordon, 2018).

Há inúmeras e diferentes compreensões do populismo, sustentadas, igualmente, por múltiplas e diferentes teorias, paradigmas e metodologias de aferição deste fenómeno. Na Europa, como nas Américas, do Norte e do Sul, o populismo de direita, e de esquerda, tem vindo a crescer, manifestando-se na implantação partidária e em eleições de líderes com estas características. A emergência do populismo, na Europa e nos EUA, encontra-se claramente associada à globalização e à percepção que as classes médias desenvolveram, no sentido de terem sido sacrificadas a esse processo em nome de um número restrito de interesses. Diferentes autores, e analistas, atribuem, como causa da migração de eleitores, dos partidos do centro, para

propostas políticas populistas, o facto de, nos últimos vinte anos, um grupo significativo de trabalhadores, das classes médias, ter perdido os seus empregos, ou visto baixar os seus rendimentos. As crescentes desigualdades na distribuição da riqueza e a estagnação de salários deste grupo de cidadãos mobilizaram-nos para partidos, ideologias e manifestações extremistas, onde a velha distinção entre direita e esquerda, tende a ser apagada.

As promessas do populismo têm encontrado, na Europa, um campo fértil para se expandir, tanto na sua perspectiva económica como ideológica. Primeiramente, propõem restaurar as soberanias nacionais e travar o projeto Europeu e a burocracia homogeneizante das instituições europeias, sediadas em Bruxelas, a quem são atribuídas muitas das culpas das políticas de austeridade, do pós Grande Crise. Seguidamente, pretendem restabelecer as fronteiras e proteger os interesses dos nacionais, nomeadamente os económicos, financeiros e culturais. Em terceiro lugar, visam estancar as migrações e controlar a entrada de refugiados, grupos a que são atribuídas culpas pela desvalorização e precarização do trabalho, bem como pela descaracterização cultural nacional. A crise migratória de 2015, na Europa, decorrente do agudizar da guerra da Síria, trouxe cerca de dois milhões de pessoas, para este continente, que procuraram chegar aos países mais ricos, como a Alemanha, a Áustria, a Suécia e a Dinamarca (Cunha, 2018). A chegada desta população, maioritariamente muçulmana, em consonância com os atentados terroristas perpetrados em Paris em 13 de novembro de 2015, e um pouco por todo o continente, dividiu a população face às políticas de acolhimento, contribuindo para criar uma nova agenda anti-Europa e anti-globalização. No cerne desta agenda surge o medo perante a entrada maciça de imigrantes islâmicos possuidores de valores não-ocidentais e a capacidade, a curto prazo, de mudarem as sociedades a partir do factor demográfico.

Por último, os líderes populistas tendem a manter uma comunicação direta com o “povo”, recorrendo a redes sociais, tais como *Twitter*, *Facebook*, *WhatsApp*, dentre outras, à criação de perfis de utilizadores fantasmas e a “disparos” de informações falsas, descaracterizadas e, ou, modificadas, a partir do domínio de

tecnologias de programação e a apropriação indevida de dados, como por exemplo, o caso da empresa britânica *Cambridge Analytica*, nos Estados Unidos e no Brasil. A estratégia passa, ainda, por denunciar a “má informação” dos *media mainstream* opositores, acusá-los de facciosos e fabricantes de notícias falsas, bem como impedir o acesso de jornalistas às fontes oficiais. Agenda semelhante, com adequações aos Estados Unidos, encontra-se nas promessas eleitorais, e na forma de atuar do candidato, e depois, presidente Trump: estabelecer a soberania; defender os interesses norte-americanos; “*America first*”; comunicar via *Twitter* e atacar a imprensa que não o apoie; alijar responsabilidades internacionais, como o Tratado de Paris e outros tratados, ou filtrar os candidatos à imigração, acenando com os medos da entrada de terroristas e de uma invasão latino-americana. A mesma receita foi aplicada, nas eleições brasileiras, pelo candidato vencedor, que utilizou as redes sociais, sobretudo o *WhatsApp*, para divulgar a sua informação, visto que mais de 56% da população utiliza esse dispositivo. Mas as semelhanças limitam-se a essa situação, dado que apenas um país, com hegemonia global, se pode dar ao luxo de afirmar o seu nacionalismo “*first*”, enquanto um país “amarrado” às suas contradições e limitações económicas, sociais e tecnológicas, dificilmente poderá prolongar essa afirmação, sem ser imediatamente desmentido por factos concretos. Por outro lado, o questionamento das instituições e tratados de cooperação internacionais – de cariz multilateral – pelos EUA, por exemplo, abre a porta a negociações entre países, onde tende a prevalecer os interesses dos mais poderosos.

O populismo, na América Latina, tem uma genealogia diferente e outra articulação face à globalização. Há uma tradição populista latino-americana, advinda do período da luta contra as potências coloniais ocidentais, a que se junta resquícios de ditaduras recentes e processos nacionais de descolonização. Os líderes populistas tendem a denunciar as elites nacionais corruptas, políticos e empresários que, segundo eles, não só exploram o povo, em favor dos seus interesses particulares, como funcionam como correia de transmissão dos interesses “colonizadores” internacionais globalizados. Assim, à esquerda, os populismos tendem a combater o

sistema-mundo capitalista, patriarcal e religioso, instaurado pelo ocidente e a reforçar políticas identificadas como “nativistas” ou “indigenistas”, com vista a criar uma nova ordem nacional e internacional. À direita, o populismo tende a reforçar as suas relações com os governos autoritários de países líderes, do mesmo quadrante, e a criar condições para a expansão do capitalismo internacional. Ao mesmo tempo, no plano ideológico, reforça a relação direta com o “povo”, por meio de comício, participação em eventos e ações nas redes sociais, sem a presença de mediadores.

A comparação entre as tendências populistas na Europa e nas Américas, do Norte e do Sul, choca-se com contextos históricos, económicos, sociais e culturais muito diferenciados. Salienta-se, em ambos os continentes, o papel social e cognitivo dos *media* e das tecnologias da comunicação. Esses dispositivos vêm preparando, há décadas, cidadãos/espectadores e utilizadores para a aceitação de líderes carismáticos e agendas populistas. Neste sentido, referencia-se aqui os escritos da Escola de Frankfurt, nomeadamente a Teoria Crítica de Adorno e Horkheimer (1944), desenvolvida nos EUA. Nesses escritos, sobre a sociedade capitalista e a cultura de massa, estão identificados, de forma clara, os fundamentos da alienação individual e coletiva, promovida pelo capital e pelos meios de comunicação (Horkheimer e Adorno, 1985).

Não se pode atribuir à cultura de massas a consensualização de ideologias, perspectivas e atitudes impulsionadoras das atuais governações populistas. No entanto, principalmente a televisão – a partir de conteúdos, formatos e lógicas de mediatização, tais como a emoção face à razão; o parecer em detrimento do ser; a visão maniqueísta e efémera; o sucesso individual face aos interesses colectivos – criou um ecossistema emocional, e de valores, propícios à criação e exaltação de líderes e movimentos, tratados, respectivamente, como celebridades e clubes de fans, que perpassou do entretenimento para o populismo político (Mazzoleni, 2008). Embora a televisão tenha funcionado como elo social, segundo Dominique Wolton (1997; 2004) ela promoveu, em sinergia com outros dispositivos, formatos e conteúdos, com grande exposição e impacto no quotidiano. Géneros como o

jornalismo e o entretenimento desvalorizam, de forma contínua e difusa, a ciência e o conhecimento; vulgarizam comportamentos anticívicos e anti comunitários preconceituosos; descredibilizam as instituições em geral, e as instituições democráticas em particular, apelando ao intimismo, ao individualismo egocêntrico e contribuem para a instalação de um clima cognitivo “populista” na sociedade.

As alterações na atuação dos meios de comunicação, no ecossistema neoliberal capitalista, promoveram uma acelerada mediatização da sociedade e das suas instituições, principalmente nos países ocidentais, a partir dos finais da década de 1980. Para a densificação deste cenário, contribuiu o fim da regulação e a instauração de um mercado altamente competitivo, bem como as mudanças tecnológicas e o modelo de negócios (Tambini, 2017). Os *media* assumiram, de forma inequívoca, um papel central nas sociedades – suportados por corporações e financiamentos externos ao negócio *media* – e agem como instituições independentes das demais, sustentando interesses próprios, autônomos da política e da sociedade em que se encontravam inseridos. Enquanto garantes da democracia e da liberdade de expressão, eles acomodaram-se, com raras exceções, a novas funções, subordinando-se aos interesses do neoliberalismo; privilegiando a ideia de “consumidores” em detrimento de “cidadãos”; promovendo os direitos contratuais em desfavor dos direitos civis; orientando-se por princípios de liberdade de mercado, em substituição da liberdade de expressão. Em simultâneo, os *media* “cooptaram” instituições e atores sociais, impondo-lhes as lógicas mediáticas (Strömbäck, 2008; 2011). O sistema político, o sistema judiciário, e as suas instituições, encontram-se no centro deste processo de mediatização, fundado em lógicas próprias, que envolvem tecnologias discursivas; valores morais e éticos controversos; construção de imagens sínteses a partir de estereótipos, mecanismos técnicos e outras estratégias justificadoras da naturalidade atemporal destas características.

As redes sociais, com o seu potencial imediatista e emocional, acentuaram as tendências acima descritas, dando oportunidade ao produtor/utilizador (*produzer*) de se manifestar em toda a sua bondade e maldade humana, para além de qualquer

referência ética, pública/social ou marcada pelo interesse comum das comunidades humanas. Se a Internet, enquanto projeto, surgiu como utopia tecnológica de rede de interação entre indivíduos, desvinculada de poderes estabelecidos e dos seus interesses, a sua apropriação e privatização por grupos e interesses, revelou as tendências mais obscuras e perversas dos seres humanos, como por exemplo, o recrutamento de terroristas, desvios de fluxos financeiros, utilização de dados pessoais de forma ilícita e outros.

Não se põe em questão o papel das redes como ferramentas inestimáveis de interrelação entre indivíduos, de otimização de serviços e facilitação de quotidianos, mas sim, a utilização que se faz delas no sentido de potenciar, demasiadas vezes, os riscos sociais enunciados por Ulrich Beck, nos finais da década de 1980 (Beck, 1992). Os medos, a indignação face às desigualdades e a insegurança perante um mundo em mudança – percebida por grande número de cidadãos das classes médias – encontram nas redes acolhimento, em bolhas ideológicas de segurança e partilha, em função da sua natureza algorítmica. Acresce, a esta realidade, a manipulação de dados emocionais e comportamentais – compilados nos *Big data* – pelas grandes empresas tecnológicas, tais como *Facebook*, *Twitter* e *WhatsApp*, empresas que tendem a utilizar esses dados como *commodities*, vendendo-os a outras empresas para fins publicitários e, ou, políticos, tal como se verificou com a venda/cedência realizada pelo *Facebook* à *Cambridge Analytica*, que permitiu em diversas situações manipular, de forma não transparente, utilizadores e *produtores* nas suas bolhas, círculos, e tendências.

A polarização ideológica destas bolhas nas redes tende, periodicamente, a saltar para as ruas em movimentos de “raiva moral” como se viu em 2011, com os Movimentos *Occupy* nos EUA e na Europa, nomeadamente na Grécia, no Brasil em 2013, e em 2018 na França dos *gilets jaunes*. Estes movimentos inorgânicos, sem líderes, e de composição difusa no interior dos excluídos da globalização, tendem a ser capitalizados pelas formações políticas de extrema-direita ou de extrema-esquerda, que identificam a oportunidade de se instalarem politicamente como porta-vozes desses receios, indignações e raiva dos cidadãos (Castells, 2012; Simiti, 2016).

PENSAR GLOBAL AGIR LOCAL: BREVES REFLEXÕES EM JEITO DE CONCLUSÃO

Num mundo fragmentado e polifónico, onde a complexidade e as interrelações estão instaladas em forma de rede, qualquer ruptura abrupta tende a gerar o caos. Aparentemente sem conexão, questões diversas tais como, e por ordem alfabética, alterações climáticas, corrupção, democracia/governança, direitos humanos, fluxos financeiros, migrações, tecnologias da informação e comunicação, trabalho e violência, estão interdependentes, mantêm conectividade e continuidade no quotidiano global. São fenómenos globais independentemente da sua materialidade local. A Desglobalização, que emerge a partir dos movimentos inorgânicos, e dos regimes populistas e autoritários, cavalgam os descontentamentos populares legítimos e colocam em causa a velha Ordem Mundial. Contudo, muitas das propostas rotuladas de Desglobalização, são anteriores a estes movimentos populistas e autoritários, como os Fóruns Mundiais ou o movimento ATTAC, que, mais ou menos de forma assertiva, apelam a outra Ordem Mundial e à reversão do processo de integração dominado pela lógica desenfreada do capital. São propostas de uma Globalização controlada, em favor dos indivíduos e desvinculada dos interesses exclusivos e predadores do capital financeiro e das directrizes neoliberais. O objetivo daqueles movimentos é, em primeiro lugar, a eliminação das exclusões e desigualdades múltiplas, ao que se segue a promoção da integração, baseada nas necessidades dos povos, nações e comunidades. Estes movimentos consideram, ainda, que essas mudanças de orientação são condições necessárias para a preservação da sustentabilidade, do desenvolvimento e dos ecossistemas e, por conseguinte, das instituições democráticas de governação (Castells, 2017).

Nesse contexto, a ideia de Desglobalização objectiva uma maior justiça na distribuição do poder mundial, bem como nas trocas comerciais globais. Os movimentos que partilham essas ideias consideram que não é económica, social e politicamente aceitável e sustentável, a concentração de riqueza em 1% da população

mundial e o uso exclusivo de tecnologias por um número diminuto de empresas. Os defensores dessas orientações consideram que há medidas capazes de alterar esse cenário, preservando a estabilidade social e os ecossistemas climáticos mundiais. Com essa finalidade, propõem que as regras comerciais, financeiras e económicas, implementadas pelas instituições internacionais, devam ter em conta a dimensão dos países e as suas potencialidades naturais e geográficas, evitando a manipulação e o controle de preços pelas grandes corporações, bem como as políticas de desvalorização e concorrência salarial desleal.

A Desocidentalização apresenta-se de duas formas. Primeiramente, associada à discussão da partilha de poder e à criação de novos imaginários, incluindo religiosos, capazes de assegurar uma outra ordem e equilíbrio mundial. Em segundo lugar, apresenta-se como uma espécie de saturação dos países mais beneficiados pela Globalização, no sentido de alijar as suas responsabilidades perante as instituições internacionais que criaram e para as quais contribuíram de diversas formas. Valores como Democracia, Direitos Humanos e Liberdade de Expressão estão em jogo neste processo de Desocidentalização. O medo perante os riscos globais parece ter tomado conta de grande parte da população ocidental e ou ocidentalizada.

Ler o mundo, compreender esses fenómenos e o ambiente mediatizado onde cada indivíduo, e a sociedade, estão mergulhados, constitui um desafio mundial. As respostas devem passar pela mudança de comportamentos individuais e pelas literacias para um desenvolvimento sustentável (Barbosa, 2008). Estas devem ser entendidas não como tarefas exclusivas de Escolas ou instituições educativas, mas como desígnio coletivo que permita reverter opções políticas e económicas, mas sim uma utopia obrigatória a concretizar, fundada na evidência de um caos destrutivo instalado, que se quer reverter em redentor.

Os meios de comunicação, e as tecnologias da informação e comunicação, constituem, até ao momento, ferramentas disponíveis, como já foi referido, não só para enfatizar o lado “obscuro” da humanidade, como para denunciar desigualdades sociais, promover a equidade e um maior bem-estar social. Esses objetivos devem ser

reforçados, a partir de práticas de literacia que alertem, mobilizem as pessoas para as condições que constituem um desenvolvimento sustentável, independentemente das políticas económicas e sociais predatórias em curso, em muitos países.

Neste sentido, o que se propõe é compreender os *media* e as tecnologias de informação e comunicação, como instituições sociais específicas e com grande poder mundial. Em simultâneo, empreender ações mobilizadoras em prol da regulação, económica, financeira e técnica, das empresas tecnológicas, bem como alfabetizar o cidadão comum – desenvolvendo uma perspetiva crítica e criativa em prol das comunidades – relativamente aos sentidos do mundo e das suas representações, realizadas por meio do uso dos dispositivos tecnológicos e das suas lógicas de programação. Propõe-se, também, observar, o seu impacto na vida social, tornando transparentes a propriedade dos meios e das empresas tecnológicas; os seus interesses declarados; o seu poder de influenciar decisões políticas e económicas, bem como de manipular factos, e acontecimentos, criadores de realidades paralelas depredadoras (Tornerio e Varis, 2010).

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, GISELLE SILVA. O DESAFIO DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. REVISTA VISÕES, 4ª ED., Nº 4, VOL.I, JAN/JUN., 2008. DISPONÍVEL EM: <[HTTP://WWW.FSMA.EDU.BR/VISOES/ED04/4ED_O_DESAFIO_DO_DESENVOLVIMENTO_SUSTENTAVEL_GISELE.PDF](http://WWW.FSMA.EDU.BR/VISOES/ED04/4ED_O_DESAFIO_DO_DESENVOLVIMENTO_SUSTENTAVEL_GISELE.PDF)>". WWW.FSMA.EDU.BR/VISOES/ED04/4ED_O_DESAFIO_DO_DESENVOLVIMENTO_SUSTENTAVEL_GISELE.PDF>. ACESSO EM NOV 2018.
- BECK, ULRICH. RISK SOCIETY: TOWARDS A NEW MODERNITY. LONDON: SAGE PUBLICATIONS, 1992.
- BELLO, WALDEN. DEGLOBLIZATION: IDEAS FOR A NEW WORLD ECONOMY. LONDON: ZED BOOKS LTD., 2202/2008.
- BLACKWILL, ROBERT D. & GORDON, PHILIP H. CONTAINING RUSSIA HOW TO RESPOND TO MOSCOW'S INTERVENTION IN U.S. DEMOCRACY AND GROWING GEOPOLITICAL CHALLENGE. COUNCIL SPECIAL REPORT NO. 80 JANUARY 2018. DISPONÍVEL EM: <[HTTPS://CFRD8-FILES.CFR.ORG/SITES/DEFAULT/FILES/REPORT_PDF/CSR80_BLACKWILLGORDON_CONTAININGRUSSIA.PDF](https://CFRD8-FILES.CFR.ORG/SITES/DEFAULT/FILES/REPORT_PDF/CSR80_BLACKWILLGORDON_CONTAININGRUSSIA.PDF)>. ACESSO EM: NOV 2018.
- CASTELLS, MANUEL. REDES DE INDIGNACIÓN Y ESPERANZA: LOS MOVIMIENTOS SOCIALES EN LA ERA DE INTERNET. MADRID: ALIANZA EDITORIAL, 2012.
- CASTELLS, MANUEL. RUPTURA. RIO DE JANEIRO: ZAHAR, 2017.
- CUNHA, ISABEL FERIN. DA DESMOCRATIZAÇÃO DA EUROPA: DEMOCRACIA, MEDIA E CORRUPÇÃO POLÍTICA. INTERCOM – RBCC SÃO PAULO, v.38, N.1, P. 37-63, JAN./JUN. 2015.
- CUNHA, ISABEL FERIN. POPULISMO MEDIÁTICO E (IN)TOLERÂNCIA NA DIVERSIDADE GLOBAL. IN: LOPES, M. I. V. DE CASTRO, G. COMUNICAÇÃO, DIVERSIDADE E TOLERÂNCIA. LIVRO DO XV CONGRESSO IBERO-AMERICANO DE COMUNICAÇÃO (IBERCOM), 2018, PP 1-26. DISPONÍVEL EM: <[HTTP://ASSIBERCOM.ORG/LIVRO17/LIVRO_XV_CONGRESSO_IBERCOM_2017.PDF](http://ASSIBERCOM.ORG/LIVRO17/LIVRO_XV_CONGRESSO_IBERCOM_2017.PDF)>. ACESSO EM: NOV 2018,
- GLUCK, ANTJE. DE-WESTERNISATION: KEY CONCEPT PAPER. LEEDS: UNIVERSITY OF LEEDS, 2015. DISPONÍVEL EM: <[HTTP://EPRINTS.WHITEROSE.AC.UK/117297/1/GLUECK%202016_DE-WESTERNISATION.PDF](http://EPRINTS.WHITEROSE.AC.UK/117297/1/GLUECK%202016_DE-WESTERNISATION.PDF)>. ACESSO EM: NOV 2018.

HORKHEIMER, MAX & ADORNO, THEODORE. DIALÉTICA DO ESCLARECIMENTO: FRAGMENTOS FILOSÓFICOS. RIO DE JANEIRO: ZAHAR, 1985.

KAKUTINI, MICHICO. A MORTE DA VERDADE: NOTAS SOBRE A MENTIRA NA ERA TRUMP. RIO DE JANEIRO: INTRÍNSECA, 2018.

MAZZOLENI, GIAMPETRO. POPULISM AND THE MEDIA. IN:ALBERTAZZI, D. & McDONNELL, D. (Eds.), TWENTY-FIRST CENTURY POPULISM: THE SPECTRE OF WESTERN EUROPEAN DEMOCRACY. BASINGSTOKE AND NEW YORK, NY: PALGRAVE MACMILLAN, pp. 49–64, 2008.

MORRISON, WAYNE M. CHINA’S ECONOMIC RISE: HISTORY, TRENDS, CHALLENGES, AND IMPLICATIONS FOR THE UNITED STATES. WASHINGTON: CRS REPORT; 7-5700 RL33534. SEPTEMBER 15, 2017.

CHINA’S ECONOMIC RISE: HISTORY, TRENDS, CHALLENGES, AND IMPLICATIONS FOR THE UNITED STATES

PICARD, ROBERT G. (Eds.) THE EURO CRISIS IN THE MEDIA: JOURNALISTIC COVERAGE OF ECONOMIC CRISIS AND EUROPEAN INSTITUTIONS. LONDON: I. B. TAURIS, 2015.

PIKETTY, T. O CAPITAL NO SÉCULO XXI. LISBOA: TEMAS E DEBATES, CÍRCULO DOS LEITORES, 2014.

SIMITI, M. RAGE AN PROTEST: THE CASE OF THE GREEK INDIGNANT MOVEMENT. CONTENTION: THE MULTIDISCIPLINARY JOURNAL OF SOCIAL PROTEST, VOL. 3(2), PP. 33-50, 2016. DISPONÍVEL EM:
<[HTTPS://WWW.BERGHAHNJOURNALS.COM/VIEW/JOURNALS/CONTENTION/3/2/CONT030204.XML](https://www.berghahnjournals.com/view/journals/contention/3/2/cont030204.xml)>. ACESSO EM: NOV DE 2018.

STROMBACK, JASPAR. FOUR PHASES OF MEDIATIZATION: AN ANALYSIS OF THE MEDIATIZATION OF POLITICS, INTERNATIONAL JOURNAL OF PRESS/POLITICS, 13(3), 228–246, 2008.

STROMBACK, JASPAR. MEDIATIZATION AND PERCEPTIONS OF THE MEDIA’S POLITICAL INFLUENCE. JOURNALISM STUDIES, 12: 423-439, 2011.

TAMBINI, DAMIEN. FAKE NEWS: PUBLIC POLICY RESPONSES. MEDIA BRIEF 20. LONDON: MEDIA POLICY PROJECT, LONDON SCHOOL OF ECONOMICS AND POLITICAL SCIENCE, 2017.

TORNERO, JUAN MANUEL PEREZ & VARIS, TAPIO. MEDIA LITERACY AND NEW HUMANISM. MOSCOW: UNESCO INSTITUTE FOR INFORMATION TECHNOLOGIES IN EDUCATION, 2010.

WALLERSTEIN, IMMANUEL M. WORLD-SYSTEMS ANALYSIS: AN INTRODUCTION. DURHAM AND LONDON: DUKE UNIVERSITY PRESS, 2004.

WALLERSTEIN, IMMANUEL. M. EUROPEAN UNIVERSALISM: THE RHETORIC OF POWER. LONDON: NEW PRESS, 2006.

WOLTON, DOMINIQUE. PENSAR A COMUNICAÇÃO. BRASÍLIA: UNB, 1997/2004.

O CENÁRIO DA SEGUNDA GUERRA FRIA E OS ATORES DAS ELEIÇÕES DE 2018

PROF. DR. WALTER DE SOUSA JUNIOR³⁵

O período da Guerra Fria (1945-1990) contrapôs dois impérios, ou seja, dois blocos de países que adquiriram *status* de império – não no sentido *lato* do termo, de conquista e domínio territorial, colonialista, mas no sentido doutrinário de influência, apoiado por poderes político-econômicos, bélicos e culturais –, que, após a Segunda Guerra Mundial, mediram forças por quatro décadas e meia. A tensão entre os blocos capitalista e comunista mantinha a aparência de que “não existia perigo iminente de

³⁵ Professor Doutor pela ECA-USP e Professor Colaborador do Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura da ECA-USP.

guerra mundial”³⁶, o que foi determinante para estabilizar o cenário político a partir do medo generalizado. “A URSS, consciente da precariedade e insegurança de sua posição, via-se diante do poder mundial dos EUA, conscientes da precariedade e insegurança da Europa Central e Ocidental e do futuro incerto de grande parte da Ásia”³⁷. A principal característica desse cenário foi a intransigência de ambos os lados, justificativa para as políticas locais, e a consolidação de fantasmas imperialistas em ambos os lados, o que impulsionou a corrida armamentista que se tornou ruído de fundo do desenvolvimento histórico da segunda metade do século XX. As armas, por fim, não foram usadas, e as consequências políticas da Guerra Fria foram paradoxalmente desgastando os dois impérios. Enquanto a União Soviética aplicava opções monolíticas, eliminando quem não se alinhava à “ditadura do proletariado”, os Estados Unidos, ocupados em evitar a debandada europeia para o bloco oposto, gastava milhões com o Plano Marshall, enquanto viam a Europa e o Japão ganharem força econômica.

(...) o plano americano original para uma economia pós-guerra de livre comércio, livre conversão e livres mercados, dominada pelos EUA, mostrou-se inteiramente irrealista (...). Contudo, embora os EUA fossem incapazes de impor em detalhes seus planos político-econômicos aos europeus, eram suficientemente fortes para dominar seu comportamento internacional.³⁸

Entre 1989 e 1991 houve a *débâcle* do bloco socialista, com a União Soviética perdendo domínio sobre os países do Leste Europeu e da Ásia Central, o que abriu uma imensa lacuna a ser ocupada não pelo bloco capitalista, mas pelos Estados

³⁶ HOBBSAWM, Eric. **A era dos extremos** – O breve século XX (1914-1991). São Paulo: Companhia das Letras, 1994, p. 224.

³⁷ Idem, *ibidem*.

³⁸ Idem, pp. 237 e 238.

Unidos. “E uma consequência geopolítica, produzida pelo fim da Guerra Fria, foi acirrar a disputa em torno das imensas fontes de energia – gás e petróleo – existentes naquela parte do *heartland* euro-asiático”.³⁹ Enquanto se discutia a emergência de uma realidade político-econômica batizada de “globalização”, impulsionada por novas tecnologias, particularmente com efeito de “universalização do capitalismo, como modo de produção e processo civilizatório”⁴⁰, os Estados Unidos deram sequência a uma agenda dedicada a impedir o surgimento de “algum poder rival na Europa, na Ásia e na extinta União Soviética”⁴¹, como defendeu em documento oficial o secretário de defesa dos Estados Unidos, Dick Cheney, em 1992. A bandeira política encontrada para isso, ainda no governo de Ronald Reagan, nos 1980, foi a do antiterrorismo. A consequência natural foi a da militarização da política externa, durante a administração de George W. Bush, especialmente após os ataques terroristas de 11 de setembro de 2001 em Washington e Nova York. Aliada a essa doutrina, ocorreu a maior inserção americana na geopolítica energética desde o fim da Guerra Fria, especialmente no Oriente Médio, sendo potenciais alvos o Afeganistão e o Iraque, envolvidos na resposta ao Talibã (2011) pelos ataques nos Estados Unidos e na Guerra do Iraque (2003-2011).

O sociólogo Octavio Ianni apontou, em 1999, que um dos fatores econômicos de destaque na emergência do novo cenário de globalização era a revolução pela qual passava o mundo agrário, que já estaria “tecido e emaranhado pela atuação das empresas, corporações e conglomerados agroindustriais. (...) A estratégia das transnacionais tem provocado mudanças no uso do solo e na orientação das atividades agrícolas”.⁴² Um cenário que subverte o trabalho agrícola, de modo que a mão de obra

³⁹ BANDEIRA, Luís Alberto Moniz. **Geopolítica e política exterior** – Estados Unidos, Brasil e América Latina. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2010, p. 11.

⁴⁰ IANNI, Octavio. **A era do globalismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999, p.13.

⁴¹ BANDEIRA, Luís Alberto Moniz. Op. cit., p. 13.

⁴² IANNI, Octavio. Op. cit., p. 39.

é reduzida a custo da tecnificação do campo, ao passo que a engenharia genética e a biotecnologia tratam de ampliar a produtividade por hectare plantado.

Assim, produção agrária e matriz energética são aspectos que inserem a América Latina na geopolítica que interessa aos Estados Unidos com o fim da Guerra Fria. O primeiro, desde os primeiros impulsos imperialistas americanos, desde a virada do século XIX para o XX, sob a égide da doutrina Monroe. Em 1820, o presidente americano James Monroe reconheceu os processos de independência dos países das Américas Central e do Sul e deixou clara a disposição dos Estados Unidos em resguardá-las de tentativas de recolonização. O presidente Theodor Roosevelt (1901-1909) levou adiante esse propósito de “democratizar as instituições políticas e econômicas americanas com o apoio do povo”⁴³, estendendo essas “bases para além das fronteiras do país e construir um mundo seguro para a democracia”.⁴⁴ Ao visitar o Brasil, em 1913, quando fez, com o filho e com Cândido Rondon, um safari pela Amazônia, escreveu em seu diário: “Certamente, no futuro, esta região será centro de uma população sadia e altamente civilizada. Trata-se de excelente zona para criação de gado, possuindo ainda ótimos vales para agricultura”.⁴⁵ Com isso corroborou o mito de que a região poderia se tornar o “celeiro do mundo”, posição vislumbrada tanto por Henry Ford (que instala Fordlândia, uma vila americana às margens do Rio Tapajós (PA) em 1928, sendo desativada em 1945) quanto por Nelson Rockefeller (que conhece a região em 1937 e alimenta, até sua morte, em 1979, o sonho obsessivo de ocupá-la com campos agrícolas). Herdeiro da gigante petroleira *Standard Oil Company* (conhecida no Brasil pelas iniciais ESSO), Rockefeller criou, em 1946, as empresas *American International Association* (AIA), dedicada à pesquisa científica e ao desenvolvimento da técnica com empenho no treinamento de pessoas, e *International Basic Economy Corporation* (IBEC), dedicada a obter lucros em empreendimentos

⁴³ TOTA, Antonio Pedro. **O amigo americano** – Nelson Rockefeller e o Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2014, p. 30.

⁴⁴ Idem, *ibidem*.

⁴⁵ ROOSEVELT, Theodore. **Nas selvas do Brasil**. Belo Horizonte: Editora Itatiaia, 1976, p. 122.

implantados no Brasil. Delas se destacam vários projetos voltados à agricultura, entre eles programas de extensão e crédito rural, e a introdução no país do milho híbrido.

Já o interesse pela matriz energética, motivo pelo qual o mesmo Rockefeller decidiu fazer seu giro pela América Latina em 1937, enfureceu o “amigo americano” em 1953, quando Getúlio Vargas assinou a criação da empresa estatal Petrobrás, detentora do monopólio de exploração, refino e distribuição do petróleo nacional. O interesse americano se reacendeu fortemente em 2007, quando a mesma Petrobrás descobriu jazida gigante de petróleo de boa qualidade em camada de pré-sal com capacidade de exploração de 8 bilhões de barris.

Rockefeller também iniciou intenso trabalho de disseminação do *american way of life* na América Latina quando esteve à frente do *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* (OCIAA) e da chamada política de Boa Vizinhança do presidente Franklin Roosevelt, ambos criados em 1940 e dedicados a atrair a América Latina para o lado americano no confronto mundial. Na ocasião investiu na criação de produtos artísticos híbridos, ou seja, com a participação da indústria de entretenimento americana, de produções cinematográficas e musicais, além de investir nos museus de Arte Moderna que eram organizados no Brasil, inclusive doando obras do MoMA, o Museu de Arte Moderna de Nova York, do qual foi curador entre 1935 e 1939. Criou uma rede latino-americana de emissoras de rádio para veicular o radiojornal *Repórter Esso*, com notícias produzidas nos Estados Unidos sobre a guerra, com ênfase na atuação das Forças Aliadas. Com isso antecipava uma prática que se tornaria estratégica no pós-guerra, a chamada Guerra Fria Cultural.

A repórter britânica Francis Stonor Saunders publicou em 1999 o livro *Quem pagou a conta? – A CIA na Guerra Fria da cultura* (lançado no Brasil em 2008)⁴⁶ em que conta como a Central de Inteligência americana, criada em 1947 pelo presidente Harry Truman, usou recursos do Plano Marshall e verbas secretas aportadas por fundações

⁴⁶ SAUNDERS, Frances Stonor. **Quem pagou a conta?** – A CIA na Guerra Fria da cultura. Rio de Janeiro: Record, 2008.

americanas em ações culturais para a conversão de intelectuais europeus e russos ao projeto capitalista. Na América Latina essa prática começou e foi sequenciada por Rockefeller nas décadas subsequentes. Seu foco principal foi modernizar os meios de comunicação de massa com a aproximação entre o grupo Time-Life e o empresário Roberto Marinho para a criação da Rede Globo de televisão, e com a transferência do ex-funcionário do mesmo grupo, Victor Civita, para criar a Editora Abril.

Nos anos 1960, com a permanência da política de viés socialdemocrata inaugurada por Getúlio Vargas, as forças conservadoras, com o apoio do governo americano, lançaram um processo de estruturação ideológica por meio de táticas de propaganda e de comunicação que viabilizaria o golpe civil-militar de 1964.

A base dessa estratégia estava na ação de uma elite orgânica formada por empresários, militares e intelectuais, além de representantes dos interesses financeiros multinacionais. Portanto seria o produto mais bem acabado da Guerra Fria – política, econômica e cultural – a partir da ideologia da “inteligência” americana. O que a diferenciava da Guerra Fria cultural conduzida na Europa desde o início do pós-guerra era que não havia aqui o interesse em desenvolver uma elite intelectual dedicada a desestruturar uma política arraigada desde a década de 1930. A grande façanha cultural aconteceria após a consolidação do golpe, a partir do estabelecimento de uma ampla base formadora de opinião a partir de meios de comunicação de massa alinhados com o regime militar.⁴⁷

Somam-se então três motivações de controle pelos Estados Unidos durante a Guerra Fria: as matrizes energéticas, a produção agroindustrial e a cultura (erudita e massiva).

⁴⁷ SOUSA JUNIOR, Walter de. Guerra Fria cultural no Brasil: a tradição da censura estatal e os novos métodos de “inteligência”. Relatório de pós-doutoramento apresentado à Escola de Comunicações e Artes da USP. 2017, p. 85.

INTERESSE GEOPOLÍTICO DOS ESTADOS UNIDOS NA AMÉRICA LATINA

Uma outra motivação se agrega às três tradicionais, legadas pelas estratégias da CIA durante a Guerra Fria, que é a militarização da política externa americana a partir da eleição de George W. Bush (filho) em 2000, reforçada pelos ataques terroristas de 11 de setembro no ano seguinte. A doutrina adotada foi a dos “ataques preventivos”, evidente vitrine da força militar americana e eficiente estratégia para garantir o domínio das fontes energéticas. Outro fator preponderante foi manter a liderança econômica mundial dos Estados Unidos com a emergência da China como potência global. Além disso, o país viu sua dívida interna aumentar exponencialmente, de modo que seu maior credor se tornou a mesma China.

O cientista político Luiz Alberto de Moniz Bandeira aponta que essa militarização inaugura a Segunda Guerra Fria, especialmente por George W. Bush ter mantido animosidades em relação à Rússia e por ter ignorado parte das decisões do Conselho de Segurança da ONU. No entanto, a crise dos *subprimes* em 2007/2008, no final da gestão do presidente, além de provocar intensa crise econômica sem precedentes no pós-guerra, dentro e fora do Estados Unidos, acabou adiando o projeto militar americano. O interregno de Barack Obama no poder, sob a égide do Partido Democrata, foi dedicado à recuperação econômica, conseguida por meio de uma série de medidas orçamentárias e pela restauração do sistema financeiro (seriamente abalado com a crise de 2008).

A vitória de Donald Trump em 2016 retoma a Segunda Guerra Fria, especialmente por sua doutrina geopolítica ser claramente de antiglobalização.

A América Latina volta a ser vista como região geopolítica estratégica, assim como foi em 1990, quando George H. W. Bush (pai) anunciou a intenção – levada

adiante por Bill Clinton (1993-2001) – de criar a Área de Livre Comércio das Américas (ALCA).

Esta proposta de integração econômica regional encapava, porém, objetivos geopolíticos, com respeito à segurança continental, mediante o fortalecimento das instituições democráticas e combate ao narcotráfico e ao terrorismo, ameaças que substituíram a subversão e o comunismo, na agenda militarista dos Estados Unidos, após a decomposição do Bloco Socialista e da União Soviética.⁴⁸

Tanto que a proposta era conjugada com as políticas do chamado Consenso de Washington (que reúne o Fundo Monetário Internacional, o Banco Mundial e o Tesouro dos Estados Unidos), de aplicação de políticas neoliberais, entre elas a privatização das empresas estatais, a desregulamentação da economia e a liberalização do comércio exterior. Durante a década de 1990 os países latino-americanos viveram o fracasso dessas políticas, de modo que a Bolívia, a Argentina e o Brasil acabaram não só por rechaçar a ALCA como constituir o Mercosul, conforme modelo da União Europeia. Em meados dos anos 2000 parte dos países da região tinham no poder governos nacionalistas de esquerda, o que dificultou nova inserção do projeto americano. Entre esses países estavam a Venezuela e a Colômbia, detentores das maiores reservas de petróleo do mundo. O primeiro, governado por Hugo Chávez, eleito por uma frente de esquerda em 1999, e que ficou no poder até 2013, resistindo a um golpe em 2002, incentivado pela CIA. O segundo, em guerra civil contra as Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia (FARC), que dominavam um terço do território do país, e contra os cartéis do narcotráfico. Com onze empresas exploradoras de petróleo em território colombiano, a maioria sabotada pelos rebeldes, os Estados Unidos deram início, em 2000, a um plano de militarização da

⁴⁸ BANDEIRA, Luís Alberto Moniz. Op. cit., p. 53.

região, justificando no narcotráfico a iniciativa de Clinton de investir US\$ 1,3 bilhão em helicópteros e armamentos, somados a mais US\$ 700 milhões pelo governo Bush. “Não há dúvida de que o propósito de ocupar militarmente a América do Sul, usando tanto quanto possível as forças militares dos próprios países hospedeiros, a fim de assegurar o controle sobre as reservas de petróleo, água e biodiversidade.”⁴⁹

Os governos nacionalistas de esquerda foram interrompidos em meados da segunda década do século XXI: no Brasil, uma ação coordenada do Judiciário, que conduziu operações policiais e jurídicas contra a corrupção de diversos setores da política enfeixadas na Operação Lava Jato, levou ao *impeachment* de Dilma Rousseff em 2016; a presidenta argentina Cristina Kirchner foi acusada de corrupção e encerrou a Era K, iniciada com a eleição de seu marido Nestor Kirchner em 2003, cedendo o posto ao candidato da direita, Maurício Macri, em 2015; e a Venezuela mergulhou num caos político e social após a morte de Hugo Chávez, em 2013, com a eleição de Nicolás Maduro, que, sob embargo do mercado internacional, motivou grande debandada de civis venezuelanos para a Colômbia e para o Brasil.

Alcança-se, então, o cenário de sucessão presidencial brasileiro de 2018, após o *impeachment* de Dilma Rousseff e dois anos de governo do vice Michel Temer que, sob a égide da Lava Jato, revê a agenda dos governos petistas e aplica uma política reformista neoliberal, mexendo, com o apoio da classe política conservadora e do empresariado em geral, na legislação trabalhista (com perda de direitos adquiridos pelos trabalhadores) e previdenciária (não concluída mas alinhavada, também com perdas para o trabalhador que se aposenta). Serão analisados, a seguir, aspectos dicotômicos que evidenciam a influência de temas que apontam para a Segunda Guerra Fria, ou seja, a militarização do poder, o conservadorismo social, o rebaixamento da classe política em detrimento do Judiciário e dos militares e o modelo Trump de desglobalização.

⁴⁹ Idem, *ibidem*, p. 61.

PETISMO X ANTIPETISMO

O modelo de governo nacionalista e voltado às políticas sociais, que caracterizou a era petista, iniciada em 2003 com a eleição de Luiz Inácio Lula da Silva, reeleito em 2006, sucedido por Dilma Rousseff em 2010, reeleita em 2014, com mandato interrompido em 2016, se colocou em dissonância com o projeto americano para a América Latina. Especialmente por ter, nesse período, descartado a participação do país na ALCA, ter fortalecido o Mercosul e articulado o chamado BRICS (acrônimo dos nomes de países entendidos como potências emergentes no século XXI: Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul – *South África*, no inglês). Em contrapartida, o modelo neoliberal, que na década de 1990 acabou desacreditado ao promover o enxugamento estatal e a abertura do mercado externo com perdas de direitos dos trabalhadores encontra novo fôlego com o cenário econômico e político capitaneado pela era Trump.

O início do processo eleitoral de 2018 é marcado pela prisão do ex-presidente Lula pela Operação Lava Jato, em 7/4/2018, por ter sido condenado em segunda instância em processo que o acusa de lavagem de dinheiro com a compra de um apartamento *triplex* no Guarujá, litoral de São Paulo. A expectativa do Partido dos Trabalhadores de conseguir sua libertação por meio de recursos jurídicos adiou a definição do candidato do partido a presidência até a data máxima, 11/9/2018, de modo que Fernando Haddad iniciou campanha vinte dias antes do pleito. Nesse ínterim, o candidato líder nas pesquisas, Jair Bolsonaro, do PSL, autodefinido “liberal na economia e conservador nos costumes”, teve tempo suficiente para construir discurso em que opunha sua visão, claramente calcada no alinhamento ao discurso de Trump, à da política petista.

A intransigência política do PT em relação a lançar Lula como candidato acirrou ainda mais o confronto. “No dia em que solicita o registro da candidatura do ex-presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva no Tribunal Superior Eleitoral (TSE), o PT divulgou um manifesto defendendo que Lula dispute as eleições mesmo que

tenha seu registro indeferido pela Justiça Eleitoral”, aponta notícia veiculada pelo portal *UOL* em 15/8/2018.⁵⁰ Na ocasião, a analista Dora Kramer, da revista *Veja*, apontava que Lula e Bolsonaro “sonham com a mesma coisa: um enfrentamento entre o PT e o candidato do autoritarismo à deriva no segundo turno das eleições”. Adiante, analisa os riscos do confronto entre “extremados”, como define:

Trata-se do típico caso em que se aposta no medo do eleitorado de errar em detrimento da vontade das pessoas de acertar na escolha, no caso, do presidente. Os dois investem na divisão entre esquerda e direita. Ocorre, porém, que ou bem concordamos que os partidos brasileiros carecem de representação doutrinária e nessa toada se comporta o eleitorado, ou vamos de repente embarcar na fantasia de uma sociedade que pauta seu voto pela ideologia. São assertivas excludentes e não cabem no mesmo espaço.⁵¹

Assim, a tensão eleitoral se instala sob a divisão entre “eu e eles” (argumento usado por ambos os lados), entre oponentes em antagonismo extremo, de modo a exigir do eleitor um posicionamento forçosamente “ideológico”. Em geral, a imprensa formadora de opinião, colocada à parte da disputa em função da emergência das mídias digitais, percebeu esse fenômeno e o lamentou. “Os levantamentos dos institutos Ibope e Datafolha, feitos entre os dias 17 e 21 [de agosto], apontaram o crescimento ininterrupto de um candidato preso, o fortalecimento de um radical de direita e a inércia perene dos concorrentes situados mais ao centro do leque ideológico”, publicou a revista *Veja*.⁵²

⁵⁰ WETTERMAN, Daniel. **PT diz que Lula disputará eleições mesmo com registro indeferido pelo TSE.** *UOL*, 15/08/2018.

⁵¹ KRAMER, Dora. **Lorota não tem ideologia.** *Veja*, 19/8/2018.

⁵² GHIROTTI, Edorado e PEREIRA, Daniel. **O susto é geral.** *Veja*, 26/8/2018.

A questão é que Lula soube usar sua prisão como fato político para alavancar Fernando Haddad, enquanto a popularidade de Bolsonaro cresceu a partir do atentado a facada em Juiz de Fora (MG) em 6/9/2018. Na disputa entre o petismo e o antipetismo, Bolsonaro conseguiu quebrar o domínio de 25 anos do PSDB no confronto político com o partido de Lula. O fator de coesão dos votos petistas, aponta reportagem de *O Estado de S. Paulo*, foi o atentado. “Após o atentado, Bolsonaro ganhou forte impulso entre os antipetistas. Nesse segmento, ele subiu 12 pontos percentuais em relação à pesquisa feita antes da agressão, o triplo do que cresceu no eleitorado total”⁵³, aponta reportagem baseada em pesquisa do Ibope de 12/9/2018. Estimava-se que 30% do eleitorado eram de votos antipetistas, ou seja, 44 milhões de votos.

No entanto, a grande campanha antipetista dos partidários de Bolsonaro aconteceu nas redes sociais e sempre relacionando o PT com as experiências socialistas ou comunistas, entre elas as da Venezuela e de Cuba. Ao mesmo tempo em que aproveitava o voto útil antipetista, Bolsonaro marcava posição política contra os governos desses países latino-americanos. Em contrapartida, a reação da esquerda petista foi a de angariar o apoio da intelectualidade, da classe artística e dos formadores de opinião, nem sempre com apelo popular. Aliás, a iniciativa de maior mobilização popular foi a campanha *#EleNão*, feita nas redes sociais, em defesa do voto feminino contra Bolsonaro, que culminou com manifestações em diversas cidades brasileiras em 29/9/2018. No mesmo dia, mobilizados por meio das redes sociais, os partidários de Bolsonaro também foram às ruas, de modo que, uma semana antes do primeiro turno das eleições as ruas refletiam o confronto polarizado. Dicotomia percebida pela imprensa internacional como extremista. O jornal britânico *Financial Times*, alinhado às teses neoliberais, definiu o confronto como “sinônimo de batalha entre a extrema-direita e a extrema-esquerda” e o articulista Joe Leahy

⁵³ BROMATTI, Daniel. **Bolsonaro tira do PSDB domínio do voto anti-PT.** *O Estado de S. Paulo*, 16/09/2018.

apontou que “o embate eleitoral entre os dois extremos é considerado um pesadelo para o mercado, e que o resultado das eleições pode condenar o Brasil a mais quatro anos de briga política”.⁵⁴

A imprensa brasileira, por sua vez, de modo geral reconheceu as fraquezas políticas de Bolsonaro e foi unânime em destacar que o candidato catalisou o antipetismo. A cobertura jornalística, no entanto, não deixou de fomentar os extremismos. “Bolsonaro é violência, é bala, é desrespeito. Ele é a representação de tudo o que tem de pior em termos de violência no país. O próprio Bolsonaro declarou em entrevista que, se estivesse na Alemanha dos anos 1930, se alistaria no exército nazista, declarou Haddad em coletiva de imprensa nesta sexta (12)”, publicou o *UOL*.⁵⁵ Outra matéria publicada no mesmo portal de Internet destacou a existência de duas bolhas que não conseguem dialogar entre si. “Fechados no conforto de suas redes sociais, em grupos de *WhatsApp* que só reverberam informações que confirmam suas próprias crenças ou entre amigos que pensam de forma parecida, eleitores de Bolsonaro e Haddad parecem falar sozinhos ou de frente para os próprios espelhos.”⁵⁶

A medida que a contenda eleitoral caminhava para sua definição, ou seja, se aproximava do segundo turno, percebeu-se o que passou a ser chamada de “onda conservadora”, ou seja, o reflexo das eleições dos direitistas Donald Trump, nos Estados Unidos, e Rodrigo Duterte, nas Filipinas, ambas em 2016. Os argumentos direitistas de Bolsonaro, por sua vez, foram se tornando mais virulentos a medida que chegava o dia da eleição que lhe deu a maioria dos votos (55,13%, ou seja, 57,8 milhões de votos contra 44,87% ou 47 milhões de votos para Fernando Haddad). “O que está em jogo não é a democracia não, o que está em jogo é a perpetuação dessa máquina podre que nós temos aí que vive de corrupção, para tirar de vocês o

⁵⁴ **FT vê batalha entre extremos da direita e da esquerda: o que diz a imprensa de fora sobre as eleições.** *UOL*, 3/10/2018.

⁵⁵ **Haddad acusa Bolsonaro de abraçar nazismo.** *UOL*, 12/10/2018.

⁵⁶ **AMENDOLA, Gilberto. Bolsonaroistas versus Haddadistas: bolhas não se conversam no 2º turno.** *UOL*, 14/10/2018.

atendimento médico, a educação, a segurança”, afirmou o candidato na véspera da eleição.⁵⁷

ESTADO DEMOCRÁTICO DE DIREITO X ESTADO POLICIAL

Uma característica no discurso eleitoral dos candidatos Jair Bolsonaro e Fernando Haddad diz respeito, como transparece na frase que antecede a eleição do primeiro candidato, é o confronto entre uma interpretação de Estado policial em detrimento do Estado democrático de direito, garantido constitucionalmente. Às vésperas do segundo turno foi pródiga em declarações que ameaçavam a democracia. Uma constante foi o questionamento da lisura do processo eleitoral, especialmente das urnas eletrônicas, mesmo com a presença de observadores da Organização dos Estados Americanos (OEA) nos dois turnos. Questionada sobre isso, a presidente do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), ministra Rosa Weber, respondeu: “Num Estado democrático de direito, o bom é isso: que as pessoas possam se expressar. Vivemos numa democracia, as pessoas têm o direito de emitir suas opiniões”.⁵⁸ O candidato do PSL defendia que já teria sido eleito no primeiro turno, mas “problemas” nas urnas adiaram o resultado para o segundo turno. Antes de ter alta no hospital Albert Einstein, em São Paulo, ao se recuperar do atentado, disse ao jornalista Jose Luís Datena, da Rede Record de televisão: “Sobre as instituições militares aceitarem o resultado, eu não posso falar pelos comandantes militares. Eu, pelo que eu vejo nas ruas, eu não aceito resultado das eleições diferente da minha eleição. Isso é um ponto de vista fechado”.⁵⁹

O fato de Bolsonaro ser capitão do Exército e ter como vice da sua chapa um general da reserva estimulou outros 105 militares (a maioria da reserva, mas 32 na

⁵⁷ MAIA, Gustavo. **Máquina podre de corrupção está em jogo, não a democracia, afirma Bolsonaro.** *UOL*, 27/10/2018.

⁵⁸ NOSSA, Leonêncio e REZENDE, Constança. **Presidenciável do PSL questiona resultado e lisura das urnas.** *O Estado de S. Paulo*, 8/10/2018.

⁵⁹ REZENDE, Constança. **Bolsonaro diz que não aceita derrota como resultado.** *O Estado de S. Paulo*, 29/09/2018.

ativa) a registrarem candidaturas em 22 partidos, fortalecendo o discurso militarista. O histórico de pronunciamentos do então deputado federal Jair Bolsonaro com teor de autoritarismo em defesa do Estado militar e de práticas proibidas pela Constituição, como a censura e a tortura, também criou uma onda de posicionamentos que aviltam o Estado democrático de Direito. Duas semanas antes do segundo turno um vídeo foi distribuído nas redes sociais em que o filho do candidato, Eduardo Bolsonaro, afirma em palestra gravada dois meses antes, que para fechar o STF bastava mandar “um soldado e um cabo”. “O que é o STF? Tira o poder da caneta de um ministro do STF. Se prender um ministro do STF, você acha que vai ter manifestação popular a favor do ministro do STF, milhões na rua?”⁶⁰ Houve retratação do deputado nos dias posteriores com o candidato a presidente – e pai – defendendo-o.

Um aspecto essencial na relação discursiva entre Estado policial e Estado democrático de Direito é a principal bandeira eleitoral do candidato do PSL, a flexibilização da posse de armas. Sob o Estatuto do Desarmamento (Lei no. 10.826 de 22 de dezembro de 2003), que proíbe o uso civil de armas (somente em casos em que haja necessidade justificada), o candidato defendeu a revogação da lei como principal promessa de campanha. O cientista político Bruno Paes Manso, ao analisar o programa de governo de Bolsonaro, argumentou em artigo publicado no caderno *Ilustríssima*, da *Folha de S. Paulo*:

No caso de Bolsonaro, contudo, a pregação vem junto com um discurso belicista da política, em que adversários são apontados como inimigos, além de estar sempre associada a sucessivas falas em defesa de ações extralegais da polícia e do extermínio de bandidos. Além de defender a ampliação do porte, ele insiste em armar os espíritos e pregar a guerra.⁶¹

⁶⁰ **Bastam um soldado e um cabo para fechar STF, disse filho de Bolsonaro em vídeo.** *Folha de S. Paulo*, 21/10/2018.

⁶¹ MANSO, Bruno Paes. **As milícias dos cidadãos de bem**, *Folha de S. Paulo*, *Ilustríssima*, 21/10/2018.

Seria, conforme o articulista, uma resposta à esquerda que teria “se unido no Foro de São Paulo⁶² para promover uma revolução comunista na América Latina, sem violência, pela conquista da hegemonia cultural – a chamada revolução gramsciana”.⁶³ A prova desse processo de “hegemonia” seria o domínio pela esquerda das universidades, da imprensa e das escolas, além de subverter os valores tradicionais da família. O autor, que é pesquisador do Núcleo de Estudos da Violência da USP, não isenta a oposição de alimentar o confronto: “O PT, é inegável, contribuiu para o acirramento desse quadro com um discurso belicista, inspirado na visão marxista de revolução e luta de classes. Acabou se tornando o inimigo perfeito da nova direita.”⁶⁴

Ainda no tópico analisado, outra afronta ao Estado democrático de direito na forma de discurso eleitoral de Bolsonaro foram os ataques à imprensa. O jornal *Folha de S. Paulo* fez levantamento dos pronunciamentos, entrevistas e postagens nas redes sociais do candidato do PSL e somou 129 ataques desde janeiro de 2018 até a véspera do segundo turno. Entre elas foram 39 acusações de falsidade e 38 de partidarismo, além de 49 mensagens em que desacredita o papel da imprensa. “Não terão mais verba publicitária do governo”, disse Bolsonaro em discurso transmitido por telefone celular a seguidores reunidos na avenida Paulista no dia 21/9/2018. ‘O dinheiro público que recebem para fazer ativismo político vai secar’, insistiu em mensagem no *Twitter*, três dias depois.”⁶⁵

⁶² Apontado pelos candidatos da direita como sendo um foco de disseminação do comunismo na América Latina, o Foro de São Paulo é uma organização fundada em 1990 da qual fazem parte cerca de cem partidos de esquerda do continente latino e do Caribe com o objetivo de combater o neoliberalismo.

⁶³ Idem. Referência ao teórico italiano Antonio Gramsci, que defende o conceito de hegemonia política como conquista não pela força, mas pela adesão voluntária a uma ideia política ou a um partido.

⁶⁴ Ibidem.

⁶⁵ **Ataques de presidente eleito à imprensa chegaram a 10 por semana em outubro.** *Folha de S. Paulo*, 4/11/2018.

MÍDIA DIGITAL X IMPRENSA TRADICIONAL

Os debates publicados na chamada mídia tradicional sobre o processo eleitoral se depararam com um duplo confronto: o verdadeiro efeito da campanha tradicional em relação às novas formas de campanha nas redes sociais; e a mídia tradicional como catalisadora da pauta eleitoral e formadora de opinião, enquanto as mídias digitais, sob outra lógica, alcançaram diretamente os eleitores.

Aliás, uma vez que teóricos detectam uma Segunda Guerra Fria, e certamente ela arrasta uma Segunda Guerra Fria cultural, certamente essa se dá não mais a partir de mediadores do discurso dominante, mas alcança diretamente o indivíduo com narrativas pouco estruturadas, mas altamente significativas. Tais narrativas possibilitaram a criação de “verdades” pessoais, ou seja, “pós-verdades”, termo usado para designar fenômeno em que, se valendo do grande volume de informações disponíveis na Internet, grupos aproveitam para disseminar informações verossímeis, porém mentirosas. Durante o processo eleitoral de 2018 esse fenômeno ficou mais conhecido por *fake news*, termo popularizado durante a campanha do candidato à presidência dos Estados Unidos em 2016, Donald Trump. Assim como Trump, candidatos de ambos os lados usaram desse recurso para angariar a simpatia do eleitorado no processo brasileiro. Aliás, o que diferiu de um e outro lado foi a forma como as *fake news* foram disseminadas. Com a democratização não só dos meios, mas também dos mediadores, disseminar notícias falsas nunca esteve tão facilmente ao alcance de tantas pessoas.

A campanha de 2018 começou com a preocupação tradicional com o tempo de exposição na televisão, tanto que Geraldo Alckmin, candidato do PSDB, por exemplo, ao costurar coligações partidárias, somou 5’32”, ou seja, 44% do tempo total (de 12’30”), mais 435 inserções. O candidato petista ficou com 18,4% do tempo total. Bolsonaro, do PSL, ficou com oito segundos.

Outra frente tradicional de campanha são os debates promovidos pelas emissoras de televisão e, já há algumas eleições, pelos portais de Internet, estes filiados à mídia tradicional. No entanto, os mesmos foram esvaziados pela ausência dos dois principais candidatos: Lula, preso, e Bolsonaro, afastado para recuperação médica e, no segundo turno, por escolha própria.

Por outro lado, a maior parte dos articulistas dos jornais impressos apontou que “o potencial das redes sociais na construção de lideranças é hipótese a ser testada”.⁶⁶ Após o dia 6 de setembro, data do atentado contra Bolsonaro, toda a lógica da política tradicional foi subvertida. Enquanto a maior parte dos candidatos entendia por “redes sociais” as *timelines* do *Facebook* e do *Twitter*, o candidato líder das pesquisas apostava no *WhatsApp*. “Os bolsonaristas incorporaram ao discurso do partido teorias da conspiração e até notícias falsas que circulam na Internet. A vinculação do agressor com o PT é um dos ingredientes desse caldeirão. Desde já a sigla de Bolsonaro quer empurrão, menos parte da responsabilidade do ataque aos petistas”, escreveu Daniela Lima, da coluna *Painel*, da *Folha de S. Paulo*, no dia 8 de setembro.⁶⁷ Apesar de prática proibida pela legislação eleitoral, o uso de robôs para impulsionar curtidas nas redes sociais foi pauta constante na imprensa tradicional – assim como as *fake news*, tanto que a maior parte dos órgãos de imprensa constituíram agências de checagem de notícias veiculadas na mídia digital. Ambas, conjugadas, por exemplo, foram denunciadas em reportagem publicada na *Folha de S. Paulo* em 18 de outubro de 2018, sobre o envio de mensagens em massa para números de celulares obtidos na Internet, prática bancada por empresários simpatizantes do candidato Bolsonaro.

Afora os usos ilegais das redes sociais, para se ter ideia da dimensão das mídias digitais no resultado do segundo turno é preciso entender a progressão dos números nas mesmas:

⁶⁶ **O velho, de novo** (editorial). *Folha de S. Paulo*, 21/08/2018.

⁶⁷ LIMA, Daniel. **Na ponta dos dedos**. *Folha de S. Paulo*, 8/09/2018.

Na semana da votação, Bolsonaro estava agregando novos seguidores no *Twitter* a uma taxa de quase 90.000 por dia. Seu principal rival, Fernando Haddad, do PT, tinha cerca de 650.000 seguidores, e esse número crescia ao ritmo de apenas 3.000 por dia. Em 3 de outubro, Bolsonaro fez sete postagens no *Facebook* e conseguiu 282.000 compartilhamentos. Haddad gerenciou vinte *posts*, mas conseguiu somente 21.000 compartilhamentos. Populistas de direita e de esquerda entendem a força das mídias sociais. Os moderados, não.⁶⁸

A crítica do historiador e professor da Universidade de Harvard, Niall Ferguson, que assina o artigo, é sobre o poder efetivo da Internet na promoção da democracia. Em vez de ser o canal de discussão crítica do processo político, elas teriam poder maior na polarização das escolhas.

Nas redes, não nos limitamos a apenas ler passivamente. Nós nos envolvemos. Curtimos. Retuíamos. Respondemos. Comentamos. E uma boa parte daquilo com que nos envolvemos on-line é notícia. Embora as plataformas de rede basicamente disseminem notícias de veículos profissionais, ao fazê-lo, algo estranho acontece. Quer em *blogs* ou no *Twitter*, as mídias sociais tendem a promover a polarização. Blogueiros liberais compartilham links com blogueiros liberais, raramente com blogueiros conservadores. Usuários liberais do *Twitter* retuíam uns aos outros, raramente seus pares conservadores. E tuítes sobre questões políticas – controle de armas, casamento entre pessoas do mesmo sexo, mudanças climáticas – têm 20% mais probabilidade de ser retuíados se tiverem palavras morais ou emocionais.⁶⁹

⁶⁸ FERGUSSON, Niall. **Redes x democracia**. *Veja*, 14/10/2018.

⁶⁹ *Idem*.

Em análise sobre o processo eleitoral pós-segundo turno, o jornal *O Globo* aponta os seguintes aspectos capitais:

1. Mais Zuckerberg, menos Gutemberg – Os santinhos digitais superam a propaganda tradicional.
2. A capilaridade agora é digital – Alianças locais deixam de ser o meio mais eficaz para atingir o eleitor de áreas distantes.
3. A comunicação direta com o eleitor – Uso das próprias redes é tendência que deve durar entre os políticos. (...)
4. O tempo de TV e a falta de discurso – Horário eleitoral não é garantia, mas permanece relevante (...)
5. Hipervalorização dos temas morais.⁷⁰

Antes de seguir a análise dos temas da Guerra Fria, é preciso entender esse último aspecto detectado pelo articulista.

TEMAS MORAIS: MISOGINIA X FEMINISMO; VOTO EVANGÉLICO X VOTO LAICO

Segundo dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), 52% do eleitorado brasileiro são mulheres. Embora o pleito de 2018 contasse com a candidata Marina Silva⁷¹, do partido Rede, sua votação foi de pouco mais de 1 milhão de votos, ou seja, apenas 1% do total de votos válidos. A candidata a vice-presidente da chapa de Fernando Haddad (em substituição a Luiz Inácio Lula da Silva), Manuela D'Ávila, do Partido Comunista do Brasil (PCdoB), teve mais protagonismo, especialmente pelas

⁷⁰ CABALLERO, Manuel. **O novo glossário político de 2018.** *O Globo*, 28/10/2018. O ponto 4 justificaria a ascensão de Haddad em tão pouco tempo de campanha.

⁷¹ Outra candidata, Vera Lúcia Salgado, do Partido Socialista dos Trabalhados Unificados (PSTU), sem experiência em candidaturas presidenciais, obteve 55,7 mil votos. Marina Silva foi candidata em 2010, obtendo 19 milhões de votos e em 2014, com 22 milhões de votos.

críticas e pelos memes negativos gerados durante a campanha. No entanto, o grande evento da eleitora durante o período foi a mobilização digital “Mulheres Unidas contra Bolsonaro”, a princípio suprapartidário, de repúdio às posições claramente misóginas do candidato do PSL. Aliás, Bolsonaro, pai de quatro filhos do sexo masculino e uma filha (que ele qualificou em palestra realizada em 5/4/2017 como fruto de uma “fraquejada”), se notabilizou ao ser duplamente processado pela então deputada federal Maria do Rosário (PT-RS) por ter dito a ela que “não a estuprava porque ela não merecia”. Certamente o voto feminino seria um entrave durante sua campanha eleitoral.

Em 29/9/2018 eclodiram em diversas cidades brasileiras mais de 100 manifestações contra a candidatura do ex-capitão, movimento que ficou conhecido nas redes sociais pela *hashtag* #EleNão. Até às vésperas das manifestações, o grupo “Mulheres Unidas contra Bolsonaro”, do *Facebook*, reunia 3,5 milhões de seguidores.

Ao analisar o comportamento do eleitorado feminino, o jornal *O Estado de S. Paulo*, em 30/9/2018, comparando com o cenário das eleições desde 1994, detectou: “O que ocorre em relação a Jair Bolsonaro (PSL) atualmente é de fato um ponto fora da curva. Segundo a última pesquisa Ibope, o deputado e militar da reserva tinha 36% das intenções de voto entre os homens e 18% entre as mulheres. Ou seja, o dobro de apoio no eleitorado masculino. Em cada três de seus eleitores, apenas uma é mulher (66% contra 33%).”⁷² Embora não haja forma de avaliar a proporção de votantes do sexo feminino em cada candidato, uma vez que o voto é secreto, é possível verificar o impacto do movimento feminista na composição das bancadas legislativas. Um levantamento feito pelo jornal *Folha de S. Paulo* revela “que o número de feministas eleitas para o Congresso chegou a pelo menos 36,9 a mais do que no último pleito, em 2014. Já o número total de mulheres subiu de 56 para 84”.⁷³ Em contrapartida, as

⁷² CAFARDO, Renata, LAGO, Cecilia do e BRAMATTI, Daniel. **Divisão de gênero nunca foi tão acentuada.** *O Estado de S. Paulo*, 30/9/2018.

⁷³ ALBUQUERQUE, Ana Luiza, BARONE, Julia e LINHARES, Carolina. **Bancada feminista cresce e promete oposição a conservadores.** *Folha de S. Paulo*, 14/10/2018.

bancadas conservadoras também cresceram: a chamada “bancada da bala”, ou seja, de políticos que defendem a flexibilização da legislação sobre a posse e o porte de armas e que vota contra pautas feministas, é de 270 deputados, e a bancada evangélica, também conservadora, é de 150 deputados.

Aliás, a resposta ao movimento de mulheres contra o candidato do PSL veio das igrejas evangélicas neopentecostais, cuja intenção de voto em Bolsonaro saltou de 30% para 40% somente no mês de setembro. No dia seguinte às manifestações do #EleNão, o líder da Igreja Universal do Reino de Deus e dono da rede Record de televisão, Edir Macedo, declarou apoio ao candidato. A mobilização dos líderes religiosos também se deu por meio dos grupos de *WhatsApp* e à mercê das *fake news*. “(...) vários grupos de *WhatsApp* com religiosos receberam imagens em que mulheres que foram às ruas no sábado apareciam de peito de fora, homens se beijavam. Algumas feitas em outros protestos, antes das eleições”.⁷⁴

O movimento político evangélico cresceu proporcionalmente ao aumento das igrejas neopentecostais no país. Segundo dados do Censo 2010, consolidados pelo IBGE, 22,2% da população brasileira se declara vinculada a alguma igreja evangélica.⁷⁵ As pautas desse segmento religioso são conservadoras e envolvem a proibição do aborto e a condenação da chamada “ideologia de gênero”, conceito reativo à autonomia social de gays, lésbicas e transexuais, incluindo o casamento entre homossexuais.

Desde o início da sua campanha, Bolsonaro, batizado no Rio Jordão, em Israel pelo pastor Everaldo, da Assembleia de Deus, em 11/5/2016, usou o discurso religioso

⁷⁴ **Para artista visual, é sinal de machismo afirmar que ato de mulheres favoreceu candidatura de capitão reformado.** *Folha de S. Paulo*, 6/10/2018.

⁷⁵ O movimento pentecostal surgiu no início do século XX e se baseia na cura pela oração como dom espiritual legado pelo Espírito Santo. No Brasil a de maior destaque é a Assembleia de Deus, surgida nos Estados Unidos em 1914 e que aqui chegou quatro anos depois. A partir dessa vertente protestante surge na década de 1950 o neopentecostalismo, sempre vinculada a um pregador de projeção midiática e voltada à prosperidade na vida terrena. A maior representante dessa corrente evangélica no Brasil é a Igreja Universal do Reino de Deus, fundada em 1977, no Rio de Janeiro. Outras igrejas neopentecostais de expressão no Brasil são: Renascer em Cristo, Sara Nossa Terra, Bola de Neve e Comunidade da Graça.

para atrair seus eleitores. Seu principal lema se baseou no versículo bíblico João 8:32: “E conhecereis a verdade, e a verdade vos libertará”, mencionado no primeiro programa em vídeo distribuído nas redes sociais em 15/10/2018 e repetido no seu discurso da vitória, em 29/10/2018:

Afinal de contas, a nossa bandeira, o nosso *slogan*, eu fui buscar aquilo que muitos chamam de “caixa de ferramenta para consertar o homem e a mulher”, que é a bíblia sagrada. Fomos em João 8 32: “conhecereis a verdade e a verdade vos libertará”. Nós temos que nos acostumar a conviver com a verdade. Não existe outro caminho se quisermos a paz e a prosperidade.⁷⁶

As pesquisas eleitorais apontavam que 71% dos evangélicos do país declaravam voto no candidato do PSL no segundo turno. “Ele vence com folga em todos os subgrupos – evangélicos tradicionais, pentecostais, neopentecostais e outros setores. Outros 29% dos evangélicos escolhem Haddad”⁷⁷, apontava reportagem citando dados da pesquisa de intenção de voto do *Datafolha* na reta final da campanha. O apoio evangélico foi uma resposta ao crescimento de pautas dos movimentos LGBT (lésbicas, gays, bissexuais e transexuais) e feminista, discussões sobre as identidades de gênero e sobre formatos familiares baseados em relações homoafetivas. “Já os evangélicos contrários ao deputado argumentam que sua plataforma política e seus discursos estão em desacordo com valores cristãos importantes, como amor ao próximo, a pregação da paz e a igualdade entre os seres humanos.”⁷⁸

Outro confronto relativo ao voto dos evangélicos escapa à questão religiosa: Edir Macedo, da Igreja Universal do Reino de Deus, é também dono da Rede Record, principal concorrente da hegemônica Rede Globo. Ao optar por não participar dos

⁷⁶ **Leia a íntegra do discurso da vitória de Jair Bolsonaro.** *Poder 360*, 28/10/2018.

⁷⁷ MACHADO, Leandro e FRANCO, Luíza. **Os valores e boatos que conduzem (ou não) os evangélicos a Bolsonaro.** *UOL*, 23/10/2018.

⁷⁸ *Idem.*

debates no segundo turno, Bolsonaro teve espaço privilegiado nas emissoras do pastor evangélico. Para não ferir a legislação eleitoral, o argumento principal usado pelos entrevistadores foi o de acompanhar a recuperação do candidato após o atentado de Juiz de Fora (MG). Entre outros argumentos, a predileção de Bolsonaro pela Record – e de seu eleitorado evangélico – se dá pela permissividade das telenovelas da Rede Globo, sempre pautando questões sociais e de comportamento.

GUERRA FRIA X GLOBALIZAÇÃO

O mercado, público prioritário da mídia tradicional brasileira, esteve praticamente à margem da cobertura do processo eleitoral de 2018. O candidato preferencial desse segmento era Geraldo Alckmin, do PSDB, que somou 5 milhões de votos, fechando o primeiro turno em quarto lugar, atrás de Ciro Gomes, do PDT (com 13 milhões de votos). Assim, na disputa do segundo turno, a opção do empresariado recaiu sobre Jair Bolsonaro para evitar a eleição do candidato petista. Iniciativas organizadas pelos empresários discutiram as opções desde antes do processo eleitoral, entre elas o “Você muda o Brasil”, do qual participam os empresários de diversos setores, entre eles Luiza Helena Trajano (Magazine Luiza, varejo), Jefferson De Paula (ArcelorMittal, indústria metalúrgica), Pedro Passos (Natura, indústria de cosméticos), Pedro Wongtschowski (Ultra, distribuidora de combustíveis), Rubens Menin (MRV, construtora), Salim Mattar (Localiza, locadora de veículos) e Walter Schalka (Suzano, indústria de celulose). Um fator de segurança na proposta de Bolsonaro se depositou na indicação do economista Paulo Guedes para o Ministério da Economia, doutor pela Universidade de Chicago, berço do neoliberalismo. No entanto, o discurso de Guedes pareceu dúbio para os empresários. Primeiro porque Bolsonaro, em sua trajetória parlamentar de 27 anos no Congresso Nacional, demonstra postura estatista e nacionalista, e não privatista e de livre mercado, o que

gerou dúvida na sua relação com Guedes. Vários analistas apontaram que Bolsonaro havia se convertido ao liberalismo somente no decorrer da campanha.

Guedes é ferrenho defensor da venda de todas as estatais, mas o presidenciável tem reduzido cada vez mais a lista de ativos que está disposto a vender. Antes, falava em preservar a Petrobras e as estatais de energia elétrica. Mais recentemente, passou a dizer que a venda do Banco do Brasil e da Caixa está fora de cogitação. A dupla também não tem uma saída comum para a reforma da Previdência. (...) ⁷⁹

Pautas essenciais para definirem a política econômica do novo governo, como o combate ao desemprego, a retomada dos investimentos e o equilíbrio da balança comercial foram pouco mencionadas na disputa polarizada das campanhas. Mas o ponto mais agudo no apoio dos empresários a Bolsonaro esteve na falta de projeto direcionado à indústria, enquanto o candidato era amplamente apoiado pela agroindústria. No início de outubro a bancada do agronegócio, com 262 deputados, declarou apoio ao candidato do PSL, que liderou as votações nas regiões com maior potencial agrário do país: Centro-Oeste, Sul e Norte, além do interior paulista. Eleito, não manteve canais de diálogo com a indústria, de modo que o presidente do Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial (IEDI), Pedro Wongtschowski, afirmou ao jornal *Folha de S. Paulo*: “A indústria sabe da sua relevância e sabe o quanto é importante para o governo manter a comunicação com o setor. Se a nova administração realmente pensa no desenvolvimento, no emprego, na educação, vai abrir um canal com a indústria”. ⁸⁰

⁷⁹ GHIROTTI, Edoardo e GONÇALVES, Eduardo. **Quem vai trair quem.** *Veja*, 30/9/2018.

⁸⁰ LANDIM, Raquel. **Recuso-me a aceitar que o governo Bolsonaro não vai falar com a indústria.** *Folha de S. Paulo*, 25/11/2018.

Além disso, o candidato da direita antecipou posturas durante a campanha que preocuparam o empresariado, entre elas sua intenção de mudar a embaixada brasileira em Israel de Tel Aviv para Jerusalém, a exemplo do que fez Trump em reconhecimento da cidade santa como capital israelense, o que desagradou a população árabe. Levando adiante a proposta, o governo brasileiro corre o risco de perder exportações de US\$ 13 bilhões anuais de carne bovina e de aves para os países árabes, por exemplo. “Já as declaradas restrições à presença chinesa na infraestrutura lançam dúvidas sobre uma carteira bilionária de investimentos que poderão ser aportados no País”, analisa matéria publicada no jornal *O Estado de S. Paulo*.⁸¹ É evidente que as posturas dos Estados Unidos se sustentam a medida que são uma superpotência econômica, política e militar. Alinhar-se a essa política de unilateralismo não está ao alcance de países em desenvolvimento, que recorreram até então ao multilateralismo característico da globalização para viabilizar suas exportações.

Na ânsia de acompanhar a política externa de Trump, o governo Bolsonaro escolheu para o Ministério das Relações Exteriores o diplomata Ernesto Araújo que, em seu *blog* pessoal diz ter como propósito ajudar o país a se libertar da ideologia do globalismo. Esse conceito, que se populariza a partir da eleição de Trump, se refere, entre outros aspectos, a quatro características: “(...) é crítico à imigração, a pautas ligadas a minorias, a organizações multilaterais, como a ONU e a União Europeia, e ao que chamam dos efeitos nefastos da globalização, como o desemprego industrial”.⁸² Entre as lideranças mundiais que creem no globalismo estão, além de Trump, o primeiro-ministro da Hungria Viktor Orbán, e o ministro do Interior italiano, Matteo Salvini. No Brasil, dada a sua característica histórica, onde não há, por exemplo, a mesma dimensão de imigrantes como nos Estados Unidos, onde 15% do total da população vieram de fora do país, o antiglobalismo se atém à chamada “guerra

⁸¹ OTA. Lu Aiko, NUNES, Fernanda e BATISTA, Renata. **Exportador teme ações de novo governo.** *O Estado de S. Paulo*, 17/10/2018.

⁸² **Insatisfação difusa leva antiglobalismo ao poder.** *O Globo*, 25/11/2018.

cultural”, com acento em temas morais, sociais e religiosos, como o aborto e o porte de arma, analisados anteriormente neste artigo.

A cobertura de imprensa no decorrer da campanha eleitoral não assinalou essa relação entre as propostas de Jair Bolsonaro e o antiglobalismo, a não ser nas análises pós-eleitorais. Nem mesmo a comparação direta entre as estratégias e discurso de Bolsonaro com as empregadas por Trump na sua eleição, em 2016, foram tocados antes da contagem final dos votos.

Uma figura-chave nessa relação é Steve Bannon, estrategista da campanha de Trump e seu assessor nos primeiros meses de governo. Muitas das estratégias criadas e aplicadas por Bannon e que garantiram a eleição do candidato republicano foram replicadas por Bolsonaro. Mas o assessor se notabilizou após escândalo envolvendo a consultoria *Cambridge Analytica*, criada em 2014 pelo cientista da computação americano Robert Mercer, que promoveu o roubo de dados de 280 mil usuários do *Facebook* para montar um banco de dados com o perfil psicológico de 50 milhões de eleitores. A mesma estratégia foi usada no referendo sobre a saída do Reino Unido da União Europeia, o chamado Brexit, em 2016. A *Cambridge Analytica* chegou ao Brasil em 2017 e manteve sociedade com o publicitário André Torretta, mas o Ministério Público Federal (MPF) empreendeu investigações, alertado pela decretação da falência da consultoria norte-americana em janeiro de 2018. Segundo reportagem da revista *Veja*, o MPF descobriu que a consultoria tinha planos de invadir bancos de dados brasileiros para montar o seu próprio para interferir nas eleições de 2018.

Uma investigação sigilosa colheu evidências de que a *Cambridge Analytica* tinha um plano para interferir ilegalmente nas eleições presidenciais de outubro. Só que, em vez de usar dados de usuários do *Facebook*, como fez nos Estados Unidos, o alvo do ataque no Brasil eram três dos maiores bancos de dados do país – o INSS, o Bolsa Família e o Poupatempo, de São Paulo. Juntos, eles reúnem cerca de 77 milhões de cadastros de brasileiros de todos os níveis sociais, de todas as idades e de

praticamente todos os cantos do país. Na prática, essas informações, quando acessadas, funcionam como uma vantagem competitiva, ao permitir que um candidato consiga identificar demandas de grupos específicos de eleitores e, em seguida, bombardeá-los com mensagens que prometem exatamente aquilo que eles mais desejam. É o mapa da mina.⁸³

Quatro candidatos foram abordados por Torretta, que oferecia o método *Cambridge* e seus benefícios eleitorais: Luiz Inácio Lula da Silva, Geraldo Alckmin, Henrique Meirelles e Jair Bolsonaro. “(...) não há indícios de que os políticos procurados soubessem que o serviço oferecido previa a compra ilegal de informações constantes de bancos de dados oficiais”,⁸⁴ diz a reportagem.

Como numa sequência de fatos da primeira Guerra Fria, outra notícia envolve a manipulação da opinião pública por meio das redes sociais digitais. A empresa americana de cibersegurança *FireEye* descobriu, no final de setembro, que robôs russos insuflaram artificialmente debates sobre a disputa presidencial, especialmente criticando o modelo democrático e questionando a legitimidade das eleições. “A técnica é semelhante a outras tentativas russas de interferir em pleitos no mundo, incluindo nas eleições legislativas americanas que acontecem em novembro”⁸⁵, escreve o repórter Bruno Benevides, da *Folha de S. Paulo* que, salienta a reportagem, viajou aos Estados Unidos a convite da *FireEye*. A tentativa teria acontecido por meio do grupo *hacker* Anonymous.

⁸³ **A Cambridge e os dados de 77 milhões de brasileiros.** *Veja*, 2/9/2018.

⁸⁴ *Idem*.

⁸⁵ BENEVIDES, Bruno. **Russos tentaram intervir em eleição brasileira.** *Folha de S. Paulo*, 5/10/2018.

MODELO TRUMP

A semelhança em alguns aspectos que aproxima Bolsonaro de Trump não vai além de discursos e algumas propostas, além do apoio a políticas de desglobalização. Em termos políticos há dessemelhanças profundas. Por exemplo, no âmbito partidário, o presidente dos Estados Unidos tem respaldo do Partido Republicano, que o elegeu, enquanto Bolsonaro teve sua candidatura pelo nanico PSL, que ampliou sensivelmente sua bancada legislativa, mas depende de acordos com outros partidos para aprovar suas propostas no Congresso Nacional. Da mesma forma, o eleitor de Trump é jovem, rico e escolarizado, enquanto o de Bolsonaro é movido pela frustração política. Para atender a esse eleitor, o candidato do PSL carregou seu discurso com posições ideológicas e religiosas.

“A grande semelhança entre as bem-sucedidas campanhas eleitorais do americano Donald Trump, em 2016, e de Jair Bolsonaro, em 2018, é que os dois políticos conseguiram ‘matar’ o mensageiro. Trump e Bolsonaro contornam a mídia tradicional e se comunicam diretamente com o eleitor de forma eficaz e conveniente.”⁸⁶ Se a principal ferramenta digital do presidente americano durante o período eleitoral foi o *Twitter*, onde postou vídeos demolidores ou mensagens agressivas com letras em maiúsculo, Bolsonaro usou o *WhatsApp* como canal para comentários e memes críticos aos adversários voltado a mais de 1.500 grupos de discussão, que o redistribuíram nas outras redes sociais, entre elas o *Facebook* e o próprio *Twitter*. Ao final da campanha, ele detinha 7,6 milhões de seguidores no *Facebook* e 4,2 milhões no *Instagram*, enquanto seu opositor, Fernando Haddad, contava 808 mil no *Facebook* e 528 mil no *Instagram*. A principal liderança de esquerda, Lula, somava 3,9 milhões de seguidores no *Facebook*.

Em comum, Trump e Bolsonaro gostam de demonizar a imprensa tradicional e usam como principal argumento de acusação a expressão que sintetiza as notícias

⁸⁶ MELLO, Patrícia Campos e NEWTON, Gregg. **Trump e Bolsonaro ‘matam’ os mensageiros da mídia tradicional.** *Folha de S. Paulo*, 9/10/2018.

desfavoráveis aos dois políticos: *fake news*. Para ambos, disseminadores de *fake news* são os veículos de comunicação de largo espectro político, da revista *The Economist*, neoliberal, até o *The Guardian*, mais à esquerda; da *Rede Globo*, crítica feroz do petismo, à *Folha de S. Paulo*, mais liberal.

Por preferirem as redes sociais para atingir seu público, adotaram uma sintaxe própria da Internet, a das declarações “lacradoras”, como define o jargão dos seus usuários, ou seja, agressivas na intenção e demolidora de qualquer contra-argumentação.

À parte semelhanças e dessemelhanças, recém-eleito, Bolsonaro buscou aproximação com os Estados Unidos, não só na forma discursiva, mas política. Enviou o filho deputado Eduardo Bolsonaro ao encontro de Steve Bannon que, mesmo fora do governo Trump, foi responsável por sua vitória eleitoral usando a disseminação de notícias falsas e alarmantes, o mesmo que ocorreu no Brasil. Aliás, o fenômeno foi de tamanha intensidade que a presidente da missão de observadores da Organização dos Estados Americanos (OEA) que acompanharam os dois turnos das eleições brasileiras, Laura Chinchilla, qualificou o fenômeno como “sem precedentes”.⁸⁷

Após ser declarado oficialmente eleito, Bolsonaro recebeu ligação de Trump, que depois relatou no *Twitter* ter travado “uma conversa muito boa” com o brasileiro, pautada pela proximidade entre os dois países no comércio e nas questões militares. Da mesma forma, o primeiro-ministro israelense Binyamin Netanyahu, ressaltou nas redes sociais a “grande amizade” entre Israel e o Brasil. “O ministro do Interior da Itália e vice-premiê, Matteo Salvini (Liga), escreveu: ‘Também no Brasil, os cidadãos mandaram para casa a esquerda. Bom trabalho ao presidente Bolsonaro, a amizade entre nossos povos e nossos governos será ainda mais forte’”.⁸⁸

⁸⁷ **Difusão de notícias falsas no Brasil não tem precedentes, diz OEA.** *Poder 360*, 25/10/2018.

⁸⁸ NEVES, Lucas e ZAREMBA, Júlia. Trump relata ‘conversa muito boa’ com Bolsonaro. *Folha de S. Paulo*, 30/10/2018.

Esses governos alinhados à direita reforçam o projeto de antiglobalização e dão sequência a um recuo histórico inédito no século XXI. Com novos recursos tecnológicos, reforçam a Segunda Guerra Fria. Em 2008, o cientista político Luiz Alberto Bandeira de Melo escreveu:

(...) o acelerado desgaste da influência e do prestígio dos Estados Unidos na América do Sul e, em geral, na América Latina debilita inclusive sua estratégia global, que obedece às diretrizes traçadas desde o governo de George H. W. Bush (1989-1993), no sentido de desencorajar qualquer desafio à sua preponderância ou tentativa de reverter a ordem econômica e política internacionalmente estabelecida. (...) Uma Segunda Guerra Fria, em torno de energia e de recursos naturais, foi deflagrada e envolve a América do Sul, onde a penetração dos Estados Unidos sempre constituiu um fator de instabilidade e inquietação.⁸⁹

Uma década depois, deposto o governo de esquerda, a reação em direção a um outro projeto político, econômico, social e cultural parece encontrar novo fôlego no Brasil. Mais uma vez, a comunicação e a influência cultural foram seminais nesse projeto, a chamada Guerra Fria cultural, que também encontra sua segunda versão, ancorada nas mídias digitais.

⁸⁹ MELO, Luiz Alberto Bandeira de. Op. cit., pp. 73-74 e 76.

REFERÊNCIAS

BANDEIRA, LUÍS ALBERTO MONIZ. GEOPOLÍTICA E POLÍTICA EXTERIOR – ESTADOS UNIDOS, BRASIL E AMÉRICA LATINA. BRASÍLIA: FUNDAÇÃO ALEXANDRE DE GUSMÃO, 2010.

HOBBSBAM, ERIC. A ERA DOS EXTREMOS – O BREVE SÉCULO XX (1914-1991). SÃO PAULO: COMPANHIA DAS LETRAS, 1994.

IANNI, OCTAVIO. A ERA DO GLOBALISMO. RIO DE JANEIRO: CIVILIZAÇÃO BRASILEIRA, 1999, p.13.

ROOSEVELT, THEODORE. NAS SELVAS DO BRASIL. BELO HORIZONTE: EDITORA ITATIAIA, 1976.

SAUNDERS, FRANCES STONOR. QUEM PAGOU A CONTA? – A CIA NA GUERRA FRIA DA CULTURA. RIO DE JANEIRO: RECORD, 2008.

SOUSA JUNIOR, WALTER DE. GUERRA FRIA CULTURAL NO BRASIL: A TRADIÇÃO DA CENSURA ESTATAL E OS NOVOS MÉTODOS DE “INTELIGÊNCIA”. RELATÓRIO DE PÓS-DOUTORAMENTO APRESENTADO À ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES DA USP. 2017.

TOTA, ANTONIO PEDRO. O AMIGO AMERICANO – NELSON ROCKEFELLER E O BRASIL. SÃO PAULO: COMPANHIA DAS LETRAS, 2014.

ARTIGOS E REPORTAGENS

A CAMBRIDGE E OS DADOS DE 77 MILHÕES DE BRASILEIROS. VEJA, 2/9/2018.

ALBUQUERQUE, ANA LUIZA, BARONE, JULIA E LINHARES, CAROLINA. BANCADA FEMINISTA CRESCE E PROMETE OPOSIÇÃO A CONSERVADORES. FOLHA DE S. PAULO, 14/10/2018.

AMENDOLA, GILBERTO. BOLSONARISTAS VERSUS HADDADISTAS: BOLHAS NÃO SE CONVERSAM NO 2º TURNO. UOL, 14/10/2018.

ATAQUES DE PRESIDENTE ELEITO À IMPRENSA CHEGARAM A 10 POR SEMANA EM OUTUBRO. FOLHA DE S. PAULO, 4/11/2018.

BASTAM UM SOLDADO E UM CABO PARA FECHAR STF, DISSE FILHO DE BOLSONARO EM VÍDEO. FOLHA DE S. PAULO, 21/10/2018.

BENEVIDES, BRUNO. RUSSOS TENTARAM INTERVIR EM ELEIÇÃO BRASILEIRA. FOLHA DE S. PAULO, 5/10/2018.

BRAMATTI, DANIEL. BOLSONARO TIRA DO PSDB DOMÍNIO DO VOTO ANTI-PT. O ESTADO DE S. PAULO, 16/9/2018.

CABALLERO, MANUEL. O NOVO GLOSSÁRIO POLÍTICO DE 2018. O GLOBO, 28/10/2018.

CAFARDO, RENATA, LAGO, CECILIA DO E BRAMATTI, DANIEL. DIVISÃO DE GÊNERO NUNCA FOI TÃO ACENTUADA. O ESTADO DE S. PAULO, 30/9/2018.

DIFUSÃO DE NOTÍCIAS FALSAS NO BRASIL NÃO TEM PRECEDENTES, DIZ OEA. PODER 360, 25/10/2018.

FERGUSON, NIALL. REDES X DEMOCRACIA. VEJA, 14/10/2018.

FT VÊ BATALHA ENTRE EXTREMOS DA DIREITA E DA ESQUERDA: O QUE DIZ A IMPRENSA DE FORA SOBRE AS ELEIÇÕES. UOL, 3/10/2018.

GHIROTTI, EDOARDO E GONÇALVES, EDUARDO. QUEM VAI TRAIR QUEM. VEJA, 30/9/2018.

GHIROTTI, EDUARDO E PEREIRA, DANIEL. O SUSTO É GERAL. VEJA, 26/8/2018.

HADDAD ACUSA BOLSONARO DE ABRAÇAR NAZISMO. UOL, 12/10/2018.

INSATISFAÇÃO DIFUSA LEVA ANTIGLOBALISMO AO PODER. O GLOBO, 25/11/2018.

KRAMER, DORA. LOROTA NÃO TEM IDEOLOGIA. VEJA, 19/8/2018.

LANDIM, RAQUEL. RECUSO-ME A ACEITAR QUE O GOVERNO BOLSONARO NÃO VAI FALAR COM A INDÚSTRIA. FOLHA DE S. PAULO, 25/11/2018.

LEIA A INTEGRA DO DISCURSO DA VITÓRIA DE JAIR BOLSONARO. PODER 360, 28/10/2018.

LIMA, DANIEL. NA PONTA DOS DEDOS. FOLHA DE S. PAULO, 8/9/2018.

MACHADO, LEANDRO E FRANCO, LUÍZA. OS VALORES E BOATOS QUE CONDUZEM (OU NÃO) OS EVANGÉLICOS A BOLSONARO. UOL, 23/10/2018.

MAIA, GUSTAVO. MÁQUINA PODRE DE CORRUPÇÃO ESTÁ EM JOGO, NÃO A DEMOCRACIA, AFIRMA BOLSONARO. UOL, 27/10/2018.

MANSO, BRUNO PAES. AS MILÍCIAS DOS CIDADÃOS DE BEM, FOLHA DE S. PAULO, ILUSTRÍSSIMA, 21/10/2018.

MELLO, PATRÍCIA CAMPOS E NEWTON, GREGG. TRUMP E BOLSONARO 'MATAM' OS MENSAGEIROS DA MÍDIA TRADICIONAL. FOLHA DE S. PAULO, 9/10/2018.

NEVES, LUCAS E ZAREMBA, JÚLIA. TRUMP RELATA 'CONVERSA MUITO BOA' COM BOLSONARO. FOLHA DE S. PAULO, 30/10/2018.

NOSSA, LEONÊNCIO E REZENDE, CONSTANÇA. PRESIDENCIÁVEL DO PSL QUESTIONA RESULTADO E LISURA DAS URNAS. O ESTADO DE S. PAULO, 8/10/2018.

O VELHO, DE NOVO (EDITORIAL). FOLHA DE S. PAULO, 21/08/2018.

OTA. LU AIKO, NUNES, FERNANDA E BATISTA, RENATA. EXPORTADOR TEME AÇÕES DE NOVO GOVERNO. O ESTADO DE S. PAULO, 17/10/2018.

PARA ARTISTA VISUAL, É SINAL DE MACHISMO AFIRMAR QUE ATO DE MULHERES FAVORECEU CANDIDATURA DE CAPITÃO REFORMADO. FOLHA DE S. PAULO, 6/10/2018.

REZENDE, CONSTANÇA. BOLSONARO DIZ QUE NÃO ACEITA DERROTA COMO RESULTADO. O ESTADO DE S. PAULO, 29/09/2018.

WETTERMAN, DANIEL. PT DIZ QUE LULA DISPUTARÁ ELEIÇÕES MESMO COM REGISTRO INDEFERIDO PELO TSE. UOL, 15/08/2018.

***FAKE NEWS* E A DISPUTA ENTRE GRANDE IMPRENSA E REDES SOCIAIS NA CAMPANHA ELEITORAL DE 2018 NO BRASIL**

PROF. ME. JOSÉ ISMAR PETROLA⁹⁰

Nas últimas duas décadas, a difusão da Internet tem criado novas possibilidades para o jornalismo, numa convergência cada vez maior entre as mídias. Diluem-se as fronteiras entre o jornalismo impresso e o audiovisual. Também se modificaram as relações entre a grande imprensa, as empresas tradicionais de mídia, com seu jornalismo profissional e padronizado, e a chamada imprensa alternativa, ou seja, os veículos de pequeno porte frequentemente com interpretações da realidade divergentes daquelas oferecidas pela grande imprensa. Se, antes, o jornalismo

⁹⁰ Doutorando pela Escola de Comunicações e Artes da USP.

alternativo circulava em tabloides e revistas de pequena tiragem e circulação mais restrita, ou mesmo nas ondas de rádios clandestinas, hoje a Internet oferece novas possibilidades para jornalistas e ativistas não ligados a grandes empresas.⁹¹

Na virada do milênio, um dos veículos que contribuiriam para a difusão de um novo jornalismo alternativo foram os *blogs*, *sites* inicialmente criados e popularizados como “diários virtuais”, de fácil uso e atualização, onde qualquer pessoa podia comentar os textos publicados. Numerosos profissionais, desde jornalistas renomados da grande imprensa até iniciantes na carreira, bem como ativistas e especialistas em diversas áreas, perceberam nessa nova mídia a possibilidade de divulgar notícias sem alguns dos limites impostos pelas empresas jornalísticas tradicionais, como os de espaço, padronização de textos, linha editorial e escolhas de pauta. Cláudia Nonato Lima designa esses jornalistas como *migrantes da comunicação*, profissionais que migraram de um meio tradicional (jornal, revista, rádio ou TV) para a blogosfera.⁹² A pesquisadora divide os *blogs* de jornalistas em *dependentes*, isto é, vinculados a empresas tradicionais de comunicação (como o portal *UOL*, do *Grupo Folha*, ou a *Rede Globo*), e *independentes*, aqueles que não têm vínculo com as empresas da grande mídia. A autora cita, como exemplos de jornalistas dependentes (tomando por referência o ano de 2015): Josias de Souza, Juca Kfourri, Leonardo Sakamoto (com *blogs* vinculados ao portal *UOL*), Reinaldo Azevedo (na época, ligado à revista *Veja*), Ricardo Noblat (*O Globo*) e, entre os jornalistas independentes: Conceição Oliveira, Renato Rovai, Rodrigo Vianna, Luís Nassif (vinculados a portais não pertencentes a grandes empresas), Altamiro Borges, Altino Machado e Miguel do Rosário (cujos *blogs* não têm ligação com portais).

⁹¹ JORGE FILHO, José Ismar Petrola. Jornalismo alternativo ontem e hoje: histórico e esboço de uma definição. Trabalho apresentado ao 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo: SBPJor, 2018.

⁹² LIMA, Cláudia do Carmo Nonato. Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão. Tese de Doutorado São Paulo: ECA-USP, 2015, p. 21.

Além dos *blogs*, disseminam-se as redes sociais – *sites* que permitem a um usuário construir um perfil, onde informam dados pessoais e interesses, articular uma lista de outros usuários com quem compartilham uma conexão e visualizar as listas de conexões de outros usuários, podendo criar novas conexões.⁹³ As redes sociais passaram a ser percebidas como um fenômeno de grande alcance mundial a partir da expansão do *Orkut*, lançado em 2004 pela *Google*. Porém, o uso jornalístico das redes sociais vai se difundir principalmente a partir do lançamento do *Facebook* em 2004 e do *Twitter* em 2006, redes que inovam ao oferecer, além dos perfis e comunidades para discussão de assuntos, um *feed* de notícias, onde o usuário, logo que acessa, recebe uma seleção de *posts* publicados pelas páginas que decidiu seguir. Esta característica favoreceu o uso por jornalistas, pela facilidade em atualizar constantemente o conteúdo divulgado.

Assim como ocorreu com os *blogs*, muitos jornalistas, vinculados ou não a grandes empresas de comunicação, passaram a utilizar as redes sociais. Por serem um meio de baixo custo e com mercado de leitores em expansão, atraíram desde cedo a atenção de jornalistas não vinculados a grandes empresas, permitindo a difusão de um novo jornalismo alternativo. Entre esses *sites*, podemos citar alguns bastante conhecidos hoje, com perfis no *Twitter* e no *Facebook*: *Agência Pública*⁹⁴, *Jornalistas Livres*⁹⁵, *Ponte Jornalismo*⁹⁶, *Nexo Jornalismo*, *The Intercept Brasil*, *Centro de Mídia Independente*, *Democratize*, *Brio*, *Outras Palavras*, *Passapalavra*. A *Agência Pública* tem uma página intitulada *Mapa do jornalismo independente*⁹⁷, destinada a divulgar *sites* jornalísticos não vinculados a grandes empresas de mídia, oferecendo uma amostra da diversidade que o jornalismo alternativo apresenta hoje

⁹³ BOYD, D.; ELLISON, N. *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. *Journal of Computer-mediated Communication*, 13(1), article 11, 2007. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>>. Acesso em: 31 jan 2019.

⁹⁴ Disponível em: <<https://apublica.org/>>.

⁹⁵ Disponível em: <<https://www.facebook.com/jornalistaslivres/>>.

⁹⁶ Disponível em: *Facebook*: <<https://www.facebook.com/revistaazmina/>>; *Twitter*: <<https://twitter.com/revistaazmina>>; *Site*: <<https://azmina.com.br/>>.

⁹⁷ Disponível em: <<https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>>.

Também participam desse panorama os serviços de *streaming* de áudio e vídeo, como o *YouTube*, onde qualquer usuário pode criar seu próprio canal de “TV” ou “rádio” na Internet, além de comentar os vídeos dos outros, o que criou um novo mercado de comunicação. Canais populares no *YouTube* podem ter milhares de seguidores e receber financiamento de anunciantes, tornando-se líderes de opinião.⁹⁸ Muitas vezes, exercem atividades jornalísticas, como difusão de notícias, comentários e debates, sem depender de vinculação a empresas jornalísticas tradicionais.

Aplicativos de trocas de mensagens ganham importância neste cenário, com destaque para o *WhatsApp*, que alcançou a marca de 120 milhões de usuários brasileiros em 2018.⁹⁹ Suas funcionalidades permitem trocar mensagens de texto, imagens, áudios e vídeos entre usuários de *smartphones*, individualmente ou em grupos com até 256 usuários, o que permite a difusão rápida de notícias.

Um exemplo de comunicação via redes sociais com características de jornalismo alternativo e ligada a grupos ativistas são as transmissões feitas pelo coletivo *Mídia Ninja* através do *Twitter*, *Facebook* e *YouTube*, que tiveram grande importância na organização das manifestações de rua em junho de 2013 e nos anos seguintes. Com uma estrutura em rede de vários ativistas com câmeras, a *Mídia Ninja* se tornou conhecida por transmitir em tempo real os protestos e a repressão policial, obtendo imagens diferentes das veiculadas pelos grandes canais de TV (que, em alguns momentos, tiveram de recorrer aos vídeos produzidos pelo grupo).¹⁰⁰

Blogs, redes sociais, *YouTube*, aplicativos de mensagens, criam a figura de um *receptor ativo*, que é, ao mesmo tempo, produtor e consumidor da informação. Frequentemente, os usuários das redes sociais se engajam em práticas de jornalismo amador, que emulam práticas do jornalismo tradicional, construindo suas notícias com títulos e imagens, relatando os acontecimentos de que o autor tomou conhecimento,

⁹⁸ BITTENCOURT, Maira. **O príncipe digital**. Curitiba: Appris, 2016, p.181.

⁹⁹ *WhatsApp tenta combater “fake news”*. *O Estado de S. Paulo*, 11/08/2018.

¹⁰⁰ ELLWANGER, Tiana Maciel. Manifestações de Junho de 2013: Como experienciamos, esquecemos e lembramos na contemporaneidade. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: ECO-UFRJ, 2017.

porém, comumente, sem os procedimentos que um jornalista profissional tomaria (como ouvir várias fontes, citar as fontes da informação apurada, evitar termos imprecisos ou problemáticos). Um exemplo disto são os grupos de moradores de bairros nos grupos de *Facebook* ou de *WhatsApp*, onde frequentemente são compartilhadas informações sobre acontecimentos locais, como crimes, porém sem os cuidados de apuração, citação de fontes ou exposição do outro lado que seriam tomados pelo jornalismo tradicional.

Assim, no jornalismo das redes temos acesso a informações que seriam barradas pelos filtros (o chamado *gatekeeping*) da grande imprensa, como notícias referentes a locais, assuntos ou populações normalmente ignorados pelos grandes jornais (como bairros periféricos e setores marginalizados da população). Porém, nem sempre temos os procedimentos do jornalismo tradicional que garantem um mínimo de fidedignidade da notícia, como a contraposição de versões, a indicação de fontes ou referências que comprovem os dados ou a separação entre gêneros textuais informativos e opinativos.

É nesse contexto que ganha relevância a difusão de notícias sem comprovação, as chamadas *fake news*. Se, por um lado, as redes sociais e aplicativos de mensagens favorecem o surgimento de jornalismo alternativo à grande mídia, também favorecem a difusão de boatos, desinformação e conteúdos extremistas.

DO ADJETIVO *FAKE* AO SUBSTANTIVO *FAKE NEWS*: DESQUALIFICAÇÃO DO JORNALISMO EM PAUTA

O termo *fake news*, ou notícias falsas, foi popularizado durante as eleições presidenciais de 2016 nos Estados Unidos, polarizadas entre Hillary Clinton e Donald Trump – este, frequentemente, acusa de serem *fake news* as matérias do jornalismo tradicional que o criticam. Por sua vez, a mídia tradicional passou a usar a expressão

fake news em referência a notícias falsas difundidas através de aplicativos e redes sociais. Desta forma, passamos do adjetivo *fake* (significando falso ou fraudulento) para o substantivo *fake news*, usado para designar as notícias sem fundamentação que circulam nas redes sociais.

Allcott e Gentzkow definem *fake news* como artigos noticiosos que são intencionalmente falsos, cuja falsidade é verificável, e que poderiam enganar os leitores. Esta definição também inclui artigos satíricos que podem ser confundidos com factuais quando tirados de seu contexto original¹⁰¹. Desta forma, os autores notam que *fake news* não são propriamente um fenômeno novo, havendo registro de sua difusão em jornais desde, pelo menos, o século XIX. Também diferenciam as *fake news* das reportagens com erros não-intencionais (a *barriga* no jargão jornalístico), boatos não originados de textos noticiosos, teorias da conspiração (em geral difundidas por pessoas que creem nelas, e com evidências de difícil comprovação), sátiras (claramente identificadas como tal), declarações falsas de políticos (ou outras fontes), ou matérias enviesadas que não são completamente falsas.

Outro ponto em que elas se distinguem do jornalismo está nas motivações que envolvem sua produção. *Fake news*, frequentemente, são criadas visando o lucro através da geração de cliques para os conteúdos disseminados via redes sociais. Também podem ser criadas por motivação ideológica, visando influenciar a opinião pública a favor ou contra determinados candidatos em eleições. Allcott e Gentzkow observam que, nas eleições norte-americanas de 2016, foram amplamente divulgadas *fake news* com viés favorável a Donald Trump, envolvendo temas sensíveis para o eleitor norte-americano, como imigração, saúde pública, drogas, terrorismo, entre outros. Na amostra analisada pelos autores, não só houve maior produção de *fake news* de direita, como estas também foram muito mais compartilhadas.¹⁰²

¹⁰¹ ALLCOTT, Hunt e GENTZKOW, Matthew. *Social media and fake news in the 2016 election. Journal of Economic Perspectives*, volume 31, n. 2, primavera 2017, pp. 211-236. Disponível em <<https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.31.2.211>>. Acesso em: 15 fev 2019.

¹⁰² ALLCOTT, Hunt e GENTZKOW, Matthew. Op. Cit., p. 224.

Desta forma, as *fake news* se diferenciam do jornalismo da grande imprensa, que, sustentando-se através de assinaturas e anúncios, também depende de ter uma credibilidade junto aos formadores de opinião e ao público em geral, ainda que suas interpretações tenham um viés. O jornalismo alternativo, por sua vez, não costuma ter o lucro como objetivo principal – comumente é ligado a movimentos ativistas e sustenta-se através de estratégias como o financiamento coletivo e a cooperativa.¹⁰³ Esses veículos podem difundir conteúdos bastante enviesados ideologicamente, porém, produzir notícias propositadamente falsas para obter lucro pela audiência não é sua razão de ser.

Entre as possíveis consequências das *fake news*, Allcott e Gentzkow destacam que os usuários expostos às *fake news*, mesmo que não acreditem nelas, tornam-se mais céticos com relação a todas as mídias, inclusive os jornais tradicionais e renomados, o que acaba por torna-las mais suscetíveis a *fake news* e teorias conspiratórias que confirmem seu viés ideológico.

Isto, de certa forma, contribui para uma crise de credibilidade do jornalismo tradicional, que já vinha se formando desde a expansão da Internet, com a figura do *receptor ativo*, o leitor que é também produtor de conteúdos¹⁰⁴ – e que, muitas vezes, exerce também um jornalismo amador nas redes sociais. Por exemplo, moradores de um mesmo bairro criam grupos no *Facebook* e divulgam acontecimentos, como assaltos e outros crimes, muitas vezes, utilizando recursos de linguagem próprios do jornalismo, ainda que sem os procedimentos de checagem da informação do jornalismo tradicional.

¹⁰³ Conferir KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários**: nos tempos da imprensa alternativa. São Paulo: Edusp, 2003, p. 77; e PERUZZO, Círcia M. Krohling. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. Revista Galáxia, São Paulo, n. 17, p. 131-146, jun. 2009.

¹⁰⁴ BRAGA, Adriana. Microcelebridades – entre meios digitais e massivos. Revista Contracampo – PPGCOM UFF, n. 21, 2010.

FAKE NEWS E POLARIZAÇÃO IDEOLÓGICA NA CAMPANHA ELEITORAL DE 2018

As eleições de 2018 ocorreram dentro de um cenário de intensa polarização ideológica entre direita e esquerda. Essa polarização já vinha se acentuando desde 2013, ano marcado por intensas manifestações de diversos setores da sociedade, com pautas variadas como redução no custo do transporte público e a indignação com os gastos em eventos como a Copa do Mundo e as Olimpíadas. A então presidente Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT), de orientação política à esquerda, conseguiu se reeleger, porém, seu mandato foi marcado pela crise econômica e por denúncias de corrupção. Em 2015, os grandes protestos de rua foram retomados, porém, com uma pauta mais coesa em torno do impeachment de Dilma Rousseff, com polarização ideológica ainda mais acirrada. Acusada de desrespeitar a lei orçamentária, a presidente sofreu *impeachment* em 2016, sendo substituída pelo vice Michel Temer, do Partido Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), num processo controverso.

Sites, blogs e redes sociais tiveram papel importante na polarização ideológica durante esse período. Além da blogosfera de esquerda, também proliferaram *blogs* e perfis em redes sociais com outras plataformas ideológicas, desde ultraliberais defensores do Estado mínimo até grupos de extrema-direita favoráveis a uma intervenção militar. Alguns formadores de opinião que se tornaram conhecidos através das redes conseguiram ser eleitos para cargos legislativos nas eleições de 2018, como o *youtuber* Arthur do Val, notório por seus vídeos no canal do *YouTube* *Mamãefalei*, onde vai a manifestações de esquerda e entrevista participantes, procurando destacar incoerências em seu discurso.

Em consequência de denúncias de corrupção, Lula, que seria candidato pelo PT nas eleições de 2018, foi preso no início desse ano e tornado inelegível. Na disputa eleitoral, foi substituído por Fernando Haddad, do mesmo partido. No campo da esquerda e centro-esquerda, também se destacaram as candidaturas de Marina Silva

(Rede), Ciro Gomes (PSB) e Guilherme Boulos (Psol). O PSDB, mais à direita, lançou a candidatura de Geraldo Alckmin. Outros candidatos menos conhecidos ganharam certa relevância, impulsionados pelo debate nas redes sociais, como João Amoêdo (Partido Novo), de tendência liberal, e o evangélico Cabo Daciolo (Patriota), cujos discursos e gestos excêntricos deram origem a memes e virais. Porém, a polarização na campanha eleitoral de 2018 se desenvolveu, principalmente, entre o candidato do PT (primeiro Lula, depois Haddad) e o candidato do PSL, o deputado Jair Bolsonaro, capitão reformado do Exército, conhecido por seu posicionamento político de extrema-direita.

Além da prisão de Lula, outro acontecimento inusitado marcou a campanha eleitoral: no início de setembro de 2018, Bolsonaro sofreu um atentado a faca durante um ato de campanha em Juiz de Fora (MG). Precisou fazer uma cirurgia de emergência, tendo de ficar semanas internado em hospital, sem poder participar de debates, comícios e outras formas de campanha tradicional. Sua campanha tornou-se ainda mais concentrada nas redes sociais, inclusive, com alguns episódios controversos – por exemplo, no início de outubro, o candidato alegou não poder comparecer a debates na TV por razões médicas, no entanto, esteve disponível para dar entrevista à *TV Record* e para fazer transmissões ao vivo pelo *Facebook*. Bolsonaro fez uso intenso do *Twitter* e do *Facebook* como um canal de comunicação direta com seus eleitores, sem a mediação de jornalistas.

Nas mídias digitais, o debate acirrado em torno de questões como programas sociais, condução da economia, combate à corrupção, segurança pública, educação, proteção ao meio ambiente, laicidade do Estado, direitos de minorias (como negros e LGBTs), pautas ligadas aos costumes (como legalização das drogas ou do aborto) opõe setores identificados com a direita e a esquerda, numa espécie de guerra cultural. Porém, diferentemente do que ocorria na Guerra Fria, isto não se vincula mais a uma disputa internacional entre blocos de países capitalistas e comunistas de forma claramente marcada. A disputa em torno destas questões reflete, muitas vezes, demandas de setores da sociedade, como grandes empresários do agronegócio (que

demandam, por exemplo, menos rigor na preservação do meio ambiente e de territórios de povos indígenas e comunidades tradicionais), ou lideranças religiosas (que enfatizam certos valores morais como traço de identificação entre seus fiéis).

Questões comportamentais, valorativas e morais se tornam especialmente importantes pelo seu papel na construção identitária de grupos sociais, como uma forma de contraponto à globalização e à fragmentação das identidades de classe. Valores morais e religiosos aparecem como elementos de identificação num mundo complexo e fragmentado, onde o trabalhador se vê como um autônomo, concorrente de seus colegas de trabalho, responsável pelo seu próprio sucesso, e não mais parte de uma classe que reivindica direitos.¹⁰⁵

Nas redes sociais, essa polarização é bastante evidente na atuação de páginas do *Facebook*, *Twitter* e *YouTube*, além do compartilhamento de mensagens em aplicativos. Além de páginas que comentam o noticiário factual oferecendo informações bastante enviesadas politicamente (porém ainda fidedignas), as páginas de *fake news* têm papel importante nesta polarização e radicalização ideológica. Veículos da grande imprensa têm investido em iniciativas para detectar e desmentir *fake news*, como o *Comprova*, parceria entre 24 empresas de comunicação para atuar no monitoramento de boatos durante a campanha eleitoral de 2018, além da *Agência Lupa*, *Fake Off* e *Aos Fatos*. Entre as *fake news* desmentidas pelo *Comprova*, percebe-se uma predominância de notícias que pressupõem um ideário de direita, no qual a esquerda está sempre associada à defesa de criminosos e à destruição de valores tradicionais da família.

Não que a esquerda também não tenha suas *fake news* e teorias da conspiração, como as especulações de que Jair Bolsonaro teria forjado a facada que

¹⁰⁵ COSTA, Cristina. No que você está pensando? – Redes sociais e sociedade contemporânea. Revista USP, (92), 86-99. DOI: <<https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i92p86-99>>.

recebeu no início da campanha¹⁰⁶ – porém, as *fake news* de direita têm sido detectadas em maior número pelos *sites* que as monitoram.¹⁰⁷ Além disso, Jair Bolsonaro investiu mais esforços e dinheiro na campanha digital, ao passo que o PT se concentrou mais em canais tradicionais de campanha como comícios nas ruas.¹⁰⁸

Durante a campanha, foram numerosas as *fake news* com denúncias sobre possíveis fraudes nas urnas para beneficiar o PT¹⁰⁹ ou teorias conspiratórias vinculando partidos de esquerda ao atentado sofrido por Jair Bolsonaro no início de setembro.¹¹⁰ Algumas dessas notícias são bastante curiosas, como a versão de que o PT teria mandado distribuir mamadeiras em formato de pênis em creches¹¹¹, ou a afirmação, falsamente atribuída a Haddad, de que o governo deveria decidir o gênero das crianças.¹¹²

O caráter inverossímil de notícias como estas faz pensar que a disseminação de *fake news* não ocorre somente porque as pessoas acreditam nelas, mas como forma de demonstrar adesão ou repúdio a certas plataformas ideológicas, que se transformam em signos identitários – por exemplo, a defesa de um conceito tradicional de família, com papéis definidos para cada gênero, onde a sexualidade não é discutida abertamente.

Um artigo do pesquisador Bruno Paes Manso publicado na *Folha de S. Paulo* em 21 de outubro é bem claro ao identificar linhas gerais da ideologia da campanha

¹⁰⁶ **Comprova: Foto de incisão no abdome de Jair Bolsonaro é verdadeira.** *Poder 360*, 11/09/2018.

¹⁰⁷ **A eleição que transformou a política brasileira.** *UOL*, 29/10/2018.

¹⁰⁸ **Candidatos à Presidência usam só 9% dos recursos de mídia na Internet.** *Poder 360*, 18/9/2018.

¹⁰⁹ **Comprova: Vídeo que faz acusação de fraude em urnas eletrônicas é enganoso.** *Poder 360*, 26/09/2018.

¹¹⁰ **Comprova: Adélio esteve na Câmara; não se sabe se visitou deputados do Psol.** *Poder 360*, 18/9/2018.

¹¹¹ **Comprova: Mamadeiras eróticas não foram entregues em creches pelo PT.** *Poder 360*, 28/9/2018.

¹¹² **Comprova: Haddad não disse que governo deve decidir o gênero das crianças.** *Poder 360*, 25/9/2018.

de Bolsonaro que, via de regra, convergem com os pressupostos na maioria das *fake news* desmentidas pelas agências de checagem:

No caso do Brasil, essa extrema direita passou a apontar o dedo para os comunistas, numa elaborada teoria com ares paranoicos que acabou dando subsídios a discursos de alguns dos líderes bolsonaristas.

Os esquerdistas, conforme essa leitura da realidade, teriam se unido no Foro de São Paulo para promover uma revolução comunista na América Latina, sem violência, pela conquista da hegemonia cultural – a chamada revolução gramsciana.

Essa esquerda já havia assumido o poder nas universidades, na imprensa e nas escolas e subvertia valores tradicionais via “ideologia de gênero”, valorizando a homossexualidade em detrimento da família, pelo ensinamento de ideologia marxista, pela entrega de territórios a índios e quilombolas e cedendo ao feminismo na defesa da descriminalização do aborto.

Essas ideias, elaboradas pelo filósofo Olavo de Carvalho, começaram a circular no fim dos anos 1990, pela Internet. Ganharam adeptos numa bolha crescente durante os anos 2000, sobretudo na fase áurea dos presidentes de esquerda na América Latina. A retórica agressiva fez a cabeça de formadores de opinião. (...)

A disseminação dessas ideias ganhou volume com o fortalecimento das redes sociais e a fragilização do jornalismo profissional. A narrativa sobre os fatos seria mais importante que os próprios fatos, abrindo um enorme corredor para a propagação de mentiras em grupos de *WhatsApp*. Nesta semana, a Folha revelou suspeitas de que empresários pró-Bolsonaro investiram ilegalmente em campanhas difamatórias contra o rival petista no aplicativo.¹¹³

¹¹³ **As milícias dos cidadãos de bem.** *Folha de S. Paulo*, 21/10/2018.

O ASSUSTADOR ALCANCE DAS *FAKE NEWS*, SEGUNDO OS JORNAIS TRADICIONAIS

A recorrência do tema do perigo das *fake news* nas redes sociais pode ser observada no *clipping* analisado para esta pesquisa. Em geral, os veículos da mídia tradicional demonstram preocupação com o alcance do fenômeno: às vésperas da eleição, a *Folha de S. Paulo* divulga pesquisa do instituto *Datafolha* com o assustador dado de que quase metade (47%) dos entrevistados afirmam acreditar nas notícias que recebem por meio do *WhatsApp*, sendo que o aplicativo é mais popular entre eleitores de Bolsonaro.¹¹⁴ A *Folha de S. Paulo* também publicou denúncias de que a campanha eleitoral de Bolsonaro teria pago impulsionamento de conteúdos em redes sociais de forma ilegal.¹¹⁵ O candidato, por sua vez, negou repetidamente as acusações, chamando o jornal de *fake news* em diversas declarações ao público e acusando-o, junto com outros veículos tradicionais de mídia como a Globo, de tentarem difamá-lo por serem ligados à esquerda.¹¹⁶

Com a definição do segundo turno entre Haddad e Bolsonaro e a vitória deste, aumenta o número de matérias alertando para o perigo das *fake news*. Destaca-se o potencial de distorção da realidade proporcionado pelas *fake news* das redes sociais – por exemplo, no artigo de Nelson de Sá na *Folha*, logo após as eleições, em 30 de outubro, o fenômeno é comparado à histórica transmissão de *A guerra dos mundos*, de Orson Welles, pelo rádio, que teria criado um surto de pânico coletivo em ouvintes que tomaram a peça de ficção por notícias reais: naquela ocasião, como hoje, a presença de um novo meio de comunicação, com novas formas de narrativa, causava

¹¹⁴ PASSOS, Paulo. **Metade acredita em notícias no *WhatsApp***. *Folha de S. Paulo*, 26/10/2018.

¹¹⁵ **Folha pede ao TSE que PF investigue ameaças a profissionais**. *Folha de S. Paulo*, 24/10/2018.

¹¹⁶ **A um dia da eleição, Bolsonaro defende obediência à Constituição**. *UOL*, 27/10/2019.

preocupação quanto a possíveis confusões entre ficção e realidade, podendo alcançar consequências trágicas.¹¹⁷

Já *O Globo*, de tendência mais conservadora, publicou diversos artigos que relativizam o fenômeno das *fake news*, associando o sucesso da campanha de Bolsonaro à revolta popular contra o PT e tratando as redes sociais como uma espécie de ágora moderna, onde o cidadão comum tem voz. Durante o segundo turno, *O Estado de S. Paulo* chegou a lançar editorial em que chama de “desespero” a denúncia feita pelo PT contra a campanha de Bolsonaro por suspeita de impulsionamento ilegal de conteúdos nas redes:

Consciente de que será muito difícil reverter a vantagem de Jair Bolsonaro (PSL) na disputa pela Presidência da República, o PT decidiu partir para seu “plano B”: fazer campanha para deslegitimar a eventual vitória do oponente, qualificando-a como fraudulenta. É uma especialidade lulopetista. A ofensiva da tigrada está assentada na acusação segundo a qual a candidatura de Bolsonaro está sendo impulsionada nas redes sociais por organizações que atuam no “subterrâneo da Internet”, segundo denúncia feita anteontem na tribuna do Senado pela presidente do PT, senadora Gleisi Hoffmann, que lançou o seu *J'accuse* de fancia.¹¹⁸

Não que esses jornais também não alertem constantemente contra o perigo das matérias jornalísticas sem fundamentação nas redes sociais. Porém, destacam menos as suspeitas de associação entre a campanha de Bolsonaro e a disseminação desses conteúdos.

¹¹⁷ SÁ, Nelson de. **Controvérsia lembra debate sobre impacto de redes sociais em eleições atuais.** – *Folha de S. Paulo*, 30/10/2018.

¹¹⁸ **Desespero** – Editorial. *O Estado de S. Paulo*, 19/10/2018.

Por sua vez, *Carta Capital*, de tendência política à esquerda, é ainda mais incisiva nesta questão, atribuindo a vitória eleitoral de Bolsonaro e a alta rejeição ao PT nas eleições à influência das *fake news*. A matéria de capa publicada logo após as eleições, com o título *O triunfo dos idiotas*, avalia que “num país envenenado pelas redes sociais, a verdade está em crise, superada amplamente pelo apelo das versões, dos memes, e de tudo o que se produzirá a partir do suposto fato”.¹¹⁹ A vitória de Bolsonaro nas eleições é creditada, principalmente, à militância nas redes sociais e à profusão de *fake news* desconstruindo a imagem do PT e da esquerda como um todo: o individualismo promovido pelas redes sociais teria favorecido a eleição do candidato de extrema-direita. A matéria destaca a radicalização ideológica dos militantes pró-Bolsonaro e sua migração do *Facebook* para redes menos vigiadas, como o *WhatsApp*.

Assim, não só as *fake news*, mas também os discursos a respeito delas, refletem uma disputa ideológica. Embora todos os veículos analisados associem as redes sociais ao perigo das *fake news*, há uma discordância quanto ao grau de influência delas nas eleições, refletindo a polarização entre esquerda e direita.

A AMEAÇA DAS *FAKE NEWS*: A GRANDE IMPRENSA PEDE REGULAÇÃO DAS REDES

Também chama atenção a quantidade de matérias e artigos que colocam em pauta a necessidade de um controle das *fake news* pelas autoridades governamentais. O assunto é presente desde o início do período eleitoral, em agosto, com a repercussão da declaração do ministro Fux dando margem a uma possível impugnação de candidatura se comprovado o uso de *fake news* na campanha.¹²⁰

¹¹⁹ **O triunfo dos idiotas.** *Carta Capital*. 28/10/2018.

¹²⁰ AMORIM, Felipe. **Fux compara propaganda de Dilma contra Marina em 2014 a *fake news*.** *UOL*, 13/8/2018.

Porém, as matérias sobre este tema se tornam mais frequentes no final de setembro, após a denúncia feita pela *Folha*, em reportagem assinada por Patrícia Campos Mello, de que a campanha de Bolsonaro teria financiado empresas para impulsionar conteúdo em redes sociais. Após a publicação desta matéria, o PT e outros partidos rivais abrem denúncias contra a campanha de Bolsonaro. Os jornais cobrem diariamente os passos das autoridades judiciais, como o Ministério Público, o Tribunal Superior Eleitoral e o Supremo Tribunal Federal, destacando a dificuldade e falta de ação do Judiciário brasileiro para lidar com o tema das *fake news* com a agilidade que a questão exige. De forma geral, a mídia brasileira cobra uma ação mais enérgica por parte do TSE no combate às *fake news*.

Em 6 de outubro, dias após o primeiro turno das eleições, a *Folha de S. Paulo* afirma que o TSE falhou no combate à disseminação de *fake news* na campanha¹²¹, destacando que não foram cumpridas as ações anunciadas, como definição de regras sobre propaganda eleitoral. No mesmo dia, o portal *UOL* divulga a existência de três projetos de lei em tramitação no Congresso com proposta de criminalização de *fake news*, sob pena de prisão e multa.¹²² O texto reproduz declarações de especialistas para quem a criminalização das *fake news* pode constituir uma ameaça à liberdade de expressão no Brasil, criando uma espécie de “polícia política”, mas conclui com a observação de que quem compartilha notícias deve considerar o peso que a divulgação de notícias falsas pode ter para os rumos do país, influenciando nos resultados de eleições.¹²³

Em linha semelhante, *O Globo* ressalta, em 15 de outubro, que o TSE sugeriu medidas duras contra o aplicativo para reduzir a circulação de *fake news* no período eleitoral. Mesmo lembrando, através de citações de especialistas, o risco de uma

¹²¹ **TSE falha no combate à proliferação de *fake news* na campanha do 1º turno.** *Folha de S. Paulo*, 6/10/2018.

¹²² A saber, o projeto 473/2017, do senador Ciro Nogueira (PP-PI), o projeto 6812/2017, do deputado federal Luiz Carlos Hauly (PSDB-PR), o projeto 8592/2017, do deputado Jorge Côrte Real (PTB-PE).

¹²³ **Apesar de limbo legal, *fake news* podem dar multa e processo a quem envia.** *UOL*, 6/10/2018.

regulação incorrer em censura prévia, a matéria destaca a inexistência de leis e instrumentos de regulação eficazes para tratar do fenômeno.¹²⁴

Destaca-se, frequentemente, a especulação sobre quais sanções legais podem e devem ser aplicadas para quem espalha *fake news*. Em 19 de outubro, matéria da *Folha* repercutiu que, segundo especialistas, um candidato pode ser punido se for comprovado que ele se beneficiou de apoio ilegal de empresários. Esta medida, se aplicada, poderia ser usada contra Bolsonaro – cuja campanha teria se beneficiado de doações de empresas para financiar esquemas vultosos de divulgação de *fake news* contra o PT, usando listas de contatos compradas. O uso de *fake news* na campanha constituiria um agravante, podendo mesmo ensejar a cassação de uma candidatura.¹²⁵

Também ganhou destaque a presença, durante as eleições, de uma comissão da Organização dos Estados Americanos para observar o processo eleitoral. Os veículos analisados repercutiram declarações da presidente da comissão expressando espanto com o volume de *fake news* que circulou durante o período.

Não só autoridades, mas empresas como o *Facebook* também são cobradas quanto a um possível controle das *fake news*. Possíveis medidas de controle sobre os aplicativos, como a restrição ao número de vezes que um usuário do *WhatsApp* pode repassar a mesma mensagem a seus contatos (medida já testada na Índia para diminuir a disseminação de boatos) são bastante discutidas nos principais veículos. O *WhatsApp*, por seu grande alcance e dificuldade de rastreamento das mensagens compartilhadas, costuma ser apontado como uma das redes com maior potencial de dano.

Medidas como a criação de um quartel-general pelo *Facebook* para combater as *fake news* são bastante noticiadas. Ganhou destaque a eliminação, pelo *Facebook*, de centenas de páginas vinculadas a movimentos de direita e propagadoras de *fake news*, com a justificativa de terem comportamento de *spam*. O próprio Carlos

¹²⁴ *WhatsApp* entra na mira de conselho do TSE. *O Globo*, 15/10/2018.

¹²⁵ Candidato pode ser punido se foi beneficiado, dizem especialistas. *Folha de S. Paulo*, 19/10/2018.

Bolsonaro, filho do candidato à presidência, teve uma conta suspensa no *WhatsApp* por motivo semelhante. Ambos os episódios geraram especulações sobre uma possível motivação política. Diversas vezes, a campanha de Bolsonaro tentou se dissociar da disseminação de *fake news* e conteúdos radicalizados nas redes sociais.

Assim, em linhas gerais, a posição predominante entre os veículos analisados é a de que faltou uma atuação mais firme no combate às *fake news* por parte das autoridades (Tribunal Superior Eleitoral, Polícia Federal) e das empresas que operam as redes sociais. Esta posição pode ser encontrada, de forma resumida, no artigo que Marco Aurélio Ruediger escreveu para a *Folha* a poucos dias do segundo turno:

Infelizmente, privilegiou-se um entendimento do tipo “*laissez-faire, laissez-passer*” para as redes sociais. Uma articulação e ação mais incisiva sobre as plataformas não ocorreu, nem se obrigou a transparência em tempo real de uso dos recursos públicos, incluindo as contratações para impulsionar conteúdos e de propaganda virtual. Não se articulou uma rede de centros de pesquisa com fins de monitoramento de *bots, fake news* e desinformação, em apoio ao tribunal. Por fim, a legislação nesse tocante permaneceu insuficiente. Deu no que deu. Por outro lado, não se pode culpabilizar somente o TSE. Na questão do debate virtual, outros falharam. Centros de pesquisa deveriam ter buscado melhor articulação. Os partidos políticos, a exemplo da França, poderiam ter monitorado o ambiente virtual também. Equivocaram-se e contrataram ao marketing essa responsabilidade. Erraram feio ao não entender do que se trata esse novo fato.¹²⁶

A ênfase dada pelos jornais à importância do controle das *fake news* pelas autoridades, pela legislação e pelas empresas que operam as redes contrasta com a

¹²⁶ RUEDIGER, Marco Aurélio. **Redes são o novo normal na política.** *Folha de S. Paulo*, 23/10/2018.

cobertura feita pela grande imprensa em outros momentos nos quais se tentou promover a discussão sobre regulação das comunicações digitais no Brasil. Analisando textos dos jornais *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo* sobre as discussões em torno da instituição do Marco Civil da Internet, no período de 2011 a 2014, Vítor Blotta registra que predominou nesses veículos uma concepção mais liberal da liberdade de imprensa, equiparada com a liberdade de expressão, segundo a qual não poderíamos aceitar nenhuma regulação estatal sobre a mídia, sob risco de cairmos numa ladeira escorregadia rumo ao autoritarismo.¹²⁷

Devemos lembrar, porém, que essa defesa incondicional da liberdade de expressão é mais presente quando se trata de liberdade de imprensa, não havendo a mesma reação dos jornais quando se trata de limites a outras formas de expressão, como se verifica na cobertura de casos de censura por meios judiciais contra biografias não-autorizadas ou obras literárias e dramáticas com menções a acontecimentos recentes.¹²⁸

A preocupação dos jornais com o desmentido e o controle das *fake news* surge dentro de um contexto maior, de crise de credibilidade do jornalismo tradicional como um todo. A Internet e as redes sociais criam uma concorrência para os jornais, revistas e canais de TV, ao oferecerem outros conteúdos, muitas vezes de forma gratuita. A presença do jornalismo amador, que oferece outras versões da história, criando um novo hábito de consumo das informações. O jornalismo amador exercido através de redes sociais e grupos online, oferecendo informações de interesse do grupo, sem os procedimentos de checagem e redação do jornalismo tradicional, surge como uma fonte alternativa de informação. No meio disso, entram em cena os memes, vídeos, charges, sátiras, *fake news*, que são compartilhados avidamente pelos usuários das

¹²⁷ BLOTTA, Vítor de Souza Lima. Privacidade e Liberdade de Informação em Tempos de Antagonismos de Direitos Humanos: a ladeira escorregadia para o dilema do limite legal. Texto apresentado ao XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro: Intercom, 2015.

¹²⁸ JORGE FILHO, José Ismar Petrola. Liberdade de Expressão e Privacidade em Disputa na Regulação da Imprensa. Trabalho apresentado ao 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Joinville (SC): Intercom, 2018.

redes (a chamada *viralização*), criando um *infoentretenimento*, mistura de informação e entretenimento. Neste contexto, os jornais tradicionais se veem ameaçados por um novo tipo de concorrência.

“SEM *FAKE NEWS*, SEM *FOLHA DE S. PAULO*”: A DESQUALIFICAÇÃO DA MÍDIA TRADICIONAL COMO ARMA DE CAMPANHA

A desqualificação dos grandes jornais é um elemento na polarização ideológica da campanha eleitoral de 2018. Se, por um lado, figuras do PT e outros partidos de esquerda, bem como jornalistas dos “*blogs progressistas*”, acusam a grande mídia brasileira de ter participado de um complô da direita para derrubar Dilma Rousseff e impedir a candidatura de Lula, por outro lado, Jair Bolsonaro e vários de seus apoiadores com páginas nas redes sociais alegam sofrer perseguição por parte de jornalistas de esquerda.

As declarações de Bolsonaro contra a *Folha de S. Paulo* são frequentes a partir do final de setembro, quando o jornal denunciou que sua campanha teria pago pelo impulsionamento de *fake news* nas redes sociais. Mesmo após ser eleito presidente, Bolsonaro continuou um discurso de hostilidade com relação à grande mídia, em especial a *Folha* e a *Rede Globo de Televisão*. Em seu primeiro discurso depois da eleição, ameaçou ordenar cortes no pagamento de anúncios publicitários ao jornal, que chamou de “imprensa vendida”.

Além disso, em várias ocasiões, Bolsonaro utilizou-se da estratégia de dar declarações polêmicas, e, horas ou dias depois, desmentir a própria declaração, acusando a imprensa de mentirosa. Estratégia, aliás, bastante utilizada por Trump nos EUA desde sua eleição. Nesse momento pós-eleições, não só a *Folha*, mas todos os

veículos analisados publicam numerosas matérias e artigos frisando que esse tipo de conduta não é aceitável de um presidente.

Eugenio Bucci, em artigo publicado em *O Estado de S. Paulo*, interpreta as declarações de Bolsonaro contra a *Folha de S. Paulo* como um indício de que ele tentaria cercear a liberdade de imprensa em seu mandato

Ele celebra a “imprensa livre”, desde que essa imprensa siga o que ele, Bolsonaro, entende como “responsabilidade”. Pelo que lemos com absoluta clareza em seus gritos bélicos – bélicos, sim, pois o candidato se refere à eleição como uma “guerra” –, a “imprensa livre” terá direito de existir no governo dele, mas deve ser também uma imprensa que ele considere “responsável”. A *Folha de S. Paulo*, bem, essa aí ele parece considerar “imprensa vendida”. Por quê? Ele não explica. Talvez porque a *Folha* tenha publicado reportagens sobre as declarações de sua ex-mulher, que, no passado, se disse ameaçada por ele, e sobre mecanismos de difusão de notícias fraudulentas no *WhatsApp* que o teriam favorecido. De todo modo, o orador não esclarece nada. Em seu telecomício anti-imprensa, o candidato extrapolou. Ameaçou a *Folha* com o corte futuro de “verba publicitária do governo”. (...) o maior anunciante do mercado publicitário no Brasil é o dinheiro público. Trata-se de uma enorme distorção. Diante disso, em vez de prometer mudar o quadro, Bolsonaro promete tirar proveito da distorção para punir os jornais que o criticam. E faz isso abertamente, sem a menor cerimônia. De queixo empinado, atropela o dever que teria, como administrador público, de agir conforme o princípio constitucional da impessoalidade.¹²⁹

¹²⁹ BUCCI, Eugenio. **Mussolini, quem diria, tinha mais educação.** *O Estado de S. Paulo*, 25/10/2018.

Note-se que, embora os governos anteriores de Lula e Dilma tivessem uma retórica por vezes contundente contra os grandes jornais, foi mantida a política de pagamento de anúncios publicitários instituída desde a redemocratização, com distribuição de verbas proporcionalmente à audiência ou circulação do veículo (seguindo o princípio constitucional da impessoalidade). O que Bolsonaro propôs em seu discurso após a eleição, reduzir investimentos publicitários do governo em veículos críticos, é considerado por alguns especialistas como uma forma de censura financeira, com paralelo em alguns episódios ocorridos durante a ditadura militar. Ou seja, além de perceber uma ameaça representada pelas redes sociais, a grande imprensa se vê possivelmente ameaçada pelo governo eleito.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A discussão em torno do tema *fake news* reflete uma disputa de mercado entre o jornalismo da grande imprensa e as redes sociais, que trazem um novo tipo de concorrência. O jornalismo alternativo, que em décadas anteriores circulava de forma mais restrita em tabloides e revistas, migrou para os meios digitais. A rede, porém, também potencializou a difusão do jornalismo amador e deu alcance inédito às antigas práticas do boato e da desinformação.

Mesmo a demanda por uma judicialização das *fake news* não é uma ruptura com relação à defesa da liberdade irrestrita de imprensa, se levarmos em conta outra questão: quando se trata de outras liberdades de expressão, a mídia levanta discussão e, por vezes, cobra ação judicial a respeito. Assim, defender uma regulação das redes sociais para controle de *fake news* também pressupõe que as redes sociais não fazem parte do que se considera jornalismo. O destaque dado a esse fenômeno pelos jornais brasileiros, bem como os debates e soluções apontados, indicam uma tentativa do jornalismo tradicional de se defender num novo contexto que põe em risco o modelo de negócios que sustenta o jornalismo há décadas.

Note-se, aliás, que a associação entre redes sociais e *fake news* frequentemente desconsidera as possibilidades de jornalismo alternativo que têm sido tentadas via Internet e redes sociais. A contraposição é entre as redes e o “jornalismo profissional”, que seria produzido exclusivamente pela grande imprensa.

Isto não significa que o problema das *fake news* deva ser deixado de lado ou tomado por insignificante. Pelo contrário, seu papel nas eleições foi importante, ao servirem como elemento de identificação para grupos que se polarizaram ao longo da disputa. Ao disseminar versões sem comprovação e reforçar estereótipos, é possível que tenham influenciado numerosos eleitores – mas não podemos deixar de levar em conta que, se isto ocorreu, é porque estas notícias iam de encontro a certos valores e convicções que os leitores já possuíam.

Alguns textos publicados nos veículos de nossa amostra após as eleições apontam para a complexidade das questões trazidas pelas redes sociais e *fake news*. Uma delas é a polarização causada pelas “bolhas”: os próprios algoritmos das redes fazem com que seus usuários estejam expostos somente a conteúdos alinhados com seus interesses e convicções, o que favorece uma radicalização. Assim, a disseminação de *fake news* é facilitada pelos próprios algoritmos das redes – que não foram criadas para difusão de conteúdo jornalístico, mas com finalidades publicitárias, permitindo mapear dados pessoais e interesses dos usuários para direcionar anúncios a possíveis clientes. Nas redes sociais, o cliente é o produto à venda – ou melhor, o registro de seus dados. Isto se torna ainda mais preocupante quando se leva em consideração os avanços da inteligência artificial no mapeamento de comportamentos e interesses de usuários da Internet.

Em novembro de 2018, logo após as eleições, os veículos analisados apresentam diversas entrevistas com pesquisadores apontando saídas para estes problemas. O *UOL*, por exemplo, replicou entrevista de Evgeny Morozov para a *BBC*, em que o cientista aponta que as *fake news* constituem uma ameaça para a democracia, mas só circulam porque são lucrativas para as redes. Ele defende a criação de conselhos independentes para fiscalizar a circulação das *fake news*, com

possibilidade de sanções financeiras a empresas que permitem sua difusão, e o incentivo a estruturas de comunicação alternativas capazes de operar numa lógica de negócios diferente do modelo de coleta de dados e oferta de anúncios que sustenta hoje as redes sociais.¹³⁰ Por sua vez, o presidente da Eurasia Group, Ian Bremmer, em entrevista a *O Estado de S. Paulo*, defende que o combate às *fake news* deve partir das próprias empresas que operam as redes, como o *Facebook*, e isto só ocorrerá se elas forem responsabilizadas através da pressão de seus acionistas (tornando mais lucrativo combater as *fake news* do que facilitar sua circulação). Seria, portanto, uma saída pelo viés da *responsabilidade social*. Podemos fazer um paralelo com a atuação de certas indústrias, como mineradoras e petroleiras, que são obrigadas pelo Estado e incentivadas pelo mercado a investir em ações ambientais e sociais em suas áreas de atuação. Mesmo o jornal da grande imprensa investe na verificação das notícias publicadas na medida em que a credibilidade valoriza seu produto e um jornalista pode ser responsabilizado por inverdades publicadas.

Por fim, devemos lembrar que *fake news*, boatos, desinformação, interpretações enviesadas da realidade sempre existiram. O jornalismo da grande imprensa sempre conviveu com o jornalismo alternativo e o panfleto, numa disputa por um mercado de leitores, opiniões e votos. A Internet embaralhou este cenário, ao possibilitar que o leitor também seja ele produtor do conteúdo, facilitando a difusão de outras interpretações da realidade, ainda que elas apareçam na forma de um jornalismo amador ou sem fundamentação. Neste cenário mais complexo, devemos levar em conta que, se as *fake news* alcançam tanta repercussão, é porque vão ao encontro de valores e visões de mundo compartilhados por muitos usuários, que as utilizam como forma de identificação com seus grupos num mundo cada vez mais instável e fragmentado.

¹³⁰ ROSSI, Amanda. **Empresas que permitem disseminação de *fake news* devem ser multadas, diz um dos principais teóricos sobre a relação entre política e tecnologia.** *UOL*, 3/11/2018.

REFERÊNCIAS

- ALLCOTT, HUNT E GENTZKOW, MATTHEW. SOCIAL MEDIA AND FAKE NEWS IN THE 2016 ELECTION. JOURNAL OF ECONOMIC PERSPECTIVES, VOLUME 31, N. 2, PRIMAVERA 2017, PP. 211-236. DISPONÍVEL EM < [HTTPS://PUBS.AEAWEB.ORG/DOI/PDFPLUS/10.1257/JEP.31.2.211](https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.31.2.211) >. ACESSO EM FEVEREIRO DE 2019.
- BITTENCOURT, MAÍRA. O PRÍNCIPE DIGITAL. CURITIBA: APPRIS, 2016.
- BLOTTA, VITOR DE SOUZA LIMA. PRIVACIDADE E LIBERDADE DE INFORMAÇÃO EM TEMPOS DE ANTAGONISMOS DE DIREITOS HUMANOS: A LADEIRA ESCORREGADIA PARA O DILEMA DO LIMITE LEGAL. TEXTO APRESENTADO AO XXXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. RIO DE JANEIRO: INTERCOM, 2015.
- BOYD, D.; ELLISON, N. SOCIAL NETWORK SITES: DEFINITION, HISTORY, AND SCHOLARSHIP. JOURNAL OF COMPUTER-MEDIATED COMMUNICATION, 13(1), ARTICLE 11, 2007. DISPONÍVEL EM: <[HTTPS://ONLINELIBRARY.WILEY.COM/DOI/FULL/10.1111/J.1083-6101.2007.00393.X](https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x)>. ACESSO EM: 31 JAN 2019.
- BRAGA, ADRIANA. MICROCELEBRIDADES – ENTRE MEIOS DIGITAIS E MASSIVOS. REVISTA CONTRACAMPO – PPGCOM UFF, N. 21, 2010.
- COSTA, CRISTINA. NO QUE VOCÊ ESTÁ PENSANDO? – REDES SOCIAIS E SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA. REVISTA USP, (92), 86-99. DOI: [HTTPS://DOI.ORG/10.11606/ISSN.2316-9036.V0I92P86-99](https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i92p86-99).
- ELLWANGER, TIANA MACIEL. MANIFESTAÇÕES DE JUNHO DE 2013: COMO EXPERIENCIAMOS, ESQUECEMOS E LEMBRAMOS NA CONTEMPORANEIDADE. DISSERTAÇÃO DE MESTRADO. RIO DE JANEIRO: ECO-UFRJ, 2017.
- JORGE FILHO, JOSÉ ISMAR PETROLA. JORNALISMO ALTERNATIVO ONTEM E HOJE: HISTÓRICO E ESBOÇO DE UMA DEFINIÇÃO. TRABALHO APRESENTADO AO 16º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO. SÃO PAULO: SBPJOR, 2018.
- JORGE FILHO, JOSÉ ISMAR PETROLA. LIBERDADE DE EXPRESSÃO E PRIVACIDADE EM DISPUTA NA REGULAÇÃO DA IMPRENSA. TRABALHO APRESENTADO AO 41º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. JOINVILLE (SC): INTERCOM, 2018.

KUCINSKI, BERNARDO. JORNALISTAS E REVOLUCIONÁRIOS: NOS TEMPOS DA IMPRENSA ALTERNATIVA. SÃO PAULO: EDUSP, 2003.

LIMA, CLÁUDIA DO CARMO NONATO. JORNALISTAS, BLOGUEIROS, MIGRANTES DA COMUNICAÇÃO: EM BUSCA DE NOVOS ARRANJOS ECONÔMICOS PARA O TRABALHO JORNALÍSTICO COM MAIOR AUTONOMIA E LIBERDADE DE EXPRESSÃO. TESE DE DOUTORAMENTO SÃO PAULO: ECA-USP, 2015

PERUZZO, CÍCILIA M. KROHLING. APROXIMAÇÕES ENTRE A COMUNICAÇÃO POPULAR E COMUNITÁRIA E A IMPRENSA ALTERNATIVA NO BRASIL NA ERA DO CIBERESPAÇO. REVISTA GALÁXIA, SÃO PAULO, N. 17, P. 131-146, JUN. 2009.

ARTIGOS E REPORTAGENS

AMORIM, FELIPE. FUX COMPARA PROPAGANDA DE DILMA CONTRA MARINA EM 2014 A FAKE NEWS. UOL, 13/8/2018.

A UM DIA DA ELEIÇÃO, BOLSONARO DEFENDE OBEDIÊNCIA À CONSTITUIÇÃO. UOL, 27/10/2019.

BUCCI, EUGENIO. MUSSOLINI, QUEM DIRIA, TINHA MAIS EDUCAÇÃO. O ESTADO DE S. PAULO, 25/10/2018.

CAPELAS, BRUNO. WHATSAPP ANUNCIA PLANOS PARA TENTAR COMBATER 'FAKE NEWS' NO BRASIL. O ESTADO DE S. PAULO, 11/8/2018.

CARVALHO, JAILTON DE. WHATSAPP ENTRA NA MIRA DE CONSELHO DO TSE. O GLOBO, 15/10/2018.

CASADO, LETÍCIA. TSE FALHA NO COMBATE À PROLIFERAÇÃO DE FAKE NEWS NA CAMPANHA DO 1ª TURNO. FOLHA DE S. PAULO, 6/10/2018.

COMPROVA: ADÉLIO ESTEVE NA CÂMARA; NÃO SE SABE SE VISITOU DEPUTADOS DO PSOL. PODER 360, 18/9/2018.

COMPROVA: FOTO DE INCISÃO NO ABDOME DE JAIR BOLSONARO É VERDADEIRA. PODER 360, 11/9/2018.

COMPROVA: HADDAD NÃO DISSE QUE GOVERNO DEVE DECIDIR O GÊNERO DAS CRIANÇAS. PODER 360, 25/9/2018.

COMPROVA: MAMADEIRAS ERÓTICAS NÃO FORAM ENTREGUES EM CRECHES PELO PT. PODER 360, 28/9/2018.

COMPROVA: VÍDEO QUE FAZ ACUSAÇÃO DE FRAUDE EM URNAS ELETRÔNICAS É ENGANOSO. PODER 360, 26/9/2018.

DESESPERO – EDITORIAL. O ESTADO DE S. PAULO, 19/10/2018.

FOLHA PEDE AO TSE QUE PF INVESTIGUE AMEAÇAS A PROFISSIONAIS. FOLHA DE S. PAULO, 24/10/2018.

O TRIUNFO DOS IDIOTAS. CARTA CAPITAL, 28/10/2018, p. 26.

PASSOS, PAULO. METADE ACREDITA EM NOTÍCIAS NO WHATSAPP. FOLHA DE S. PAULO, 26/10/2018.

RIBEIRO, MARIANA. CANDIDATOS À PRESIDÊNCIA USAM SÓ 9% DOS RECURSOS DE MÍDIA NA INTERNET. PODER 360, 18/9/2018.

ROSSI, AMANDA. EMPRESAS QUE PERMITEM DISSEMINAÇÃO DE FAKE NEWS DEVEM SER MULTADAS, DIZ UM DOS PRINCIPAIS TEÓRICOS SOBRE A RELAÇÃO ENTRE POLÍTICA E TECNOLOGIA. UOL, 3/11/2018.

RUEDIGER, MARCO AURÉLIO. REDES SÃO O NOVO NORMAL NA POLÍTICA. FOLHA DE S. PAULO, 23/10/2018.

SÁ, NELSON DE. CONTROVÉRSIA LEMBRA DEBATE SOBRE IMPACTO DE REDES SOCIAIS EM ELEIÇÕES ATUAIS. FOLHA DE S. PAULO, 30/10/2018.

STRUCK, JEAN PHILIP. A ELEIÇÃO QUE TRANSFORMOU A POLÍTICA BRASILEIRA. UOL, 29/10/2018.

TAJRA, ALEX. APESAR DE LIMBO LEGAL, FAKE NEWS PODEM DAR MULTA E PROCESSO A QUEM ENVIA. UOL, 6/10/2018.

TAVARES, JOELMIR. BOLSONARO PODE SER PUNIDO SE FOI BENEFICIADO, DIZEM ESPECIALISTAS. FOLHA DE S. PAULO, 19/10/2018.

CRISE NA IMPRENSA E O DESAFIO DAS REDES SOCIAIS

PROF. M^E. JOSÉ ESTEVES EVAGELIDIS¹³¹

A falta de transparência nas relações entre os poderes políticos, econômicos e os meios de comunicação, aliada à hegemonia das grandes empresas globais da Internet (*Facebook, Google, Amazon*) têm alterado significativamente a dinâmica de conteúdos e acesso à informação, notadamente nos últimos dez anos e em escala mundial. As empresas de mídia são cada vez mais capturadas por acionistas e interesses estranhos à sua atividade, tornando-se atores na decisão dos destinos das democracias. No contexto da crise global financeira de 2008, originária dos Estados

131 Doutorando em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), pesquisador do Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura (OBCOM) da USP e coordenador do Programa Memória-História Oral da Fundação Arquivo e Memória de Santos.

Unidos, por exemplo, as grandes empresas de mídia ocidentais tiveram imensa dificuldade em serem vozes dissonantes dos interesses de seus acionistas e do sistema capitalista hegemônico. Hoje, uma década depois, as empresas de mídia tradicional, como as que produzem veículos impressos e as emissoras abertas de televisão e rádio, encontram-se pressionadas por imensos desafios ante ao crescimento exponencial das redes sociais e questões de ordem econômica e política, dando origem a uma crise global da informação e do jornalismo.¹³²

Crise semelhante já havia atingido a grande imprensa ocidental no século passado: em novembro de 1984, o jornal *Le Monde* anunciava sérios problemas financeiros e reduzia sua tiragem de meio milhão para 275 mil exemplares, e as causas apontadas foram a concorrência com a TV, a queda do interesse pela política e a questão do estilo do diário francês, que apresentava paginação pesada e análises em profundidade. No Brasil, também em meados da década de 1980, os jornais *O Estado de S. Paulo* e o *Jornal do Brasil* precisaram ser socorridos por um *pool* de bancos para sobreviverem economicamente.¹³³

A mudança fundamental no domínio da comunicação nos últimos anos foi o surgimento do que Castells chamou de autocomunicação¹³⁴: o uso da Internet e das redes sem fio como plataformas de comunicação digital. Para o autor se trata de comunicação de massa porque são processadas mensagens de muitos para muitos, com potencial de atingimento de uma multiplicidade de receptores e de um número infindável de redes que retransmitem informações digitalizadas pela vizinhança ou pelo mundo. É autocomunicação porque a produção da mensagem é decidida de modo autônomo pelo remetente, bem como a designação do receptor e a recuperação da mensagem, através de mecanismos de busca autosselecionados.

¹³² CUNHA, Isabel Ferin. “A globalização da crise: contextos regionais e a questão do ‘populismo mediático’”. In: COSTA, Maria Cristina Castilho, BLANCO, Patricia (Orgs.). **Pós-tudo e a crise da democracia**. São Paulo: Palavra Aberta, 2018, pp. 63-64.

¹³³ MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**. São Paulo: Ática, 1986., p. 174.

¹³⁴ CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da Internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013, pp. 15-16.

As redes sociais e a comunicação móvel por meio de celulares inteligentes (*smartphones*) operadas pelos próprios usuários criam um espaço público muito mais interessante, convincente e mobilizante do que o espaço analógico, e com uma intensidade de informação muito maior do que a do mundo analógico. Criam-se também dúvidas sobre a qualidade e confiabilidade da informação, pois fontes de comunicação breve, característica das redes sociais, são muito vulneráveis à imprecisão e à falsidade. Além disso, as grandes controladoras das redes (*Google, Facebook, Twitter*) acessam informações privadas para compor o perfil de preferências dos usuários, formatando respostas a pesquisas para sugerir outros perfis a seguir e definir as mensagens de sugestão de consumo conforme as preferências de cada um.¹³⁵

O jornalismo tradicional, assim como as grandes empresas de mídia, entrou em crise com a expansão das plataformas digitais, com a multiplicação de acessos a notícias gratuitas *online*, a recusa de leitores em pagarem pela informação e a fuga das verbas de publicidade, que migraram para outras plataformas e conteúdos. Surge, assim, um novo jornalismo que precisa da mediação de agregadores de conteúdos, às imensas quantidades de dados disponíveis na rede, à interação com produtores de notícias e a filtros tecnológicos variados.¹³⁶

MOVIMENTOS SOCIAIS VIRTUAIS E REAIS NA ESPETACULAR ERA TRANSESTÉTICA

Em 2011, potencializados pelas redes sociais na Internet, tiveram início uma série de movimentos sociais no mundo árabe, Europa e Estados Unidos:

¹³⁵ ABRANCHES, Sérgio. **A Era do Imprevisto**: a grande transição do século XXI. São Paulo: Companhia das Letras, 2017, p. 106-107.

¹³⁶ CUNHA, Isabel Ferin. Op. cit., p. 71.

Ninguém esperava. Num mundo turvado por aflição econômica, cinismo político, vazio cultural e desesperança pessoal, aquilo apenas aconteceu. Subitamente, ditaduras podiam ser derrubadas pelas mãos desarmadas do povo, mesmo que essas mãos estivessem ensanguentadas pelo sacrifício dos que tombaram. Os mágicos das finanças passaram de objetos da inveja pública a alvos de desprezo universal. Políticos viram-se expostos como corruptos e mentirosos. Governos foram denunciados. A mídia se tornou suspeita. A confiança desvaneceu-se. E a confiança é o que aglutina a sociedade, o mercado e as instituições. Sem confiança nada funciona. Sem confiança o contrato social se dissolve e as pessoas desaparecem, ao se transformarem em indivíduos defensivos lutando pela sobrevivência. Entretanto, nas margens de um mundo que havia chegado ao limite de sua capacidade de propiciar aos seres humanos a faculdade de viver juntos e compartilhar sua vida com a natureza, mais uma vez os indivíduos realmente se uniram para encontrar novas formas de sermos nós, o povo.¹³⁷

Ainda segundo Castells, historicamente os movimentos sociais dependem da existência de mecanismos de comunicação específicos, como boatos, sermões, panfletos e manifestos passados de indivíduo a indivíduo, do púlpito, da imprensa ou qualquer outro meio de comunicação disponível.¹³⁸ Hoje as redes digitais são os veículos mais rápidos, mais autônomos e interativos de toda a história, e quanto mais rápido e interativo for o processo de comunicação, maior será a possibilidade de formação de movimentos sociais originados na indignação, impelidos pelo entusiasmo e motivados na esperança. Neste ensaio, Castells ainda não considerava os possíveis prejuízos à democracia que poderiam ser atribuídos às redes digitais: o fenômeno das

¹³⁷ CASTELLS, Manuel. Op. cit., p.11.

¹³⁸ Idem, p. 23.

fake news nas redes se torna importante nas eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2016, quatro anos após a primeira publicação dos estudos do autor.

Em junho de 2013 movimentações sociais motivadas pelo descontentamento popular em relação a direitos fundamentais negligenciados pelo Estado, como transporte, educação e saúde, também aconteceram no Brasil, por meio da ocupação das ruas em manifestações que reuniram multidões em mais de 350 cidades.¹³⁹ Essas manifestações, seguidas do *impeachment* imposto à ex-presidente Dilma Roussef e aos resultados da Operação Lava Jato, destinada a investigar crimes de corrupção envolvendo dinheiro público, cometidos por empresários e políticos, resultaram em uma forte polarização entre partidos de direita e esquerda, que se utilizaram principalmente das redes sociais e das mídias digitais para se manifestarem, inclusive com grande difusão de notícias manipuladas ou falsas, descortinando uma realidade bem diferente daquela prevista com otimismo por Castells ao analisar os possíveis efeitos positivos à democracia possibilitados pelos movimentos originados nas redes sociais.

Muito antes do fenômeno das redes sociais, Jean Baudrillard já havia analisado a capacidade dos meios de comunicação de massa, historicamente posicionados a favor dos poderes hegemônicos, de absorver e neutralizar os movimentos revolucionários:

Maio de 68 pode servir de exemplo. Tudo pode fazer crer no impacto subversivo dos *media* durante este período. Rádios periféricos e jornais repercutiram por toda a parte a ação estudantil. Se esta foi o detonador, os *media* foram o repercutidor. Aliás, o poder não se privou de os acusar de “fazer o jogo” dos revolucionários. Mas tal evidência funda-se numa ausência de análise. Eu diria, pelo contrário, que os *media* nunca desempenharam tão bem o seu papel e que, na sua função de controlo social *habitual*, estiveram à altura dos acontecimentos. Isto porque

¹³⁹ *Ibidem*, p. 182

conservaram a sua *forma* (sob a subversão dos conteúdos) e porque é esta forma, seja qual for o contexto, que os torna inexoravelmente solidários do sistema do poder. Ao difundirem o acontecimento na *universalidade abstracta* da opinião pública, *impuseram-lhe* um desenvolvimento repentino e desmedido e, através desta extensão *forçada* e antecipada, despojaram o movimento original do seu ritmo próprio e do seu sentido – numa palavra: fizeram-lhe o curto-circuito.¹⁴⁰

À época do ensaio de Baudrillard (início dos anos 1970), o maior veículo de comunicação de massa era a televisão. Além da óbvia diferença entre os meios tradicionais de comunicação e as redes sociais, na medida em que estas são interativas e permitem a produção e o compartilhamento de conteúdo pelos próprios usuários, e da eliminação dos meios como mediadores da notícia, podemos notar algumas semelhanças entre o telejornalismo clássico e o modo de como as redes sociais produzem e compartilham notícias.

Segundo Marcondes Filho, o telejornalismo obedece às regras gerais de produção da notícia, mas tem reforçada características como a superficialização da transmissão dos fatos, reforço ao esquecimento e recepção acrítica.¹⁴¹ Em um mesmo veículo exibem-se as notícias mais díspares e heterogêneas, sem conflito, e os elementos de fragmentação e de personalização devem ser radicalizados ao ponto de só haverem fragmentos e peças soltas, reforçando o caráter de espetacularização da notícia e da realidade social:

A personalização da notícia conduz, assim, tanto ao endeusamento quanto à execração *individualizada* dos agentes sociais, mantendo seus verdadeiros suportes, as classes e agrupamentos estruturais maiores,

¹⁴⁰ BAUDRILLARD, Jean. **Para uma crítica da economia política do signo**. São Paulo: Martins Fontes, s.d., pp.221-222.

¹⁴¹ MARCONDES FILHO, Ciro. Op. cit., pp. 51-52.

totalmente distante dos fatos e de suas implicações. A política torna-se o espaço das idiossincrasias pessoais, das causas subjetivas, dos humores deste ou daquele político que age soberanamente na vida política.¹⁴²

Personalização e fragmentação são técnicas usadas para simplificar e banalizar os fatos, transformando as notícias em produtos para consumo. As informações são dadas ao público como “produtos, jogos, entretenimentos e recreações; e ele é o seu comprador, jogador, espectador ou observador de horas vagas”.¹⁴³

Ingrediente importante das notícias produzidas para consumo imediato, a espetacularização da vida é refletida e reconstruída a todo momento tanto pela mídia tradicional como (principalmente) pelas redes sociais, ambiente em que tem potencial de compartilhamento infinito de mensagens. Para Guy Debord, o espetáculo é uma forma de sociedade em que a vida real é pobre e fragmentária, e os indivíduos são obrigados a contemplar e a consumir passivamente as imagens de tudo o que lhes falta em sua existência real. O espetáculo se apresenta como a própria sociedade, e a mais velha especialização social, a especialização do poder, encontra-se na raiz do espetáculo. Desse modo, o espetáculo é uma atividade especializada que responde por todas as outras, uma representação diplomática da sociedade hierárquica diante de si mesma, na qual toda a outra fala é banida. Neste caso, o mais moderno é também o mais arcaico.¹⁴⁴

Lipovetsky & Serroy sustentam que vivemos uma nova fase de estetização do mundo, remodelada essencialmente por lógicas de mercantilização e individualização extremas. É a “era transestética”, onde o regime hiperindividualista de consumo é experiencial, hedonista e emocional, ou seja, estético. O que importa agora é viver

¹⁴² Idem, p. 46.

¹⁴³ RIESMAN, 1971, p. 257, apud MARCONDES FILHO, Ciro. Op. cit., p. 46.

¹⁴⁴ DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, p. 20.

momentos de prazer, de descoberta ou de evasão, sem estar em conformidade com códigos de representação social. À estetização da economia mundial corresponde uma estetização do ideal de vida do indivíduo: se inventar, estabelecer para si suas próprias regras para alcançar uma vida bela, intensa, rica em sensações e espetáculos.

No entanto, lembram os autores, toda essa oferta de sensações estéticas oferecidas ao consumo individual não elimina o espetáculo da nova pobreza, das cidades sem estilo, dos corpos sem graça, das criações culturais pobres e vulgares. No mundo fabricado pelo capitalismo transestético habitam hedonismo dos costumes e miséria cotidiana, singularidade e banalidade, sedução e monotonia, qualidade de vida e vida insípida, estetização e degradação do meio ambiente: quanto mais a astúcia estética da razão mercantil se põe à prova, mais seus limites se mostram de maneira cruel a nossas sensibilidades.¹⁴⁵

Ainda segundo os autores, as redes sociais nascidas com a Internet criaram a confusão dos papéis desempenhados pelos internautas, transformados simultaneamente em produtores e consumidores, usuários e encenadores, autores e público dos conteúdos compartilhados *online*. Alguns utilizam as redes com fins profissionais, mas a maioria se conecta para se divertir e fazer passar o tempo, exprimir seus gostos, se expor, produzir uma imagem de si:

O autorretrato do indivíduo hipermoderno não se constrói mais por meio de uma introspecção excepcional e de longo fôlego. Ele se afirma como modo de vida cada vez mais banalizado, como compulsão de se comunicar e de “ser descolado”, mas também como marketing de si, cada qual procurando ganhar novos “amigos”, procurando valorizar seu “perfil” e encontrando uma gratificação na aprovação de si mesmo pelos outros. Ele traduz uma espécie de estética de si que ora é um donjuanismo virtual, ora um novo Narciso no espelho da tela global.¹⁴⁶

¹⁴⁵ LIPOVETSKY, Gilles e SERROY, Jean. **A estetização do mundo**: Viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015, p. 27-37.

¹⁴⁶ Idem, p. 376.

Com o atual cenário de fragmentação, superficialização, personalização e espetacularização das notícias veiculadas pelas redes sociais, a imprensa tradicional tem sido seriamente afetada e é constantemente pressionada a acompanhar as mudanças de hábitos de consumo de leitura de seu público, transformando os textos impressos de modo a acompanhar o formato de como as notícias são apresentadas no ambiente digital.

A consequência mais visível dessa transformação na forma (e conteúdo) dos textos apresentados pela grande mídia impressa são as notícias com cobertura rasa, simplista, sem análises comparativas ou históricas, sem complexidade ou relativismo. Fica exposta, assim, a crise pela qual a comunicação tradicional sofre ante a vertiginosa escalada dos novos meios digitais de comunicação, em especial as redes sociais. À grande imprensa resta tentar reafirmar-se como fonte de informação segura, uma vez que ela não é mais a primeira a dar uma notícia com exclusividade, e buscar recuperar seu espaço em um mundo de comunicação pública fragmentada e diversificada.

A GRANDE IMPRENSA E AS ELEIÇÕES BRASILEIRAS

Este artigo tem por objetivo identificar alguns sinais da postura atual da grande imprensa tradicional brasileira e dos seus parceiros nas mídias digitais em um acontecimento de grande relevância social. O estudo teve como fonte matérias de jornais, revistas e portais da Internet sobre as eleições presidenciais brasileiras de 2018, consideradas as mais tensionadas e polarizadas desde 1989, quando houve a primeira escolha presidencial por voto popular após a redemocratização do país. Tal polarização resultou na oposição agressiva entre o campo da esquerda, representado pelo candidato Fernando Haddad, do Partido dos Trabalhadores (PT), e o da direita, representada pelo candidato Jair Bolsonaro, do Partido Social Liberal (PSL). O acirramento de ânimos, principalmente após o atentado sofrido pelo candidato

Bolsonaro em setembro de 2018, manifestou-se vigorosamente no ambiente digital das redes sociais, inclusive com ampla distribuição mútua de notícias manipuladas ou falsas, conforme já exposto acima.

A análise apresentada a seguir baseia-se em uma amostra representativa do universo documental inicial¹⁴⁷, composto por um *clipping* diário que inclui quatro meses de cobertura (agosto a novembro de 2018) das eleições presidenciais pelos jornais *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *O Globo*, as revistas *Veja* e *Carta Capital* e os portais de notícias *UOL* e *Poder 360*.

Notícia do jornal *Folha de S. Paulo* de 6 de agosto traz resultado de pesquisa realizada pelo Ibope e pela Confederação Nacional da Indústria (CNI), onde 84% dos eleitores consultados dizem consultar pelo menos um veículo de imprensa para buscar informações sobre candidatos:

Esse percentual inclui a televisão, o rádio, os jornais, as revistas e os veículos de notícias da Internet. Segundo o levantamento, 38% dos eleitores acessam apenas plataformas de mídia sem uso da Internet, como os jornais, para esse fim. Os entrevistados tiveram a oportunidade de apontar mais de um meio para a obtenção de dados sobre concorrentes nos pleitos.

A pesquisa mostrou que 26% dos eleitores buscam *blogs* da Internet e redes sociais para conseguir informações de candidatos. Nesse grupo de usuários digitais, 46% dos entrevistados disseram que sempre verificam se a informação obtida é verdadeira, 29% afirmaram que às vezes conferem e 25% relataram que raramente ou nunca verificam a veracidade dos conteúdos.

¹⁴⁷ BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Edição revista e actualizada. Lisboa: Edições 70, 2009, p. 123.

(...) Na lista das fontes de informação, os veículos mais citados foram televisão (62%), veículos de notícia na Internet (33%), *blogs* e redes sociais (26%), jornais e revistas impressos (17%) e rádio (17%).¹⁴⁸

A pesquisa foi realizada em junho, antes do início da propaganda eleitoral gratuita no rádio e na TV, e é interessante notar que 62% dos entrevistados apontaram a TV como fonte de informação mais utilizada, e apenas 17% citaram os jornais e revistas impressos.

Em 6 de setembro, o candidato à presidência Jair Bolsonaro, do PSL, líder nas pesquisas, sofreu um atentado na cidade de Juiz de Fora (MG). Um dia após o atentado o portal *UOL* publicou entrevista com a socióloga Esther Solano, professora da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp):

O que o atentado a faca contra Jair Bolsonaro (PSL), candidato à Presidência com a maior intenção de votos no cenário sem Luiz Inácio Lula da Silva (PT), pode significar para o futuro da campanha dele e das eleições em geral?

A socióloga Esther Solano, 35, autora de estudos sobre o que pensam os eleitores do capitão reformado do Exército e deputado federal desde 1991, afirma que o atentado deverá fortalecer a campanha presidencial dele, acentuar o antiesquerdismo e ainda dar legitimidade a propostas polêmicas, como a de armar o cidadão.¹⁴⁹

A entrevista resultou em uma matéria longa para os padrões de veiculação de notícias na Internet, provavelmente devido à importância do fato ocorrido na véspera. Perguntas de complexidade maior também fizeram parte da entrevista, como esta que

¹⁴⁸ **84% usam imprensa para se informar em eleições, diz pesquisa.** *Folha de S. Paulo*, 6/8/2018.

¹⁴⁹ AZEVEDO, Guilherme. **Ataque fortalece campanha e legitima propostas de Bolsonaro, diz socióloga.** *UOL*, 7/9/2018.

cita conceitos de “espetacularização” e “personalismo” nas mídias e na política brasileira, já abordados nas páginas iniciais do artigo:

O discurso dele, pegando um pouco desse posicionamento nas redes sociais, parece, na visão da teoria da sociedade do espetáculo [em que certos acontecimentos se transformam num show midiático, segundo o estudioso Guy Debord (1931-94)], de que a senhora também trata, essa coisa do mito, Bolsomito etc. Talvez ele se converta num elemento da cultura do espetáculo, uma personagem.

Exatamente. Bolsonaro é um elemento de cultura pop, do espetáculo. E tem aí duas coisas. A primeira é um elemento do personalismo da política, que para mim é muito típico do Brasil. As pessoas votam mais naquele candidato carismático do que no partido. A ideia de que a figura é mais importante do que a questão programática. Isso favorece Bolsonaro, porque ele tem a capacidade de expressar o que pensa, certo carisma, consegue se comunicar com populações.¹⁵⁰

Matéria do jornal *O Globo* de 11 de setembro mostra os resultados de pesquisa de intenção de voto para Governo e Senado realizada no Rio de Janeiro pelo Ibope, que incluiu, a pedido do jornal, perguntas sobre o comportamento das pessoas diante da disseminação das *fake news* e sua relação com as eleições. Apenas 10% afirmaram acreditar que conteúdos falsos não têm capacidade para influir no voto, enquanto 5% não responderam:

O Ibope perguntou ainda com que frequência os eleitores se deparam com notícias falsas. Os que responderam que recebem esse tipo de conteúdo “sempre” (33%) ou “quase sempre” (22%) foi majoritário,

¹⁵⁰ Idem.

somando 55%, enquanto uma minoria respondeu que “nunca” (16%) ou “raramente” (10%) se sentem expostos às “fake news”.

Embora os números mostrem que esse é um assunto que desperta muita atenção do eleitorado no Rio, ainda é minoritária a parcela da população que sempre procura verificar a veracidade das informações a que tem acesso. Essa foi a resposta dada por 40% dos entrevistados. A maior parte declarou que “às vezes” (25%), “raramente” (12%) ou “nunca” (21%) tenta checar se o conteúdo recebido é verdadeiro.¹⁵¹

O pedido de *O Globo* para incluir perguntas sobre *fake news* na pesquisa do Ibope sobre as eleições no Rio de Janeiro demonstra a preocupação do diário em se mostrar atento ao tema e, assim, se credenciar como veículo confiável durante o processo eleitoral. Segundo a pesquisa, a maioria dos eleitores se sente exposta às notícias, enquanto a minoria dos entrevistados procura verificar a veracidade das informações a que tem acesso.

Edição especial da revista *Veja*, comemorativa dos 50 anos do veículo e publicada em 23 de setembro, traz reportagem sobre as notícias falsas que invadem as redes sociais. A autora do texto não economiza adjetivos para desqualificar a prática:

Nas *fake news* não cabem relativismos nem discussões filosóficas sobre conceito de “verdade” – trata-se, pura e simplesmente, de informações deliberadamente enganosas. São lorotas destinadas a ludibriar os incautos, ou os nem tão incautos assim, ávidos por pendurar seus argumentos em fatos que não podem ser comprovados. O suposto desconhecimento de uns, aliado ao oportunismo de outros, ampliou o significado da expressão de forma a adequá-lo a demandas de ocasião.

¹⁵¹ CABALLERO, Miguel. **85% acham que “fake News” influenciam eleição.** *O Globo*, 11/9/2018.

Em prática inaugurada por Trump, a expressão *fake news* passou a ser usada por poderosos para classificar tudo o que a imprensa profissional publica a respeito deles e que lhes desagrada – apesar de ser invariavelmente verdadeiro. Ajuda no sucesso dessa estratégia maliciosa a popularidade dos novos meios de comunicação nascidos com a Internet.¹⁵²

A matéria aponta que a expressão ganhou com Donald Trump novo significado, passando a designar toda notícia publicada pela imprensa profissional que venha a desagradar poderosos. Está estabelecida no texto uma clara relação entre notícia verdadeira e imprensa profissional, em oposição à Internet e seus novos meios de comunicação e as *fake news*.

Em 28 de setembro o jornal *Folha de S. Paulo* publica coluna que tem como principal notícia o destaque dado pelo jornal inglês *Financial Times* à influência das redes sociais nas eleições presidenciais brasileiras:

Em reportagem de página inteira, o *Financial Times* destaca “Como a mídia social expôs as fraturas na democracia brasileira” (acima). Vê o país como “mais vulnerável a um choque político radical do que talvez qualquer outra democracia no mundo”.

O texto abre com um “guerreiro cultural” de Bolsonaro se vangloriando de “brigas online”, inclusive com o Jornal Nacional – que o FT descreve como “o telejornal mais popular, que antes da era da mídia social exercia o poder de determinar vencedores e perdedores nas eleições brasileiras”.

O jornal sublinha declaração de Marco Aurélio Ruediger, da FGV:

“Você tem uma situação em que as redes sociais estão extremamente polarizadas, e a TV foi enfraquecida como principal veículo através do

¹⁵² RODRIGUES, Anna Carolina. **O valor da mentira.** *Veja 50 anos*, 23/9/2018.

qual ganhar corações e mentes. O Brasil vai se tornar um caso a ser estudado, que vai reverberar através do mundo, porque as redes são uma força monstruosamente poderosa nesta eleição.”¹⁵³

A *Folha de S. Paulo* traz matéria de destaque em 29 de setembro lembrando o primeiro caso de repercussão no Brasil associado a boatos difundidos pela Internet, ocorrido em 2014:

A multidão, revoltada, acompanhava Fabiane Maria de Jesus, 33, arrastada e agredida numa *via crúcis* que durou cerca de duas horas. Ela acabou sendo resgatada, mas morreu dois dias depois.

Por trás do encontro improvável e não planejado entre todas essas pessoas estavam as *fake news*. O ano era 2014, ainda antes de o mundo tomar conhecimento do poder nocivo das notícias fraudulentas, que podem manipular eleições, acabar com reputações e destruir vidas. No caso de Fabiane, literalmente. Trata-se do primeiro caso de repercussão no Brasil em que boatos pela Internet serviram como fio condutor para uma história de final trágico. O primeiro alerta de que um *post* enganoso pode matar.

Dias antes do linchamento, uma página no *Facebook* chamada “Guarujá Alerta”, com 56 mil curtidas, publicou informações sobre “uma mulher que está raptando crianças para realizar magia negra”, supostamente na região.¹⁵⁴

¹⁵³ SÁ, Nelson de. **Mídia social suplanta TV e expõe "fraturas na democracia", diz FT.** *Folha de S. Paulo*, 28/9/2018.

¹⁵⁴ CARPANEZ, Juliana. **O caminho da notícia falsa que acabou em morte em Guarujá.** *Folha de S. Paulo*, 29/9/2018.

O texto da reportagem atribui às *fake news* o final trágico da história, acontecida antes de as notícias fraudulentas ficarem conhecidas pela nocividade em processos eleitorais.

A revista *Carta Capital* publica matéria de capa, em 30 de setembro, sobre a investigação da Polícia Federal no caso do atentado ao candidato Jair Bolsonaro:

Dois dias após afirmar, em entrevista à TV Globo, que Adélio Bispo, autor do atentado à faca contra o presidenciável Jair Bolsonaro, “não contou com a colaboração de ninguém”, o delegado regional de Combate ao Crime Organizado de Minas Gerais, Rodrigo Moraes, instaurou um segundo inquérito para verificar se o réu confesso tem “conexão com algum grupo ou organização criminosa”. O objetivo, esclareceu a Polícia Federal, é garantir a continuidade das apurações em virtude do curto prazo estabelecido pela legislação para a conclusão do inquérito. Na Justiça Federal, a investigação contra um indiciado preso pode durar, no máximo, 30 dias.

A movimentação contrasta com as declarações de Moraes ao *Fantástico*, da *Globo*, pouco antes da abertura do segundo inquérito. “Estamos convictos de que ele não contou com a colaboração de ninguém. Analisamos diversas imagens, outros dados, elementos colhidos que refutam a participação de terceiros na execução do atentado”, disse Moraes.

Antes ainda, tornou-se público um relatório da PF que reafirma a ação solitária do esfaqueador.

Por que, então, instaurar um novo inquérito? Os investigadores pretendem devassar os últimos dois anos da vida do agressor, com base nas informações coletadas a partir das quebras dos sigilos financeiro, telefônico e telemático. Somente assim, afirmam, poderiam afastar por completo a participação de outros no ataque. A cautela parece, contudo,

fruto de pressões políticas. “Eu não acho, tenho certeza: o autor do atentado é do PT”, antecipou-se o general Hamilton Mourão, vice de Bolsonaro, enquanto a vítima ainda era socorrida na Santa Casa de Juiz de Fora.¹⁵⁵

A reportagem coloca em dúvida a investigação da Polícia Federal sobre o atentado. Teria sido um ato isolado ou houve a participação de terceiros? Para os simpatizantes de Bolsonaro o esfaqueador agiu a mando do PT para eliminar o adversário de Fernando Haddad; para os não simpatizantes do capitão reformado tudo não passaria de uma encenação para vitimizar Bolsonaro e fazê-lo crescer nas pesquisas. A cobertura do atentado efetuada pelas mídias tradicionais e digitais dominou o noticiário por vários dias, acirrando sobremaneira a polarização no processo eleitoral e eliminando de vez qualquer possibilidade de debate público em torno de programas de governo.

O portal *UOL* repercute em 3 de outubro a visão da imprensa estrangeira sobre as eleições, com destaque para o *Financial Times*:

A disputa entre os candidatos Jair Bolsonaro (PSL) e Fernando Haddad (PT) é, para o jornal britânico *Financial Times*, sinônimo de batalha entre a extrema-direita e a extrema-esquerda. Em vídeo publicado nesta quarta-feira (3), o jornalista do FT Joe Leahy diz que o embate eleitoral entre os dois extremos é considerado um pesadelo para o mercado, e que o resultado das eleições pode condenar o Brasil a mais quatro anos de briga política.

Leahy diz que o mercado preferia o ex-governador de São Paulo Geraldo Alckmin, que não decolou nas pesquisas. Para o FT, Bolsonaro é o

¹⁵⁵ MARTINS, Rodrigo. **Bala de prata ou bala perdida?** *Carta Capital*, 30/9/2018.

primeiro candidato de extrema-direita com chances de comandar o Brasil desde que os militares estiveram pela última vez à frente do país nos anos 1980.

(...) No vídeo, o jornalista Joe Leahy ressaltou que, como em outros países, as redes sociais têm papel de destaque nas eleições de 2018 no Brasil com memes e *fake news*. O debate de políticas (públicas) foi a primeira vítima dessa eleição, disse o jornalista, que alerta para o fato de o país viver uma recessão e estar a caminho de uma crise.¹⁵⁶

Mais uma vez o jornal inglês é citado como observador das eleições brasileiras, destacando a extrema polarização entre os candidatos Jair Bolsonaro e Fernando Haddad. O *FT* também faz referência à pobreza do debate que ocorre nas redes sociais, e a falta de discussão de políticas públicas nas campanhas dos candidatos.

Também do portal *UOL* é uma reportagem publicada em 06/10/2018, que procura mostrar como se comportam os grupos de conteúdo político no aplicativo *WhatsApp*, o mais difundido entre os eleitores brasileiros:

A rede é a mais difundida entre eleitores brasileiros, utilizada por 66% deles, ou 97 milhões de pessoas, segundo a pesquisa *Datafolha* divulgada nesta semana. Chega a ser maior do que o *Facebook*, usado por 58% dos brasileiros que votam.

Segundo o próprio *WhatsApp*, 120 milhões de brasileiros usam o aplicativo. E muitos, principalmente das classes C, D e E, aderem a planos de celular com pacote restrito de dados, mas com *WhatsApp* gratuito graças a um acordo com as operadoras. Isso significa que acabam tendo acesso à Internet somente por meio do aplicativo, ou seja, sem

¹⁵⁶ **FT vê batalha entre extremos da direita e da esquerda: o que diz a imprensa de fora sobre as eleições.** *UOL*, 3/10/2018.

possibilidade de clicar em *links* ou verificar na rede a origem da informação.

Ao menos no Brasil, o *WhatsApp* deixou de ser apenas um aplicativo de mensagens instantâneas. É uma rede social também, com grupos públicos, desordenados e extremamente dinâmicos de até 256 integrantes nos quais se entra por meio de *links* divulgados em *sites* ou em redes sociais. Pessoas do Brasil inteiro que não se conhecem conversam pelos grupos. É bem diferente, portanto, dos grupos privados de famílias, amigos, colegas.¹⁵⁷

O jornal *O Globo* publicou em 7 de outubro, dia do primeiro turno das eleições, em uma coluna na página reservada à opinião do jornal, uma análise do momento político vivido no país e o tom utilizado nas campanhas dos candidatos:

O horário eleitoral na TV, que inflacionava as negociações entre os partidos, virou mercadoria obsoleta. Quem conseguiu mais de cinco minutos de propaganda empacou nas pesquisas. Quem ficou com apenas oito segundos disparou na frente. A discussão política migrou para a tela do celular. Notícias e boatos passaram a se confundir na terra sem lei do *WhatsApp*. O TSE anunciou uma força-tarefa para combater as *fake news*. Ficou só na promessa. Às vésperas da eleição, a boataria se espalhava à vontade pelas redes. A máquina do governo também deixou de importar. O candidato oficial do Planalto teve desempenho de nanico. O presidente mais impopular da História foi esquecido por candidatos e eleitores. Não serviu nem como saco de pancadas, como José Sarney em 1989. O país chegou à eleição na bancarrota. Pelas contas do IBGE, 27 milhões de

¹⁵⁷ GRAGNANI, Juliana. *Fake news na eleição: uma semana dentro de 272 grupos políticos no WhatsApp*. UOL, 6/10/2018.

trabalhadores estão desempregados ou subutilizados. Mesmo assim, a economia não foi o principal tema da campanha. O debate se deslocou para o campo moral e para os costumes.¹⁵⁸

Também no dia do primeiro turno das eleições o portal *UOL* publica matéria sobre agressões a profissionais de comunicação relacionadas à política em 2018:

A Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) registrou pelo menos 130 agressões a profissionais da comunicação em situações relacionadas a política e eleições em 2018. Do total, foram 59 ocorrências de ataques físicos e outras 71 em meios digitais.

Um país que não compreende a diferença entre crítica ao trabalho jornalístico e violência contra profissionais da imprensa coloca a democracia e a si próprio em grave risco, diz a Abraji, em uma das notas que relatam casos de agressão.

Entre as situações mencionadas pelo *site* da Abraji está a dos jornalistas que assinam reportagem da revista *Veja* sobre acusações de ex-mulher de Jair Bolsonaro (PSL) contra o candidato a presidente. Os perfis dos repórteres Nonato Viegas e Thiago Bronzatto foram inundados por xingamentos, comentários homofóbicos e ameaça de agressão.¹⁵⁹

A matéria relata ocorrências de ataques físicos e digitais em mais um sinal claro de que a polarização extrema obscureceu qualquer tentativa de debates sobre políticas públicas durante as eleições, quaisquer que fossem as mídias utilizadas.

Em nova matéria sobre a repercussão externa das eleições brasileiras, o portal *UOL* publicou em 10 de outubro:

¹⁵⁸ FRANCO, Bernardo Mello. **A eleição da incerteza.** *O Globo*, 7/10/2018.

¹⁵⁹ ROCHA, André Ítalo. **Abraji registra pelo menos 130 agressões a profissionais da comunicação.** *UOL*, 7/10/2018.

Bolsonaro ou a tirania da maioria é o título do artigo publicado na seção de opinião do conservador *Le Figaro*, assinado por Alexis Karklins-Marchay. Ele cita vários fenômenos antissistema que chacoalham o mundo: como a eleição de Donald Trump nos Estados Unidos, as controversas decisões do premiê húngaro, Viktor Orban, e do ministro italiano do Interior, Matteo Salvini, além da volta de partidos populistas em vários países europeus. A emergência de Bolsonaro constitui apenas uma manifestação suplementar de um fenômeno que parece se estender de maneira inexorável, diz o texto.

No artigo, Karklins-Marchay justifica esses fenômenos, dizendo que as pessoas se submetem a líderes contra o sistema, porque eles prometem restaurar o poder e a grandeza de um país (...) evocando valores religiosos, enaltecendo um passado através da nostalgia, denunciando as elites, o politicamente correto e as ideias progressistas como se elas fossem culpadas de terem enfraquecido e ameaçado a nação. Esses líderes se aproveitam de um cansaço geral, de governos esgotados, cidadãos desiludidos e preocupações legítimas sobre o futuro do planeta.¹⁶⁰

A análise do diário francês *Le Figaro* reproduzida pelo *UOL* compara o que acontece no Brasil a outros fenômenos antissistema que ocorrem pelo mundo, mas a influência das redes sociais não é considerada na análise.

Em 19 de outubro coluna do jornal *O Estado de São Paulo* chama a atenção para o fenômeno das *fake news* nas eleições brasileiras, notadamente as enviadas por *WhatsApp*:

¹⁶⁰ **Bolsonaro representa a tirania da maioria, diz artigo do *Le Figaro*.** *UOL*, 10/10/2018.

A Internet é um bicho ainda tão novo que não é possível imaginar as consequências de decisões. Mas *WhatsApp* é o ambiente digital onde a imprensa não entrou, e isto foi por conta da estratégia corporativa do *Facebook*. Pois esta decisão, lá de trás, está diretamente ligada à campanha sórdida que marca este pleito brasileiro.

A questão é simples: no digital, o que funciona é o que está à mão. A imprensa não põe seu conteúdo e o distribui para milhões de pessoas no *WhatsApp*. Porque não pode. Quem põe seu conteúdo no *WhatsApp* e o distribui para milhões são agências que operam às sombras. Notícias verdadeiras não estão a um encaminhar de distância. Notícias falsas, sim. E aos montes.

O *WhatsApp* implementou medidas para conter *fake news*. Diminuiu o número de encaminhamentos autorizados, por exemplo. A turma do marketing obscuro descobriu que, enviando mensagens a partir de números estrangeiros, a regra podia ser burlada, os filtros de *spam* ignorados. Ou seja: para os profissionais, as medidas foram inócuas.¹⁶¹

O jornal *Folha de S. Paulo* divulgou, em 26 de outubro, resultado de pesquisa sobre a credibilidade do que é divulgado aos eleitores via *WhatsApp*:

Metade dos eleitores acredita nas notícias enviadas via *WhatsApp*, aplicativo de troca de mensagens, segundo pesquisa Datafolha. Para 47% dos entrevistados, as informações que foram enviadas para eles são confiáveis. Já 53% dos eleitores dizem não acreditar nelas. O levantamento foi feito nos dias 24 e 25 de outubro de 2018, com 9.173 entrevistas presenciais em 341 municípios. A margem de erro máxima é de 2 pontos percentuais para mais ou para menos.

¹⁶¹ DORIA, Pedro. *WhatsApp faz do Brasil case mundial*. *O Estado de S. Paulo*, 19/10/2018.

Ainda segundo a pesquisa, o *WhatsApp* é a rede ou aplicativo social mais utilizado pelos eleitores: 65% têm conta, sendo que 24% o utilizam para compartilhar notícias sobre políticas e eleições. Entre os homens, 63% têm *WhatsApp*, e 27% utilizam para difundir conteúdo sobre política e eleições – ou seja, a relação de usuários que compartilham notícias fica em 43%. Na fatia de mulheres, 66% têm conta, e 22% compartilham notícias políticas e eleitoras, numa relação de 33% de usuárias ativas. Tanto em alcance quanto em taxa de engajamento na difusão de conteúdo político e eleitoral, o segmento mais ativo no *WhatsApp* é o de eleitores de Jair Bolsonaro.¹⁶²

Ao realizar pesquisa sobre a confiabilidade das notícias enviadas via *WhatsApp* o jornal *Folha de S. Paulo* revela a preocupação com o assunto e indica que entre os temas mais constantes na mídia durante o processo eleitoral brasileiro não estiveram discussões sobre o que os candidatos pretendiam fazer se fossem eleitos, por exemplo.

Em 27 de outubro o portal *Poder 360* publica matéria sobre o comportamento do candidato Jair Bolsonaro em relação à imprensa:

De acordo com dados do projeto Ctrl+X , da Abraji (Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo), o candidato do PSL é o 2º político da história que mais tentou ocultar notícias negativas e *posts* críticos a seu respeito. Nestas eleições, Bolsonaro moveu 24 processos para retirada de conteúdo do ar. Entre as ações, há pedido de exclusão de reportagem da *Folha de S. Paulo*, que denuncia um esquema de compra de envio de mensagens em massa no aplicativo *WhatsApp* que seria bancado por

¹⁶² PASSOS, Paulo. **Metade acredita em notícias no *WhatsApp***. *Folha de S. Paulo*, 26/10/2018.

empresários favoráveis a Bolsonaro. Os contratos chegariam até R\$ 12 milhões. O militar e executivos citados na reportagem negaram qualquer envolvimento.¹⁶³

A matéria destaca a denúncia do jornal *Folha de S. Paulo* de compra, por empresários favoráveis a Bolsonaro, de envio de mensagem em massa via *WhatsApp*. A partir desta denúncia, o candidato entrou em rota de colisão com o jornal, conforme podemos verificar nesta reportagem publicada pelo próprio diário paulista em 31 de outubro:

Associações de jornalistas profissionais e organizações de defesa dos direitos humanos manifestaram repúdio às declarações que o presidente eleito Jair Bolsonaro (PSL) disse em entrevista ao *Jornal Nacional* contra a *Folha* na segunda-feira (29).

Na ocasião, Bolsonaro afirmou que “no que depender de mim, imprensa que se comportar de maneira indigna não terá recursos do governo federal”. O presidente eleito, depois, completou: “Por si só esse jornal [Folha] se acabou”.

Para as organizações, o presidente eleito não deveria cogitar usar cortes de verbas oficiais para retaliar jornais. Além disso suas declarações alimentam um clima de confronto com a mídia que é contraproducente. As entidades também defendem que a liberdade de atuação de uma imprensa livre e crítica é fundamental para que a democracia funcione.¹⁶⁴

¹⁶³ **Saiba o que Bolsonaro e aliados falam sobre imprensa nas redes sociais.** *Poder 360*, 27/10/2018.

¹⁶⁴ HOUS, Débora Sögur e BRANDINO, Géssica. **Fala de Bolsonaro sobre *Folha* é alvo de repúdio de entidades.** *Folha de S. Paulo*, 31/10/2018.

A ameaça de Jair Bolsonaro de cortar verbas oficiais destinadas a jornais “que se comportarem de maneira indigna”, feita em rede nacional no telejornal de maior audiência no país, dominou a pauta da mídia e deixou a população novamente sem conhecer com mais detalhes programas de governo do presidente recém-eleito.

Em 1º de novembro o jornal *O Globo* realizou um balanço de sua atuação durante a campanha eleitoral:

O GLOBO ofereceu aos leitores, nestas eleições, notícias exclusivas, análises, entrevistas, debates e a sátira política de Adnet. Na campanha eleitoral mais acirrada desde a redemocratização do país, O GLOBO alcançou números históricos que revelam a busca do eleitor por informação de qualidade e análise precisa. As vendas de assinaturas tiveram aumento de 30%, enquanto a audiência do conteúdo das páginas no *site* cresceu 109%. Notícias exclusivas, análises em profundidade, artigos, entrevistas com todos os candidatos e debates entre os concorrentes ao governo do Rio foram levados ao público, em todas as plataformas. A sátira política de Marcelo Adnet virou febre nacional, e já alcançou a marca de mais de 35 milhões de visualizações. A agilidade da reportagem também se fez presente em 6 de setembro, quando O GLOBO noticiou, em primeira mão, o atentado contra o presidente eleito Jair Bolsonaro.¹⁶⁵

Alvo preferencial de Bolsonaro, o jornal *Folha de S. Paulo* também publicou um balanço, em 4 de novembro. Este foi destinado, porém, a contabilizar os ataques do presidente eleito à imprensa:

A *Folha* foi o alvo preferencial de Bolsonaro até agora. Foram 36 ataques desde o início do ano, sendo 16 somente em outubro. Em segundo lugar, com 27 casos, aparecem veículos da *Globo*, incluindo a emissora de

¹⁶⁵ **Notícia, análise e humor na campanha.** *O Globo*, 1/11/2018.

televisão aberta, o canal pago de notícias *GloboNews*, o jornal *O Globo* e a revista *Época*.

O jornal *O Estado de S. Paulo* e a revista *Veja* foram alvo quatro vezes cada um. Em outros 54 episódios, os ataques de Bolsonaro não foram endereçados a nenhum veículo de comunicação, mas à imprensa como um todo.

Bolsonaro se manifestou sempre que se viu atingido por reportagens críticas, como levantamentos sobre a evolução de seu patrimônio, a descoberta de uma funcionária fantasma de seu gabinete em Angra dos Reis (RJ) e a revelação de que empresários impulsionaram disparos de mensagens por *WhatsApp* contra o PT.¹⁶⁶

Os números publicados pela *Folha de S. Paulo* indicam que os ataques à imprensa perpetrados pelo presidente eleito não fizeram parte somente de uma estratégia para encobrir assuntos desagradáveis ao candidato e auxiliá-lo a vencer as eleições: uma vez no poder, Bolsonaro pretende atingir a receita desses veículos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como já foi dito anteriormente, as eleições presidenciais de 2018 no Brasil foram atípicas e tensionadas ao extremo, marcadas por características completamente inéditas em processos eleitorais anteriores, principalmente no que tange ao comportamento dos candidatos em relação à forma de conduzirem suas campanhas.

Assim, ao analisarmos algumas características mais visíveis do discurso da mídia tradicional e dos portais noticiosos que fizeram parte desta observação, foi possível deduzir que a cobertura das eleições gravitou, em grande parte, em torno de

¹⁶⁶ **Ataques de presidente eleito à imprensa chegaram a 10 por semana em outubro.** *Folha de S. Paulo*, 4/11/2018.

temas alheios ao que poderíamos chamar de agenda pública. Ou seja, não se noticiaram divergências em torno dos programas de governo e projetos sociais dos candidatos e partidos, e o que se viu foi uma agenda tomada pelas discussões em torno de valores morais que se desenrolavam nas redes sociais e nos aplicativos de trocas de mensagens, notadamente o *WhatsApp*, plataforma usada em grande escala para disseminação de notícias falsas ou manipuladas nestas eleições, assim como o *Facebook* foi utilizado com o mesmo propósito nas eleições nos Estados Unidos em 2016.

As dificuldades enfrentadas pela mídia tradicional nestas eleições brasileiras, ficando a reboque do que foi discutido e disseminado nas mídias sociais, refletem a crise global da imprensa e da comunicação como um todo, em um tempo que podemos chamar de pós-televisão, gerada pela revolução digital e pelo surgimento das redes interativas (CUNHA, 2018, p.75).

Mesmo com essa crise e no caso específico das eleições brasileiras, veículos tradicionais como os jornais impressos *Folha de S. Paulo*, *O Globo* e *O Estado de São Paulo* comemoraram, ao final do processo, aumento no número de assinaturas dos jornais e recordes de audiência em seus portais na Internet, motivadas pelo interesse inédito dos eleitores despertado pela polarização da disputa.

Porém, tal fenômeno de crescimento de veículos de mídia tradicional em um cenário global adverso, ocorrido durante a cobertura de um processo eleitoral considerado atípico, não se mostra suficiente para a equalização de forças entre a imprensa e mídias tradicionais e as mídias sociais digitais, nem parece deter a hegemonia das grandes empresas globais da Internet como *Google*, *Facebook* e *Twitter*, tampouco a capacidade destas no rebaixamento do debate público e a sua influência em eleições que se pretendem democráticas, na medida em que tais plataformas permitem com mais facilidade e em escala gigantesca a circulação de notícias mentirosas ou manipuladas sem sofrerem maiores restrições pelos poderes constituídos nos países em que estão instaladas, ao se declararem apenas aplicativos e não geradoras de conteúdo.

Nas eleições presidenciais brasileiras de 2018 o caso a ser estudado deverá ser o uso indiscriminado do aplicativo *WhatsApp*, originalmente concebido para troca de mensagens, mas usado como rede social pelos eleitores e candidatos e que só no ano de 2019 iniciou mudanças em sua política de distribuição de mensagens.

REFERÊNCIAS

- ABRANCHES, SÉRGIO. A ERA DO IMPREVISTO: A GRANDE TRANSIÇÃO DO SÉCULO XXI. SÃO PAULO: COMPANHIA DAS LETRAS, 2017.
- BARDIN, LAURENCE. ANÁLISE DE CONTEÚDO. EDIÇÃO REVISTA E ACTUALIZADA. LISBOA: EDIÇÕES 70, 2009.
- BAUDRILLARD, JEAN. PARA UMA CRÍTICA DA ECONOMIA POLÍTICA DO SIGNO. SÃO PAULO: MARTINS FONTES, S.D.
- CASTELLS, MANUEL. REDES DE INDIGNAÇÃO E ESPERANÇA: MOVIMENTOS SOCIAIS NA ERA DA INTERNET. RIO DE JANEIRO: ZAHAR, 2013.
- CUNHA, ISABEL FERIN. “A GLOBALIZAÇÃO DA CRISE: CONTEXTOS REGIONAIS E A QUESTÃO DO ‘POPULISMO MEDIÁTICO’”. IN: COSTA, MARIA CRISTINA CASTILHO, BLANCO, PATRÍCIA (ORGS.). PÓS-TUDO E A CRISE DA DEMOCRACIA. SÃO PAULO: PALAVRA ABERTA, 2018. P. 61-78.
- DEBORD, GUY. A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO. RIO DE JANEIRO: CONTRAPONTO, 1997.
- LIPOVETSKY, GILLES E SERROY, JEAN. A ESTETIZAÇÃO DO MUNDO: VIVER NA ERA DO CAPITALISMO ARTISTA. SÃO PAULO: COMPANHIA DAS LETRAS, 2015.
- MARCONDES FILHO, CIRO. O CAPITAL DA NOTÍCIA. SÃO PAULO: ÁTICA, 1986.

ARTIGOS E REPORTAGENS

- ATAQUES DE PRESIDENTE ELEITO À IMPRENSA CHEGARAM A 10 POR SEMANA EM OUTUBRO. FOLHA DE S. PAULO, 4/11/2018.
- AZEVEDO, GUILHERME. ATAQUE FORTALECE CAMPANHA E LEGÍTIMA PROPOSTAS DE BOLSONARO, DIZ SOCÍLOGA. UOL, 7/9/2018.
- BOLSONARO REPRESENTA A TIRANIA DA MAIORIA, DIZ ARTIGO DO LE FIGARO. UOL, 10/10/2018.
- CABALLERO, MIGUEL. 85% ACHAM QUE “FAKE NEWS” INFLUENCIAM ELEIÇÃO. O GLOBO, 11/9/2018.
- CARPANEZ, JULIANA. O CAMINHO DA NOTÍCIA FALSA QUE ACABOU EM MORTE EM GUARUJÁ. FOLHA DE S. PAULO, 29/9/2018.

DORIA, PEDRO. WHATSAPP FAZ DO BRASIL CASE MUNDIAL. O ESTADO DE S. PAULO, 19/10/2018.

FRANCO, BERNARDO MELLO. A ELEIÇÃO DA INCERTEZA. O GLOBO, 7/10/2018.

FT VÊ BATALHA ENTRE EXTREMOS DA DIREITA E DA ESQUERDA: O QUE DIZ A IMPRENSA DE FORA SOBRE AS ELEIÇÕES. UOL, 3/10/2028.

GRAGNANI, JULIANA. FAKE NEWS NA ELEIÇÃO: UMA SEMANA DENTRO DE 272 GRUPOS POLÍTICOS NO WHATSAPP. UOL, 6/10/2018.

HOUS, DÉBORA SÖGUR E BRANDINO, GÉSSICA. FALA DE BOLSONARO SOBRE FOLHA É ALVO DE REPÚDIO DE ENTIDADES. FOLHA DE S. PAULO, 31/10/2018.

MARTINS, RODRIGO. BALA DE PRATA OU BALA PERDIDA? CARTA CAPITAL, 30/9/2018.

NOTÍCIA, ANÁLISE E HUMOR NA CAMPANHA. O GLOBO, 1/11/2018.

84% USAM IMPRENSA PARA SE INFORMAR EM ELEIÇÕES, DIZ PESQUISA. FOLHA DE S. PAULO, 6/8/2018.

PASSOS, PAULO. METADE ACREDITA EM NOTÍCIAS NO WHATSAPP. FOLHA DE S. PAULO, 26/10/2018.

ROCHA, ANDRÉ ÍTALO. ABRAJI REGISTRA PELO MENOS 130 AGRESSÕES A PROFISSIONAIS DA COMUNICAÇÃO. UOL, 7/10/2018.

RODRIGUES, ANNA CAROLINA. #21 A VERDADE: O VALOR DA MENTIRA. VEJA 50 ANOS, 23/9/2018.

SÁ, NELSON DE. MÍDIA SOCIAL SUPLANTA TV E EXPÕE "FRATURAS NA DEMOCRACIA", DIZ FT. FOLHA DE S. PAULO, 28/9/2018.

SAIBA O QUE BOLSONARO E ALIADOS FALAM SOBRE IMPRENSA NAS REDES SOCIAIS. PODER 360, 27/10/2018.

A SUPERFICIALIDADE E O INFOENTRETENIMENTO NA COBERTURA DAS ELEIÇÕES DE 2018

PROF. ME. LUCIANO SOMENZARI¹⁶⁷

Uma das ocorrências mais importantes nos processos de funcionamento das democracias modernas acontece nos períodos eleitorais, momentos nos quais é reavaliado o governo em exercício, assim como as propostas dos candidatos que disputam o pleito eleitoral. Embora seja óbvio, é de se esperar que os atores e as instituições envolvidas em tão importante processo, sobretudo os meios de comunicação, permitam e busquem proporcionar à opinião pública (no caso mais específico aqui, os eleitores) um conjunto sequencial de informações, dados, análises e opiniões que auxiliem o cidadão para o seu momento decisivo na urna de votação.

¹⁶⁷ Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP.

No caso da eleição presidencial de 2018, à luz da cobertura realizada pelos jornais e revistas, além dos *sites* noticiosos *UOL* e *Poder 360*, objetos de análise desta pesquisa, ocorreu um fenômeno que vem se repetindo com frequência nos últimos pleitos eleitorais: a publicação de matérias com informações predominantemente superficiais.

De fato, isso vem acompanhando uma certa tendência no jornalismo, a de priorizar o instantâneo, o fugaz, com conteúdo curto e de “fácil” entendimento. Dentro dessa tendência, iremos destacar neste capítulo aquilo que vem sendo denominado infoentretenimento e suas características, também bastante presente nas últimas eleições brasileiras.

Mas antes de entrarmos mais especificamente no conceito desse fenômeno, destacamos uma decorrência quase direta desse estilo “breve” de se produzir notícias e que nos servirá de exemplo prático do que aconteceu na cobertura jornalística das eleições presidenciais: a ausência de informações relevantes, análises aprofundadas e debates temáticos quanto aos programas de governos dos candidatos.

O Brasil, na sua complexidade de país continental, requer um mínimo de discussão e transparência nas informações no momento de eleger seu principal mandatário, a fim de que se possa interpretar as propostas apresentadas para o enfrentamento dos grandes desafios nacionais e internacionais. Um país do ponto de vista político que ainda atravessa as consequências de um tumultuado e controverso processo de *impeachment* aprovado em 2016 da então presidente Dilma Rousseff, eleita com mais de 54 milhões de votos em 2014. No aspecto econômico, sofre as agruras de uma crise que gera quase 13 milhões de desempregados, em conjunto às 65,5 milhões de pessoas que nem trabalham nem conseguem procurar emprego, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE). O Brasil é um país que pede urgência em soluções concretas, sobretudo aos contingentes mais carentes da população.

Nos gigantescos desafios postos diante de todos encontram-se basicamente o papel do Estado e a margem de atuação do mercado, ou da chamada iniciativa privada

na sociedade. A partir dessa premissa, o que se propõe para lidar com questões fundamentais que envolvem o futuro do Brasil? Alguns exemplos: de que maneira se sustentaria o crescimento econômico, a distribuição de renda e os investimentos públicos? Que tipo de Saúde, Educação, Segurança, Ciência e Tecnologia devemos buscar? Quais as prioridades? Na Saúde, haverá mais espaço para grupos privados atuarem, ou o Sistema Único de Saúde (SUS) previsto na Constituição deverá ser aprimorado? A bandeira da Educação Pública de Qualidade será abraçada ou abandonada? A Cultura terá incentivo? De que tipo? Haverá robusta política pública para o Saneamento Básico, por exemplo? Este elemento fundamental para se alcançar indicadores civilizados de saúde pública, uma vez que cerca de 35 milhões de brasileiros não têm acesso a água tratada e metade não se utiliza dos serviços de coleta de esgoto, de acordo com dados do IBGE. E os assuntos relacionados ao Meio Ambiente e à questão Agrária? Grandes proprietários de terras e mono produtores agrícolas para exportação continuarão a receber incentivos estatais? Haverá prioridade para os pequenos e médios produtores rurais, responsáveis por boa parte dos alimentos da mesa dos brasileiros? Como deveria ser feito o combate à violência urbana e rural? Prevenção? Policiamento ostensivo? Aumentar vagas nas prisões? Armar a população? Criar oportunidades de cultura, lazer e trabalho para os jovens? No que se refere aos temas que ultrapassam as nossas fronteiras de país, qual o posicionamento que o Brasil deve seguir na geopolítica internacional? Aliar-se aos grandes países do Norte? Correr em raia própria buscando apoio de nações em condições equivalentes de desenvolvimento? Ter mais voz ativa em organismos internacionais como FMI (Fundo Monetário Internacional), ONU (Organização das Nações Unidas) e OMC (Organização Mundial do Comércio)?

Evidentemente que a lista é grande, assim como a complexidade de um país como o Brasil. E é em razão dessa particularidade que a campanha eleitoral dos candidatos à Presidência da República poderia e deveria ser instigada pela imprensa a trazer a público os detalhes das propostas dos respectivos postulantes ao cargo máximo da Nação. Ocorre que à exceção de uma ou outra reportagem, pouco se falou

dos assuntos mais prementes, que direta ou indiretamente envolve o cotidiano do eleitor, seus direitos, sua melhoria de vida com qualidade e as plenas condições de sobrevivência com moradia, saúde e educação dignas.

Uma ampla reportagem publicada no *UOL*, que pode ser considerada uma exceção a essa cobertura, produzida pela *BBC Brasil* no Rio de Janeiro, no dia 6 de outubro, portanto na véspera da votação do primeiro turno da eleição, mostrava o drama de jovens da periferia do Rio que não conseguem trabalho, nem oportunidade de estudo, os chamados “nem-nem”. A reportagem destacava o problema como um dos grandes desafios do próximo presidente. No texto da *BBC*, 11 milhões de brasileiros de idades entre 15 e 29 anos nem estudam e nem trabalham no Brasil, segundo dados do IBGE.¹⁶⁸ Em muitos casos a situação chegou a esse ponto devido a fatores como os obstáculos relacionados à pobreza, educação deficiente, falta de estrutura familiar, de redes de apoio, de exemplos positivos e desigualdade de gênero, entre outros, de acordo com especialistas ouvidos pela reportagem.

Contudo, o texto da *BBC* não mencionava nenhuma proposta dos candidatos para a questão, a partir dos respectivos programas de governo, limitando-se a dizer, pelo depoimento da coordenadora do mestrado profissional em Economia do Insper¹⁶⁹ Regina Madalozzo, que embora esse problema da juventude figure em alguns programas de governo, ele não aparece com espaço e importância proporcional à gravidade da situação.

Outra reportagem que pode ser destacada como exceção na cobertura sobre as propostas dos candidatos foi publicada em 13 de outubro pelo jornal *O Globo*, já no período de campanha do segundo turno da eleição, onde disputaram os candidatos Jair Bolsonaro (PSL) e Fernando Haddad (PT). Nela, o jornal carioca aborda o tema da saúde suplementar, afirmando que políticas públicas que poderiam lidar com planos

¹⁶⁸ CARNEIRO, Julia Dias. **Os jovens sem trabalho e estudo que serão desafio para próximo presidente.** *UOL*, 6/10/2018.

¹⁶⁹ O Insper (Instituto de Ensino e Pesquisa) é um instituto de ensino superior que oferece cursos em Negócios, Economia, Direito e Engenharia. Foi criado em São Paulo em 1999, derivado do Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais.

de saúde privados, usados por um a cada cinco brasileiros, ficam à margem do debate eleitoral.¹⁷⁰ De acordo com o texto, o setor que movimentou R\$ 179,3 bilhões em 2017 aparece em uma única linha do programa de governo do candidato Jair Bolsonaro: “Todo médico brasileiro poderá atender a qualquer plano de saúde”, diz a proposta lacônica do programa.

No programa de Fernando Haddad, o texto de *O Globo* informa que a saúde suplementar ocupa um parágrafo do material do candidato. No item que trata da “Saúde como direito fundamental”, o programa afirma que o governo do então presidente Michel Temer (PMDB) criou regras que prejudicam os usuários de planos de saúde, rejeita a proposta dos chamados “planos populares”, com coberturas restritas e mensalidades de valores baixos, e afirma que a Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) e a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) são essenciais para “reduzir os gastos dos trabalhadores, das famílias e dos empregadores com remédios, planos, médicos e hospitais”.

A reportagem continuou dizendo que diante da falta de informações mais detalhadas nos programas, foi enviado um questionário com perguntas para as duas campanhas abordando assuntos como aumento de preços, custos do setor, oferta de serviços e regulação pela ANS. Os responsáveis pela campanha de Jair Bolsonaro não responderam aos contatos, feitos por e-mail, *WhatsApp* e telefone, informou *O Globo*. A campanha do candidato do PT respondeu por e-mail que o “setor suplementar precisa atuar de forma articulada com o SUS para garantir mais saúde à população”. Ainda de acordo com a resposta da campanha do PT, *O Globo* destaca que foi dito que Haddad trabalharia com o setor para identificar medidas que garantissem a sustentabilidade das operadoras, mas que oferecessem um modelo de atenção mais integral e voltado para os usuários. O novo governo, acrescentou a campanha, iria cobrar mais transparência dos planos e a implantação de prontuários eletrônicos – medida que prevê o compartilhamento de dados entre o SUS e a rede privada, visando

¹⁷⁰ CASEMIRO, Luciana. **Plano de Saúde: Usado por 1 em cada 5 brasileiros, serviço fica à margem do debate.** *O Globo*, 13/10/2018.

a elevar a eficiência no atendimento. A campanha faz a ressalva de que é necessário proteger dados sensíveis dos cidadãos. Além disso, outra proposta é introduzir formas de controle do reajuste dos planos coletivos, que representam a maioria do mercado, mas não são regulados pela ANS.

De um modo geral, quase nada mais foi explorado quanto às plataformas de governos dos postulantes ao Palácio do Planalto. Com base nas mais de 2.500 matérias consultadas no período de campanha eleitoral, até o dia da eleição do segundo turno, podemos dizer que a cobertura dos meios de comunicação pesquisados girou basicamente em torno de alguns principais temas-eixos que procuramos descrever a seguir:

1. Disputas judiciais para tentar garantir a candidatura do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, líder das pesquisas de opinião, mas preso sem ter sido julgado nos tribunais de última instância na Justiça, o que poderia lhe permitir disputar as eleições;
2. Episódio da facada contra o segundo colocado nas pesquisas de opinião, Jair Bolsonaro, em plena campanha na cidade mineira de Juiz de Fora, e o acompanhamento do seu processo de reabilitação da saúde;
3. Credibilidade da urna eletrônica, uma vez que o candidato Jair Bolsonaro deu várias declarações afirmando que tal equipamento poderia ser fraudado em benefício das candidaturas adversárias, principalmente do PT;
4. Preocupação com as *fake news* e maneiras de identificá-las, sendo assunto encampado, inclusive, pelo ministro do Supremo Tribunal Federal Luiz Fux;
5. Desempenho na corrida eleitoral dos candidatos e estratégias eleitorais, incluindo “bastidores” das campanhas, sobretudo os desentendimentos internos entre seus dirigentes, além da divulgação e comentários sobre os resultados de pesquisas eleitorais;

6. Denúncias de Caixa 2 e uso irregular de *WhatsApp* na disseminação de informações falsas realizadas pela campanha de Jair Bolsonaro, com reportagens que predominaram no segundo turno da campanha.

Embora sejam assuntos evidentemente de interesse público e, portanto, passíveis de publicação, acabaram servindo para encobrir outros temas mais importantes no que diz respeito às ações concretas do futuro governo, como já foi mencionado.

MUDANÇAS DAS REGRAS ELEITORAIS E O Esvaziamento das Campanhas

Existe, contudo, um fator de extrema importância que precisa ser considerado para entendermos melhor a dinâmica das últimas campanhas eleitorais e conseqüentemente sobre a qualidade dos debates políticos e da cobertura de imprensa. Trata-se das mudanças das regras aprovadas ainda em 2016 pelo Congresso Nacional, através de um projeto de reforma política que impõe uma série de restrições aos candidatos. As principais delas são a redução do tempo permitido de campanha nas ruas, que passou de 90 para 45 dias, e do período de propaganda dos candidatos no rádio e na TV, diminuído de 45 para 35 dias.

Diminuir o tempo de campanha significou reduzir a possibilidade de candidatos levarem suas plataformas ao eleitorado, em outras palavras, encolheu-se o tempo de apresentação de propostas políticas e, por conseguinte, prejudicando os debates e discussões que são fundamentais para esclarecimentos dos eleitores. A interpretação de boa parte dos cientistas políticos sobre a nova regra é a de que esta beneficia sobremaneira os partidos e candidatos que já estão dentro do sistema

político, isto é, dos que detêm mandato, podem se beneficiar da máquina pública e já são mais conhecidos pela população. Com menos chances aos novos candidatos, a renovação política, necessária no jogo democrático, acaba ficando cada vez mais difícil. Também foi prejudicial aos partidos políticos que possuem militantes ativos em suas fileiras, encurtando o prazo para irem às ruas disputar voto a voto no processo de convencimento dos eleitores.

A redução dos dias de propaganda nas mídias eletrônicas (rádio e TV) é outro fator que não contribui para melhorar o debate. Embora seja um espaço muito criticado, principalmente por servir muitas vezes de arena de ataques pessoais entre candidatos, a chamada propaganda eleitoral gratuita ainda é uma importante fonte de informações para boa parte da população, com destaque para os que não têm acesso à Internet. No caso brasileiro, mais de um terço (39%) dos domicílios ainda não se conectaram à rede mundial de computadores. Segundo uma pesquisa TIC Domicílios de 2017, divulgada pelo Comitê Gestor da Internet (CGI.br), são cerca de 27 milhões de residências desconectadas.

O que se vê nas últimas eleições brasileiras de maneira mais contundente, tanto para a escolha de prefeitos e vereadores, como a de governadores, deputados, senadores e presidente da República, é um processo contínuo de perda da qualidade nas discussões dos assuntos em pauta. Temas ligados à cidadania, direitos, funções políticas dos eleitos, democracia, movimentos sociais e plataforma de governo, por exemplo, são abordados (quando os são) de forma extremamente superficial e até distorcida. Haveria uma série de explicações para essas ocorrências, sendo, talvez, a principal a histórica falta de formação política e educacional da grande maioria da população. No entanto, não cabe neste texto identificar as razões desse problema, demasiadamente complexo e que exigiria muito mais pesquisas, tempo e espaço para sua elucidação. Ocorre que essa forte tendência pela “superficialidade” no tratamento de temas políticos contaminou a cobertura da imprensa, incluindo jornais e revistas que a rigor deveriam tratar essas questões de maneira mais aprofundada.

Mas há um aspecto fundamental dentro desse fenômeno que precisa ser levado em consideração para o seu melhor entendimento: a Internet e o uso das mídias sociais. Pela primeira vez, a Internet superou a TV como principal veículo de informação aos eleitores, e o indício mais forte disso se verificou pelo desempenho eleitoral do candidato do PSDB, Geraldo Alckmin, cuja campanha detinha quase a metade de todo o tempo na propaganda gratuita, mas terminou o primeiro turno com 4,7% dos votos, resultado muito aquém para um ex-governador do principal estado da Federação (São Paulo) e à frente de um partido político que governou o país entre 1995 e 2002. Por outro lado, Jair Bolsonaro que ocupava pouco mais de 1% de tempo na TV, mas investiu nas mídias digitais, foi para o segundo turno em primeiro lugar na votação. A *Folha de S. Paulo* publicou reportagem no dia 7 de outubro com mais informações sobre o fato com o título: **Internet supera TV em influência na eleição.**¹⁷¹

Pelo levantamento da *Folha*, Bolsonaro concentrou 42% das curtidas dadas à candidatas à Presidência no *Facebook*, Alckmin, por sua vez, tinha menos de 1/6 do número de seguidores em comparação ao candidato do PSL. A reportagem diz ainda que o aplicativo de celular *WhatsApp* foi muito usado pela campanha de Bolsonaro e pelos seus seguidores, “muitas vezes ancoradas em mensagens com informações falsas”, completa o texto do jornal.

É importante frisar que o conteúdo da campanha do candidato do PSL sempre esteve carregado de conceitos moralistas, homofóbicos, antifeministas, contra o “comunismo”, em defesa de medidas violentas como único remédio para combater a violência e de ataques constantes aos partidos de esquerda e de centro esquerda, principalmente o PT. Outro ponto a se destacar na jornada que conduziu Bolsonaro ao segundo turno foi os vários dias de cobertura dos meios de comunicação, com destaque para a TV, devido ao ataque à faca sofrido durante campanha de rua que fazia em Juiz de Fora (MG), no dia 6 de setembro. Esse fato acabou dando uma

¹⁷¹ HOUS, Débora Sögur e PASSOS, Paulo. **Internet supera TV em influência na eleição.** *Folha de S. Paulo*, 7/10/2018.

visibilidade muito maior ao candidato, que se submeteu a uma cirurgia e teve de passar por uma longa recuperação no hospital. Ressalte-se que o ataque à faca foi reiteradamente usado pelo candidato do PSL como argumento para não participar de nenhum dos debates organizados depois do episódio, promovidos pelas redes de TV, incluindo os do segundo turno, quando seu estado de saúde lhe dava condições para tanto.

A julgar pelas últimas eleições, a presença da Internet nas campanhas políticas vem crescendo de forma constante, assim como nos hábitos das pessoas que cada vez mais permanecem conectadas, principalmente pelas facilidades proporcionadas pela amplitude de transferência de dados (banda larga) e pelos aparelhos celulares mais sofisticados, os *smartphones*.

A circulação de informações, imagens, sons e de todo conjunto constituído de dados digitais no mundo virtual é parte integrante de uma nova economia da sociedade em rede, como denomina Manuel Castells em seu livro do mesmo nome.¹⁷² Uma economia em que o lucro se configura a partir das quantidades de cliques que os usuários são capazes de fazer na interação com as mídias sociais. A produção de dados para alimentar essa imensa Rede envolve, por exemplo, os trabalhos de profissionais diretamente relacionados no processo, como jornalistas, e de um contingente extraordinário de pessoas que colocam à disposição seu tempo, não remunerado, aliás, nas interações com plataformas digitais, publicando comentários, opiniões, fotos e vídeos. O lucro extraído dessa relação é denominado por Marcos Dantas de “mais-valia 2.0”.¹⁷³ As redes de relações que se cria entre as pessoas a partir de aplicativos e plataformas como *WhatsApp, Google, Yahoo, YouTube, Facebook, Instagram*, entre outros, transformam a audiência interativa e participativa de milhões e até de bilhões de usuários em valor.

¹⁷² CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura; v1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

¹⁷³ DANTAS, Marcos. Mais-valia 2.0: Produção e apropriação de valor nas redes do capital. Revista Eptic Online Vol.16 n.2 p.89-112 mai-ago 2014.

Cada postagem, cada interação, cada um dos bilhões de sinais que os usuários emitem ou retransmitem (palavras, imagens em movimentos, fotos, sons) são devidamente registrados e captados por algoritmos em um trabalho incessante de composição de perfis, hábitos e até das possíveis intenções dos usuários dessas plataformas. “Cada e qualquer ato – cada e qualquer ato semiótico – deve ser de imediato efetuado para a devida captura, classificação, análise pelos algoritmos desenvolvidos por essas corporações que, em cada e qualquer ato, querem identificar um gesto ‘monetizável’”.¹⁷⁴ Dantas faz referência a um artigo do jornalista e professor John Batelle¹⁷⁵ sobre o *Google*. Este autor afirma que o *site* de busca mais utilizado do mundo e o *Facebook* registram “estados mentais” de bilhões de pessoas a partir de seus atos de navegação. “O *Google* sabe o que a nossa cultura quer!”¹⁷⁶

Esse “admirável mundo novo” que rapidamente transforma segmentos importantes da economia, e mesmo as relações interpessoais, tem influenciado diretamente a cobertura jornalística, cujas empresas de comunicação passam por enormes dificuldades financeiras. Situação vivida pela imprensa escrita, com perda acentuada de leitores que migraram, ou simplesmente – no caso das novas gerações – preferiram desde o início obter informações nas milhares de opções existentes no ambiente virtual.

O jornalismo na atualidade tem sido exercido à mercê desse contexto: ambientes virtuais cujas possibilidades de produção e compartilhamento de sentido parecem ser infinitas. Estamos falando do envolvimento de uma massa de dados mensuráveis apenas por supercomputadores, com objetivos precisos de traçar e prever o comportamento de consumidores e, pretensamente, até os seus desejos. Ambientes que atraem audiências gigantescas e cujo teor é alimentado e retroalimentado predominantemente pelo entretenimento, pelas exposições de cunho pessoal, por assuntos superficiais e toda gama de conteúdos que gere

¹⁷⁴ Idem, p. 89.

¹⁷⁵ BATELLE, John. **A busca** (como o Google e seus competidores reinventaram os negócios e estão transformando as nossas vidas). São Paulo, SP: Elsevier/Campus, 2006.

¹⁷⁶ DANTAS, Op. cit., p. 89.

“interesse” aos usuários, dentro de uma conduta em que a tônica é não permanecer mais do que alguns segundos em determinada localidade virtual.

Na Internet, é mais atraente navegar, descobrir coisas novas, do que analisá-las, compará-las, separando o que é essencial do acidental, hierarquizando ideias, assinalando coincidências e divergências. Por outro lado, isso reforça uma atitude consumista dos jovens diante da produção cultural audiovisual. Ver equivale, na cabeça de muitos, a compreender, e há um certo ver superficial, rápido, guloso, sem o devido tempo de reflexão, de aprofundamento, de cotejamento com outras leituras.¹⁷⁷

Esse apelo pela audiência acaba mimetizando os conteúdos jornalísticos, estes cada vez mais obrigados a se aferrar à quantidade monumental de cliques e acessos, sob risco de sumirem no universo digital de expectativas e probabilidades. Nos primórdios da popularização da Internet (Internet 1.0), os *sites* noticiosos eram praticamente uma cópia da versão impressa dos jornais, no conteúdo e no formato. Hoje, porém, a influência que os meios de comunicação tradicionais recebem das mídias 2.0 chega a pautar boa parte do seu conteúdo.

Uma das consequências desse processo veloz e incessante de produção no campo jornalístico é, como afirma Marcondes Filho, a desinformação provocada pelo excesso. Esse descomunal volume e intensidade de informação “provoca a redundância, que leva ao desinteresse, à apatia, à desinformação em última análise”.¹⁷⁸ E o que se constatou na campanha eleitoral de 2018 dentro desse emaranhado confuso de informações na Rede é a existência de duas situações

¹⁷⁷ MORAN, José Manuel, MASETTO Marcos T. e BEHRENS Marilda Aparecida. **Novas tecnologias e mediação pedagógica**. Campinas, SP: Papirus, 2000, p. 52.

¹⁷⁸ MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser Jornalista: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões**. São Paulo: Paulus, 2009, p. 176.

características nas narrativas que perpassam textos e imagens no mundo virtual. O primeiro são os casos de desinformação que acabam ganhando a credibilidade (ou o cinismo) de uma massa de internautas que repassa versões estapafúrdias e boatos sem nenhum respaldo na realidade. Nota-se que nessas manifestações há completo desinteresse no aprofundamento dos assuntos abordados. O segundo, é a predominância dos temas mais ligados ao entretenimento, assuntos leves, sem densidade, muitas vezes de cunho humorístico ou envolvendo a vida pessoal de personalidades famosas.

Reportagem publicada no *UOL* em 14 de agosto de 2018¹⁷⁹ apresentou um estudo realizado por pesquisadores do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT, na sigla em inglês), nos Estados Unidos, que analisou informações no *Twitter* procurando identificar o que tem mais aceitação: notícias falsas ou reais. Os pesquisadores examinaram 126 mil notícias postadas por três milhões de usuários ao longo de uma década, e descobriram que as *fake news* atingem muito mais pessoas e se espalham muito mais rápido do que informações verdadeiras. Uma possível explicação para esse tipo de conduta, afirma o estudo publicado pelo *UOL*, aponta o que os pesquisadores denominam de “viés de confirmação” como a principal razão da crença em dados incorretos. Esse viés seria uma tendência de as pessoas aceitarem as informações “que confirmem suas crenças preexistentes e ignorar as informações que as desafiam”. Sendo assim, continua o estudo, para evitar conflitos internos e ansiedade, as pessoas desenvolvem mecanismos de enfrentamento, como o viés de confirmação.

Muito semelhante ao estudo do MIT, Edgar Morin aponta no seu livro *Os sete saberes necessários à educação do futuro* o erro intelectual comum nas formulações de ideias.

¹⁷⁹ **Estudo explica por que as pessoas acreditam em *fake news*.** *UOL*, 14/8/2018.

Nossos sistemas de ideias (teorias, doutrinas, ideologias) estão não apenas sujeitos ao erro, mas também protegem os erros e ilusões neles inscritos. Está na lógica organizadora de qualquer sistema de ideias resistir à informação que não lhe convém ou que não pode assimilar. As teorias resistem à agressão das teorias inimigas ou dos argumentos contrários. Ainda que as teorias científicas sejam as únicas a aceitar a possibilidade de serem refutadas, tendem a manifestar esta resistência. Quanto às doutrinas, que são teorias fechadas sobre elas mesmas e absolutamente convencidas de sua verdade, são invulneráveis a qualquer crítica que denuncie seus erros.¹⁸⁰

Outra reportagem publicada no *site Poder 360* no dia 11 de outubro¹⁸¹ apresenta uma possível consequência desse fenômeno, transferido para a realidade brasileira. O Projeto Comprova¹⁸² avaliou uma “corrente” (mensagem especialmente construída para ser amplamente replicada) que afirma ser enganosa por fazer comparações entre os planos de governo de Jair Bolsonaro e Fernando Haddad. De acordo com o texto do *site*, a mensagem, que circulou pelas redes sociais e grupos de *WhatsApp*, apresenta 11 tópicos, com propostas que foram retiradas dos planos de governo dos candidatos que estão no 2º turno e “em alguns casos, essas proposições estão incorretas, foram distorcidas ou carecem de contexto”. Embora a reportagem do *Poder 360* não mencione, tal mensagem procura enaltecer os pontos das propostas de Bolsonaro e atacar as de Haddad, com distorções muitas vezes primárias do contexto das informações.

¹⁸⁰ MORIN, Edgar. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. São Paulo: Cortez, UNESCO, 2000, p. 22.

¹⁸¹ **Comprova: comparação de propostas de Bolsonaro e Haddad tem pontos distorcidos**. *Poder 360*, 11/10/2108.

¹⁸² Um projeto que reúne 24 diferentes veículos de comunicação brasileiros para descobrir e investigar informações enganosas, inventadas e deliberadamente falsas durante a campanha presidencial de 2018. Disponível em: <<https://projeto comprova.com.br/>>. Acesso em: 25 jan 2019.

Na mesma toada, o *UOL* registrou em 17 de setembro que em debates acalorados nas redes sociais se afirmava que o “Nazismo é de esquerda”.¹⁸³ A reportagem informa que um vídeo institucional publicado pela Embaixada da Alemanha em Brasília para divulgar como a sociedade alemã lida hoje com o Nazismo e o Holocausto “acabou virando, em meio à polarização pré-eleições, palco de ataques de militantes de direita brasileiros que não gostaram do conteúdo da peça”. No vídeo, o nazismo é classificado como uma ideologia de extrema direita e cita uma frase do ministro do Exterior alemão, Heiko Mass: “Devemos nos opor aos extremistas de direita, não devemos ignorar, temos que mostrar nossa cara contra neonazistas e antissemitas”. Militantes brasileiros, muitos declaradamente pró-Bolsonaro, passaram a escrever na caixa de comentários do vídeo (inicialmente publicado no *Facebook*), que a embaixada e o ministro alemão estão errados em classificar o nazismo como um movimento de extrema direita, destacou o *UOL*.

Esses tipos de mensagens e comentários, longe de trazer mais clareza para a discussão de um assunto complexo, circularam sem critérios minimamente, reforçando preconceitos e crenças já há muito tempo arraigados na cultura política brasileira, mas, ao que parece, só agora mostrando sua real dimensão.

O INFOENTRETENIMENTO E SUAS CARACTERÍSTICAS

A forte tendência de as notícias serem formuladas com base no que a audiência solicita e não do que ela necessita, por assim dizer, é a base sobre a qual se assenta o conceito de infoentretimento. O termo é uma fusão das palavras “informação” com “entretimento” e deriva da palavra de língua inglesa *infotainment*, “aparentemente empregue pela primeira vez na conferência conjunta

¹⁸³ STRUCK, Jean-Philip. **Nazismo é de esquerda: brasileiros criam debate que não existe na Alemanha.** *UOL*. 17/9/2018.

da Aslib (*Institute of Information Scientists e a Library Association*), em Sheffiel, no Reino Unido, em setembro de 1980¹⁸⁴. Nas palavras de Leonel Aguiar, o termo

(...) é utilizado para designar a hibridização do ideal moderno do jornalismo – informar aos cidadãos – com uma das principais características da cultura de massa: a competência para entreter, distrair, divertir. Demonstra de que modo a potencialidade de entretenimento do acontecimento torna-se um valor-notícia fundamental para configurá-lo na ordem do discurso jornalístico. Aponta que o sensacionalismo – entendido como modalidade de conhecimento centrada na lógica das sensações – é uma estratégia de comunicação voltada para produção de narrativas jornalísticas com capacidade de atrair o interesse do público e expandir o universo de leitores.¹⁸⁵

O tempo livre, o lazer e a diversão são os elementos pelos quais a indústria cultural tem prosperado nos últimos duzentos anos. No jornalismo, as histórias folhetinescas em narrativas dramáticas, de heróis e vilões, distribuídas em forma de capítulos nos periódicos europeus, convidavam os leitores das classes trabalhadoras, com poucas opções de lazer, a “escaparem” de sua dura realidade por meio da imaginação instigada pelas histórias ficcionais. Ainda que muito dessa ficção trouxesse por vezes um retrato cru das injustiças e perfídias humanas no século XIX. Depois, com o “jornalismo amarelo” em voga nos EUA no final do século XIX e início do XX, trabalhava-se a notícia para que esta fosse mais palatável ao gosto popular, abusando do sensacionalismo publicando históricas com escândalos, fofocas, tragédias humanas

¹⁸⁴ BOTELHO, Margarida, JERÓNIMO, Pedro e MOREIRA, Lúcia Freitas. A expansão do infoentretenimento nos media portugueses em tempo de eleições. In Revista Estudos de Jornalismo, número 3, fev. 2015, os 33-47. Disponível em <https://www.academia.edu/1093220/A_expans%C3%A3o_do_info-entretenimento_nos_media_portugueses_em_tempo_de_elei%C3%A7%C3%B5es> Acesso em: 28/01/2019.

¹⁸⁵ Idem, apud. AGUIAR, Leonel Azevedo de. Entretenimento: valor-notícia fundamental. In Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 5, n.o 1, 2008.

e outros conteúdos que instigavam as emoções do leitor. A indústria cinematográfica veio em seguida arrebatando o público mexendo mais uma vez no imaginário, elevando a fantasia com apelo visual ao mais alto grau de sofisticação para a época, logo em seguida ao seu surgimento e popularização. Já ali, nas salas escuras dos cinemas, alternava-se noticiário e ficção, em curtas-metragens reportando algum fato relevante antes da exibição do filme em cartaz. A televisão foi, contudo, o meio pelo qual a informação mesclada com o entretenimento encontrou terreno mais fértil para sua disseminação. Eugênio Bucci a coloca como um divisor de águas que amalgama irremediavelmente a fantasia com a realidade.

Primeiro pelo cinema, com a imagem em movimento, e depois pela televisão, com suas imagens ao vivo, o entretenimento alcançou uma potência sem precedentes. O espaço comum, antes mediado pelos diários, converteu-se em um imenso parque de diversões virtual e, nessa evolução, a *instância da imagem ao vivo* passou a ocupar o seu centro, o que acarretou efeitos irreversíveis sobre as formas de relato factual. A instância da imagem ao vivo se instaurou como o oráculo da sociedade, um oráculo massificado que se apresenta como a forma mais alta de registro da dita realidade para uma civilização que terá em seus olhos o principal critério de verificação da verdade.¹⁸⁶

“Somos compelidos a trocar a ficção pela vida”, escreveu Umberto Eco em *Seis passeios pelos bosques da ficção*.¹⁸⁷ O pensador italiano reflete sobre a maneira de como o leitor lida com ficção e realidade, sobretudo em tempos do domínio da comunicação de massa. Há inúmeros motivos para que uma obra de ficção seja projetada na realidade, segundo ele. “Porém, temos de considerar também outro

¹⁸⁶ BUCCI, Eugênio. Em torno da instância da imagem ao vivo. Revista Matrizes, ano 3, n.º. 1, p.65-79, ago/dez 2009.

¹⁸⁷ ECO, Umberto. **Seis passeios pelos bosques da ficção**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

problema, muito mais importante: nossa tendência a construir a vida como um romance”.¹⁸⁸

A pesquisadora Fabia Angélica Dejavite afirma que no jornalismo de entretenimento uma mesma matéria pode informar entretendo ou entreter por meio da informação. “Nele, o limite ético que separa jornalismo e entretenimento não existe”.¹⁸⁹ O fato é que, de acordo com Dejavite, esse tipo de matéria jornalística satisfaz as curiosidades dos leitores, ouvintes e telespectadores, estimula as aspirações, possibilita extravasar as frustrações e nutre a imaginação. Ainda segundo a pesquisadora, o receio maior, no entanto, é que esse noticiário mais “leve” se sobreponha ao conteúdo mais “sério” como o de política ou economia, e altere o conceito do que hoje conhecemos por notícia.

O estudo de Dejavite se valeu também, entre outras fontes, da citação de uma pesquisa muito curiosa realizada em 2002 pelo instituto Ipsos/Marplan sobre hábitos de leitura nos jornais impressos, abrangendo 12 cidades do Brasil, em todas as cinco regiões. O entretenimento é solicitado por leitores de todas as classes sociais, sexos e idades: lazer, turismo, carros, esportes, televisão, vida dos artistas, personalidades famosas, show e cantores foram os conteúdos mais exigidos.¹⁹⁰ Em tempos mais atuais, podemos constatar situação muito parecida. Quando vamos ao *Google Trends*, serviço que relaciona o que mais é pesquisado pelos internautas no maior *site* de busca do mundo, os assuntos mais procurados no Brasil durante o ano de 2018 foram, pela ordem, Copa do Mundo, Big Brother Brasil e Eleições 2018.¹⁹¹

No âmbito internacional, um fato de extrema importância no mundo dos negócios das grandes corporações veio abalar a maneira de se produzir notícia. A partir dos anos 1990, a gigantesca indústria do entretenimento passou também a absorver o negócio do jornalismo. O exemplo mais notório foi o da norte-americana

¹⁸⁸ Idem, p. 124.

¹⁸⁹ DEJAVITE, Fabia Angélica. **INFOtenimento: informação + entretenimento no jornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2006, p. 72.

¹⁹⁰ Idem, p. 78.

¹⁹¹ Pesquisa do ano 2018. GOOGLE TRENDS. Disponível em: <<https://trends.google.com.br/trends/yis/2018/BR/>>. Acesso em: 30 jan 2019.

Warner Bros, famosa pelas produções cinematográficas, musicais, e de animação, que se fundiu com a *Time*, revista semanal, presente em vários países do mundo, fundada em 1923. “Agora, no entanto, é preciso que a atividade dos jornalistas de um conglomerado de mídia não seja constrangida pela pressão, velada ou explícita, dos braços desse mesmo conglomerado que se dedicam ao entretenimento”, escreveu Eugenio Bucci.¹⁹²

Não há dúvida de que o infoentretenimento se constitui importante elemento a balizar a cobertura da chamada grande imprensa e de presença frequente nos conteúdos de várias reportagens. E como já foi reforçado anteriormente, as eleições presidenciais de 2018 foram reportadas pelos grandes jornais e revistas obedecendo a mesma lógica. A seguir, enumeramos algumas delas, publicadas no período eleitoral cujo teor tem mais o objetivo de entreter os leitores, embora obviamente em algumas contenham informações relevantes e de interesse público.

Trans ameaça dar nomes de ex-casos héteros que votam em Bolsonaro¹⁹³ foi o título da matéria publicada no *UOL* no dia 14 de setembro. A reportagem entrevistou a comerciante e transexual Lara Pertille, de Paulínia, no interior de São Paulo, que disse ter ficado indignada ao ver que um “ex” fez uma publicação no *Facebook* defendendo o voto em Jair Bolsonaro. Segundo a transexual, “é incoerente sair com *trans* e defender um candidato que prevê o extermínio da minha classe”. Lara ainda chegou a postar o seguinte comentário no *Facebook* do ex: “Oi, vamos relembrar nosso passado?”.

Depois de ter o comentário deletado por ele, continua o *UOL*, Lara fez uma outra postagem falando sobre hipocrisia, seguida de uma gravação de um vídeo que “viralizou” nas redes sociais. No material, ela diz que iria expor o nome de cada homem com quem já tinha tido um caso amoroso caso veja publicações deles em apoio ao candidato do PSL. A atitude radical, segundo ela, foi por ter sido ameaçada e

¹⁹² BUCCI, Eugenio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000, p. 119.

¹⁹³ SERRA, Amanda. ***Trans ameaça dar nomes de ex-casos héteros que votam em Bolsonaro***. *UOL*, 14/9/2018.

desrespeitada. Lara diz que grava todos os seus encontros, com o consentimento do parceiro e, portanto, tem como provar com quem saiu. “Não faço nada escondido”, afirmou. “Somos os que mais matamos travestis (a taxa de homicídios de pessoas transexuais em 2017 foi a maior registrada nos últimos dez anos, de acordo com dados do Mapa dos Assassinatos de Travestis e Transexuais, da Associação Nacional de Travestis e Transexuais (Antra), mas ao mesmo tempo os que mais consomem pornografia trans”, destacou Lara.

Uma outra matéria, de assunto correlato, traz um problema enfrentado pela atriz Bruna Marquezine, personagem de alta exposição midiática por fazer parte do time número um de atrizes da TV Globo e por ser ex-namorada da estrela do futebol internacional Neymar Jr, jogador do time francês Paris Saint-Germain. **Fora do país, Bruna Marquezine é criticada por se posicionar nas Eleições**¹⁹⁴, foi o título do *UOL*, publicado em 7 de outubro (dia da eleição) relatando que ela usou o aplicativo *Instagram* se posicionando “contra pessoas preconceituosas” em postagem feita em Paris, quando estava em viagem. Logo em seguida à postagem, a atriz recebeu críticas dos seus seguidores, destaca o texto do *UOL*. “A linda nem está no Brasil e está querendo dar opinião”, escreveu um fã em uma das fotos da artista na Europa. “Marquezine não respondeu aos comentários negativos”, finaliza o texto.

Ainda no âmbito das chamadas celebridades, mais uma vez o *UOL* dá destaque para o posicionamento político eleitoral de personalidades famosas. Em 27 de outubro, publica a declaração de votos a presidente de uma série de mulheres¹⁹⁵ que usaram as redes sociais para se posicionarem. Entre elas, Bruna Marquezine, que votou no candidato do PDT, Ciro Gomes, no primeiro turno, assim como a cantora Gal Costa. A matéria cita ainda a cantora Daniela Mercury, que iniciou uma campanha virtual contra Jair Bolsonaro, convidando outras à adesão. A também cantora Anitta, depois de criticada por diversos fãs por não querer se posicionar sobre as declarações

¹⁹⁴ **Fora do país, Bruna Marquezine é criticada por se posicionar nas Eleições.** *UOL*, 7/10/2018.

¹⁹⁵ **Como as famosas se posicionaram nas eleições.** *UOL*, 27/10/2018.

homofóbicas de Jair Bolsonaro, acabou gravando um vídeo dizendo que não apóia o candidato do PSL. Seguem pelo texto do *UOL* a empresária e “socialite” Lala Rudge e a atriz Antonia Fontenelle, em apoio a Bolsonaro, e mais outras 18 mulheres famosas declarando seu apoio variando de candidato para candidato.

No site *Poder 360*, uma brincadeira com a sigla Ursal (União das Repúblicas Socialistas da América Latina), inventada pela socióloga Maria Lucia Victor Barbosa, por ocasião de um artigo de 2001 sobre o Foro de São Paulo, acabou virando mais uma das tantas teorias conspiratórias que pululam na Internet. Com a ajuda do projeto *Comprova* o site foi levantar a veracidade de um plano para tornar toda a América Latina um único Estado socialista¹⁹⁶, aventado pelo candidato Cabo Daciolo (Patriota) durante o primeiro debate entre presidencialistas organizado pela *TV Bandeirantes*. A socióloga, segundo relato do *Poder 360*, disse ter ficado perplexa ao ouvir a menção à Ursal no debate. “A Ursal foi uma brincadeira que virou uma teoria conspiratória”, explicou confirmando que inventou a sigla para criticar a postura do então pré-candidato a presidente Luiz Inácio Lula da Silva em relação à Alca (Área de Livre Comércio das Américas) proposta dos EUA para integrar economicamente a América Latina, mas que não saiu do papel. O Foro de São Paulo, onde Lula fez sua crítica à Alca, é uma organização formada por partidos e movimentos de esquerda criada em 1990, e que reúne 113 membros de 26 países.

Não por acaso, os quatro textos apresentados não tiveram só como ponto em comum seu caráter ligado ao infoentretenimento, com temáticas leves e por vezes fora do padrão tradicional das *hard news*. Todos possuem forte vínculo com o conteúdo discutido e replicado no ambiente virtual, que como já foi mencionado, tem cada vez mais influenciado a escolha de pautas a serem desenvolvidas pela imprensa, modulando a maneira de como fazer cobertura jornalística. Abordagens jornalísticas pouco aprofundadas, omissões de temas relevantes e maior peso do entretenimento no noticiário foram as principais características apontadas aqui que acompanharam a

¹⁹⁶ **Comprova: Ursal foi criado como ironia e alimenta teorias conspiratórias.** *Poder 360*, 4/9/2018.

cobertura das últimas eleições presidenciais. Sem dúvida, a superficialidade com que foi tratado pela imprensa os principais assuntos de interesse nacional contribuiu enormemente para que fosse eleito um candidato sem plataforma de governo consistente, sem que a opinião pública brasileira saiba exatamente quais e de que maneira serão conduzidos os rumos do país para os próximos quatro anos.

REFERÊNCIAS

BATELLE, JOHN. A BUSCA (COMO O GOOGLE E SEUS COMPETIDORES REINVENTARAM OS NEGÓCIOS E ESTÃO TRANSFORMANDO AS NOSSAS VIDAS). SÃO PAULO, SP: ELSEVIER/CAMPUS, 2006.

BOTELHO, MARGARIDA, JERÓNIMO, PEDRO E MOREIRA, LÚCIA FREITAS. A EXPANSÃO DO INFOENTRETENIMENTO NOS MEDIA PORTUGUESES EM TEMPO DE ELEIÇÕES. IN REVISTA ESTUDOS DE JORNALISMO, NÚMERO 3, FEV. 2015, PS 33-47.

BUCCI, EUGÊNIO. SOBRE ÉTICA E IMPRENSA. SÃO PAULO: COMPANHIA DAS LETRAS, 2000. _____ . EM TORNO DA INSTÂNCIA DA IMAGEM AO VIVO. REVISTA MATRIZES, ANO 3, Nº. 1, P.65-79, AGO/DEZ 2009.

CASTELLS, MANUEL. A SOCIEDADE EM REDE. A ERA DA INFORMAÇÃO: ECONOMIA, SOCIEDADE E CULTURA; V1. SÃO PAULO: PAZ E TERRA, 1999.

DANTAS, MARCOS. MAIS-VALIA 2.0: PRODUÇÃO E APROPRIAÇÃO DE VALOR NAS REDES DO CAPITAL. REVISTA EPTIC ONLINE VOL.16 N.2 P.89-112 MAI-AGO 2014.

DEJAVITE, FABIA ANGÉLICA. INFOTENIMENTO: INFORMAÇÃO + ENTRETENIMENTO NO JORNALISMO. SÃO PAULO: PAULINAS, 2006.

ECO, UMBERTO. SEIS PASSEIOS PELOS BOSQUES DA FICÇÃO. SÃO PAULO: COMPANHIA DAS LETRAS, 1994.

MARCONDES FILHO, CIRO. SER JORNALISTA: O DESAFIO DAS TECNOLOGIAS E O FIM DAS ILUSÕES. SÃO PAULO: PAULUS, 2009.

MORAN, JOSÉ MANUEL, MASETTO MARCOS T. E BEHRENS MARILDA APARECIDA. NOVAS TECNOLOGIAS E MEDIAÇÃO PEDAGÓGICA. CAMPINAS, SP: PAPIRUS, 2000.

MORIN, EDGAR. OS SETE SABERES NECESSÁRIOS À EDUCAÇÃO DO FUTURO. SÃO PAULO: CORTEZ, UNESCO, 2000.

ARTIGOS E REPORTAGENS

CARNEIRO, JULIA DIAS. OS JOVENS SEM TRABALHO E ESTUDO QUE SERÃO DESAFIO PARA PRÓXIMO PRESIDENTE. UOL, 6/10/2018.

CASEMIRO, LUCIANA. PLANO DE SAÚDE: USADO POR 1 EM CADA 5 BRASILEIROS, SERVIÇO FICA À MARGEM DO DEBATE. O GLOBO, 13/10/2018.

HOUS, DÉBORA SÖGUR E PASSOS, PAULO. INTERNET SUPERA TV EM INFLUÊNCIA NA ELEIÇÃO. FOLHA DE S. PAULO, 7/10/2018.

SERRA, AMANDA. TRANS AMEAÇA DAR NOMES DE EX-CASOS HÉTEROS QUE VOTAM EM BOLSONARO. UOL, 14/9/2018.

STRUCK, JEAN-PHILIP. NAZISMO É DE ESQUERDA: BRASILEIROS CRIAM DEBATE QUE NÃO EXISTE NA ALEMANHA. UOL. 17/9/2018.

ESTUDO EXPLICA POR QUE AS PESSOAS ACREDITAM EM FAKE NEWS. UOL, 14/8/2018.

COMPROVA: COMPARAÇÃO DE PROPOSTAS DE BOLSONARO E HADDAD TEM PONTOS DISTORCIDOS. PODER 360, 11/10/2018.

COMPROVA: URSAL FOI CRIADO COMO IRONIA E ALIMENTA TEORIAS CONSPIRATÓRIAS. PODER 360, 4/9/2018.

COMO AS FAMOSAS SE POSICIONARAM NAS ELEIÇÕES. UOL, 27/10/2018.

PESQUISA DO ANO 2018. GOOGLE TRENDS.

FORA DO PAÍS, BRUNA MARQUEZINE É CRITICADA POR SE POSICIONAR NAS ELEIÇÕES. UOL, 7/10/2018

EDUCAÇÃO: CUSTO OU INVESTIMENTO? – A MÍDIA IMPRESSA E A COBERTURA DE EDUCAÇÃO NO PROCESSO ELEITORAL DE 2018

MYRIAN CLARK GIANNINI¹⁹⁷

A educação tem poder para transformar e promover avanços em todas as áreas da vida social. Um assunto fundamental não apenas para o desenvolvimento tecnológico e econômico, mas também para a formação de uma sociedade cidadã. O governo federal é a instância responsável pelas políticas públicas relativas à educação, como transporte, merenda e ensino integral. Aos estados e municípios, cabe a administração da maior parte das escolas brasileiras. Mas o governo federal também

¹⁹⁷ Jornalista, especialista em Educomunicação pela ECA-USP e Mestranda pela ECA-USP.

contribuiu com o financiamento da educação básica, é responsável por universidades e institutos federais; além de traçar políticas de impacto nacional.

No período que antecedeu os dois turnos das eleições presidenciais e legislativas brasileiras de 2018, as discussões de projetos para a área da educação estiveram timidamente presentes na mídia escrita. Neste artigo, pretendemos fazer uma análise da cobertura dos temas ligados à educação em alguns jornais e *sites* brasileiros. Procuramos nos deter, na abordagem do assunto, aos meses de agosto, setembro e outubro de 2018. Os artigos e reportagens aos quais nos dedicamos contém notícias e análises da área e as propostas dos candidatos à presidência e ao legislativo. O escopo da pesquisa resulta, assim, limitado, tanto em razão das reportagens selecionadas quanto pela extensão. Entretanto, os textos aqui selecionados revelam aspectos que podem contribuir para análises do nosso processo eleitoral, da mídia brasileira durante esse período, e da relação da nossa sociedade com a educação.

A cobertura do tema educação pela imprensa tem sido bastante reduzida ao longo dos últimos anos e não recebe a mesma atenção dada a temas como política, economia e esportes, por exemplo. Uma situação diferente dos anos 2000, quando houve um crescimento no número de avaliações de desempenho de estudantes e escolas. A educação era tema de cadernos especiais, reportagens em grandes jornais e programas na mídia. Hoje, os investimentos jornalísticos na área são menos frequentes. A atual crise econômica e da imprensa, trouxe um enxugamento de profissionais nas redações e uma redução de espaço para a cobertura educacional nos veículos. Questões sobre a qualidade da educação e de como trabalhar para uma educação cidadã não estiveram presentes no debate pré-eleitoral. Da mesma maneira, as relações entre as partes envolvidas no processo educacional – docentes, instituições e alunos – não tiveram espaço nessa cobertura.

Na campanha eleitoral de 2018, com o sentimento antipetista em alta entre o eleitorado de Jair Bolsonaro (PSL), rivalizado pela alta rejeição que o então candidato enfrentava junto a outras parcelas do eleitorado, propostas sobre educação ficaram

em segundo plano na mídia. O texto da colunista de política Andreza Matais, do jornal *O Estado de S. Paulo*, atesta o espaço restrito da educação no debate político e na mídia: “Tema único. Com pouco tempo na TV, Bolsonaro não pretende falar de saúde e educação nos programas. ‘É preciso ter uma marca para a campanha toda’, disse à coluna, escolhendo a segurança como a sua”.¹⁹⁸

O articulista e professor da USP, Vladimir Safatle, também ressaltou a ausência e o descaso com o tema educação nas discussões da campanha presidencial:

O problema está longe de existir por falta de recursos. Ele diz respeito à definição de prioridades. No entanto, a última coisa que está presente na “agenda eleitoral” é a discussão sobre educação. No máximo, vemos propostas delirantes – como permitir educação à distância já no ensino fundamental – ou completamente ineficazes e injustas, como levar universidades públicas a cobrarem cursos de pós-graduação de seus alunos. Ou seja, trata-se de mostrar claramente que não há ninguém preocupado com tais pautas, já que a verdadeira agenda é o desmonte final do sistema público de educação. Pelo menos, não temos mais de ouvir a classe política fazendo a defesa incondicional da importância da educação enquanto a destrói por completo.¹⁹⁹

Para além das agendas específicas de cada candidato e da crise da mídia, há o desafio de fazer uma cobertura jornalística sobre educação com as particularidades do país. O Brasil é extenso e abriga realidades díspares em suas diferentes regiões. A área da educação engloba um número fabuloso de pessoas: segundo dados do Censo Escolar do MEC de 2017, 48,6 milhões de jovens e crianças frequentavam o ensino

¹⁹⁸ MATAIS, Andreza. **Na TV, Jair Bolsonaro vai defender Lava Jato.** *O Estado de S. Paulo*, 16/8/2018.

¹⁹⁹ SAFATLE, VLADIMIR. **Dizer a verdade não basta. Desmonte final do sistema público de educação não é mais disfarçado.** *Folha de S. Paulo*, 17/8/2018.

básico do Brasil naquele ano. A educação básica abrange a Educação Infantil oferecida em creches (0 a 3 anos) e pré-escolas (de 4 a 5 anos); o Ensino Fundamental (6 a 14 anos) e o Ensino Médio, etapa final do ciclo. Também fazem parte do ensino básico a educação profissional e tecnológica, a educação especial – que dá atendimento a alunos com deficiência e transtornos globais do desenvolvimento – e a educação de jovens e adultos (EJA), uma modalidade para quem não teve acesso ao ensino básico na idade considerada adequada. Os 48 milhões de alunos da educação básica estão divididos entre a rede pública – 39,7 milhões de alunos – e a rede privada, que abriga 8,8 milhões de estudantes.

O ensino superior no Brasil tem pouco mais de 8 milhões de alunos matriculados, segundo dados do Censo da Educação do MEC de 2016. Desde o final da década de 1990, o país teve grande expansão de matrículas no ensino superior com foco nas vagas do setor privado, que reúne 75,3% dos universitários. O ensino superior público – que tem, em média, índices de qualidade mais altos do que nas instituições particulares, ainda oferece uma quantidade restrita de vagas. As famílias mais pobres nem sempre conseguem acessar o ensino superior público e pagar um curso particular muitas vezes não é viável. Os números levantados nos ajudam a salientar a grandiosidade do sistema e chamar a atenção para algumas especificidades da educação brasileira. Um estudo apresentado pelo órgão para proteção da infância e adolescência da ONU, o Unicef (Fundo das Nações Unidas para a Infância), baseado na Pnad, (Pesquisa Nacional por Amostra de domicílios), do IBGE, mostra que 13,8% das crianças e adolescentes brasileiros de 4 a 17 anos estão na escola, mas são analfabetos ou estão atrasados. Some-se a isso o fato de termos 6,5% de nossas crianças e adolescentes fora da escola. Na região Norte do país, a privação à educação de crianças e adolescentes é quase o dobro da observada no Sudeste.

Apesar das dimensões e da complexidade da educação no Brasil, o tema foi muitas vezes retratado no período pré-eleitoral apenas como sinônimo de escola pública. O ensino público do Brasil é visto pelo senso comum como ineficiente, ruim, desigual e estagnado. Os meios de comunicação, salvo raras exceções, reforçam o

estereótipo da escola pública fraca, despreparada e sem recursos. A jornalista Renata Cafardo, do Estado de S. Paulo, destaca o baixo desempenho dos alunos brasileiros:

*Sites, jornais, tevês e rádios pareciam estar falando algo conhecido e repetitivo semana passada. Brasil não melhora na educação, ensino piora, estagnação, crescimento tímido e poucos exemplos de boas práticas. Foi o que se viu e ouviu. De novo. Mas porque foi o que aconteceu. De novo. A sensação de *déjà vu* existe tanto no ensino fundamental quanto no médio. Enquanto os mais novos melhoram timidamente, os jovens não avançam e até pioram. Um ritmo que vem desde 2005. Quando o sistema de avaliação foi implementado no Brasil e foram feitas as primeiras provas do Sistema de Avaliação Básica (Saeb), em meados dos anos 1990, houve quedas significativas nos resultados de todas as séries. As notas de 1999 e 2001 (o exame é feito de dois em dois anos) foram as piores já registradas em Português e Matemática no ensino fundamental e médio. Foi a primeira vez que o Brasil teve notícia da real situação nas escolas públicas. A imprensa passou a dizer que alunos de 14 anos não sabiam ler receitas de bolo e os mais velhos não faziam contas básicas.²⁰⁰*

O destaque para a má qualidade do ensino público na mídia está atrelado aos *rankings*. A fim de formular políticas educacionais para os diferentes níveis de governo no país, nos anos 1990, o Ministério da Educação passou a fazer *rankings* e avaliações de desempenho dos alunos. Hoje, frequentemente esses números são utilizados para reforçar ou revelar a falta de qualidade do ensino e os baixos níveis de aprendizagem dos estudantes. As listas e *rankings* têm um apelo muito grande na mídia, que os exibem sem as informações que permitiriam interpretar adequadamente o tema. Da

²⁰⁰ CAFARDO, Renata. **Notícia velha.** *O Estado de S. Paulo*, 2/9/2018.

mesma maneira, sem nenhuma contextualização ou questionamento, a mídia repercutiu a ideia de que a solução para a baixa qualidade do ensino público está no ensino privado.

Alguns candidatos à presidência da República apontaram o ensino privado como saída para a crise educacional do país, como mostra texto do *site* da revista *Veja*. João Amoêdo, então candidato à presidência pelo Partido Novo, deu uma explicação superficial de sua proposta, que foi repassada diretamente aos leitores pelo veículo como se a medida não despertasse nenhum tipo de dúvida ou surpresa.

O candidato à presidência da República do partido Novo, João Amoêdo, disse que pretende lançar no Brasil uma espécie de bolsa educação inspirada no bolsa família. “A gente queria testar, até aproveitando o conceito do bolsa família, dar para as pessoas mais pobres um vale educação para que pudessem colocar seus filhos nas escolas privadas.”²⁰¹

Em outro trecho da matéria Amoêdo explica que a experiência do “vale educação” começaria com um pequeno grupo, que ganharia a oportunidade por meio de sorteio. “A gente sabe que a qualidade da escola privada hoje é melhor, então a gente não acha justo impedir que as pessoas mais pobres coloquem seus filhos no ensino privado”.²⁰²

A cobertura da área da Educação também repete um jargão do universo empresarial: termos como “gestão”, “meritocracia”, “eficiência” e “bônus” são aceitos sem espanto por parte da mídia, que repercute com naturalidade essa perspectiva neoliberal para a educação, que enxerga na escola uma empresa que deve visar lucros, retornos sobre o investimento e aumento de produtividade. A empresária Ana Maria

²⁰¹ **Amoêdo, do Novo, quer testar vale educação em escolas privadas.** *Veja*, 2/9/2018.

²⁰² *Idem.*

Diniz é uma das figuras públicas que reverbera esse discurso em textos que tratam de Educação na mídia impressa. Diniz é uma das fundadoras do movimento “Todos Pela Educação” e foi apoiadora do então presidente Geraldo Alckmin. A empresária preside o *Instituto Península* e o *Ânima Educação*, instituições privadas de nível superior com cerca de 100 mil alunos. Em entrevista concedida ao jornal *O Estado de S. Paulo*, a empresária foi bastante questionada por suas ideias. Ela disse considerar a educação tão importante quanto a economia.

Há milhares de programas no Ministério da Educação que não tem eficiência nenhuma e a gente vai ter a sabedoria pra fazer cortes. Sinceramente, não é dinheiro que falta na educação, é gestão. Além disso, o Persio (Arida, responsável pelo programa de economia de Alckmin) é o primeiro a falar de educação, isso me deixa muito segura que ela vai estar sendo considerada tão importante quanto a economia. A área está sendo olhada não só como política social, mas como um meio para resolver a desigualdade e aumentar a produtividade do País (...) Precisa ampliar o número de creches, mas isso é muito importante nos grandes centros. Em outros municípios, você precisa educar as pessoas que vão cuidar das crianças, sejam elas avó, tia, mãe. Você fazer núcleos de formação para quem vai cuidar da criança é muito mais importante do que ter a estrutura física com o brinquedo ideal e a parede ideal.²⁰³

Apesar de reconhecer as falhas do governo Alckmin em seus 24 anos de comando no Estado de São Paulo, Diniz afirma que os problemas estariam na falta de parceria com o governo federal. A partir desta entrevista, podemos perceber também uma visão assistencialista da educação, compartilhada por alguns setores da

²⁰³ CAFARDO, Renata. “**Bolsonaro e Ciro seriam retrocesso**”, diz Ana Maria Diniz. *O Estado de S. Paulo*, 9/8/2018.

sociedade e repercutida na mídia. A empresária aceita entregar os cuidados com os alunos da educação infantil às tias ou avós, desconsiderando a recomendação de formação em nível superior para os professores desse ciclo. Ao ser questionada se aceitaria ser ministra da Educação a empresária responde: “Não sei se sou a melhor pessoa para ser ministra, não tenho essa pegada política. Mas se todo mundo disser lá na frente que vai ser bom, que vou conseguir transformar muito, eu vou”.²⁰⁴

Diniz é proprietária de faculdades e não refuta a possibilidade de ser ministra da educação. Não ver conflito de interesses nesse caso é repetir um comportamento da elite brasileira, que considera normal o embaralhar entre o público e o privado. Tanto Diniz quanto Amoêdo falam do sistema educacional de maneira superficial. Há um descaso no discurso dos políticos que propõem “testar” medidas, como se os nossos estudantes fossem cobaias de uma linha de produção. Por que não aplicar aqui modelos de referência como os da Finlândia? O país nórdico está constantemente investindo no sistema educacional e figura nas primeiras posições do Pisa (*Programme for International Student Assessment*), avaliação internacional que mede o nível educacional de jovens de 15 anos nos países membros da OCDE (Organização para Cooperação de Desenvolvimento Econômico). Por que os *rankings* são referência somente quando é para exemplificar o fracasso?

A empresária Ana Maria Diniz reconhece as falhas do sistema de bônus, mas não desiste da ideia. Trata do assunto como “versão 0.1”, como se vê no trecho a seguir: “O bônus não foi bem-sucedido mesmo. Do jeito que ele foi desenhado não foi o ideal, acho que foi a versão 0.1. Temos que evoluir nisso, mas são coisas que estamos estudando ainda”.²⁰⁵

No discurso neoliberal, a educação não é tratada como estratégia ou política pública, mas como um “teste”, uma “versão 0.1”. Em matéria publicada no *site UOL* há mais um exemplo de proposta assistencialista para a educação. Desta vez, a fala vem de candidato de um partido mais à esquerda no espectro político:

²⁰⁴ Idem.

²⁰⁵ Ibidem.

A professora Duda Salabert se apresenta como a primeira mulher trans a se candidatar ao cargo de senadora no Brasil. Filiada ao PSOL de Minas Gerais, ela tem como bandeira, mais do que a luta pela igualdade de gênero, a educação. “Antes de militar como mulher trans, eu milito pela educação há mais de vinte anos”, afirma Salabert. Uma das propostas é o perdão da dívida do FIES (Fundo de Financiamento Estudantil).²⁰⁶

A proposta de “perdão da dívida” é vaga, assistencialista e eleitoreira. A inadimplência está ligada à má administração. O não pagamento da dívida do FIES é colocado sem nenhum tipo de desdobramento. Quem assumiria esse prejuízo? As instituições privadas teriam condições de sobreviver ao calote? O que aconteceria com as famílias que dependem dessas instituições? Se o prejuízo ficar com o governo, de onde sairia o dinheiro para cobrir o *déficit*? Mais uma vez, o veículo apenas reproduz a ideia do candidato, sem nenhum tipo de questionamento.

Um dos ingredientes da complexidade da cobertura política é o excessivo número de partidos e candidatos. A Constituição garante que é livre a criação, fusão e extinção de partidos políticos no Brasil. Participaram das eleições de 2018 políticos de 35 legendas.²⁰⁷ Não cabe aqui analisar a pulverização dos partidos. Apenas ressaltar que, para dar conta de tantos partidos e propostas, a mídia recorre a tabelas e gráficos, priorizando as ideias dos líderes nas pesquisas. O leitor não tem como saber se as propostas foram resumidas para se encaixarem nas tabelas ou se o partido de fato apresentou uma ideia sem aprofundá-la. A *Folha de S. Paulo* usou o recurso de uma tabela para divulgar a proposta de Geraldo Alckmin. Ali se lê que ele quer “fortalecer o ensino técnico e tecnológico, qualificando os jovens para atuar na nova economia”.

²⁰⁶ **Minas terá a primeira candidata trans ao Senado.** *UOL*, 12/8/2018.

²⁰⁷ MDB, PTB, PDT, PT, DEM, PCdoB, PSB, PTC, PSDB, PSC, PMN, PRP, PPS, PV, Avante, PP, PSTU, PCB, PRTB, PHS, PSDC, PCO, Podemos, PSL, PRB, PSOL, PR, PSD, PPL, PEN, PROS, SD, Novo, Rede e PMB.

Marina Silva propõe “valorizar ensino técnico e profissional, buscando maior integração às demandas do mercado de trabalho e enfrentando o alto índice de evasão do Pronatec”.²⁰⁸

O ensino público tecnicista, voltado para o mercado de trabalho, reforça a ideia de que o ensino médio público é para os pobres, futuros trabalhadores; e o ensino médio particular para aqueles que farão universidades e ocuparão cargos de comando. Essa visão de educação está longe de propiciar oportunidades equânimes a todos. Ao contrário, segue reproduzindo o fosso social de desigualdades em que vivemos. No retrato traçado a partir das leituras de propostas dos candidatos, foi possível perceber uma polarização entre os políticos mais à esquerda ou mais à direita. As propostas dos candidatos liberais envolvem ajustes financeiros e tratam de custos. Já os partidos de esquerda veem a educação pelo viés assistencial: prover merenda, financiamentos, perdoar dívidas etc. Ambas propostas nos pareceram inconsistentes ou vagas. Libâneo fala do agravamento de uma certa polarização em curso no ensino brasileiro atual:

(...) circula no meio educacional uma variedade de propostas sobre as funções da escola, propostas estas frequentemente antagônicas, indo desde as que pedem o retorno da escola *tradicional*, até as que preferem que ela cumpra missões sociais e assistenciais. Ambas as posições explicitariam tendências polarizadas, indicando o dualismo da escola brasileira em que, num extremo, estaria a escola assentada no conhecimento, na aprendizagem e nas tecnologias, voltada aos filhos dos ricos, e, em outro, a escola do acolhimento social, da integração social, voltada aos pobres e dedicada, primordialmente, a missões sociais de assistência e apoio às crianças.²⁰⁹

²⁰⁸ **Conheça a proposta dos presidenciaíveis para a educação.** *Folha de S. Paulo*, 29/9/2018.

²⁰⁹ LIBÂNEO, José Carlos. O dualismo perverso da escolar pública brasileira: escola do conhecimento para os ricos, escola do acolhimento social para os pobres. In *Edição e Pesquisa*, São Paulo, V38, n.1, p. 16, 2012

Libâneo busca demonstrar que a escola do acolhimento social tem origem na *Declaração Mundial sobre Educação para Todos*, de 1990, e em outros documentos produzidos sob o patrocínio do Banco Mundial. Nesses documentos, é recorrente o diagnóstico de que a escola tradicional está restrita a espaços e tempos precisos, sendo incapaz de adaptar-se a novos contextos e a diferentes momentos, e de oferecer um conhecimento para toda a vida, que seja operacional e prático.

Quase todos os candidatos mencionam a formação de professores em seus programas²¹⁰: “Valorização dos professores de modo sustentável” e “Criação de prova nacional para seleção de professores” (proposta do candidato Ciro Gomes); “Criar política nacional de valorização e qualificação docente”, “garantir o piso salarial nacional” e “implementar a prova nacional para ingresso na carreira docente” (proposta do candidato Fernando Haddad); “Sério investimento na formação e qualificação dos professores” (proposta do candidato Geraldo Alckmin); “Qualificação crescente dos professores” (proposta do candidato Jair Bolsonaro). Nas notícias e reportagens em que externam suas ideias, os presidenciáveis não explicam como obterão os recursos para os projetos.

A educação de qualidade passa por professor, aluno, método, currículo, organização curricular e políticas públicas para o setor, fatores que pouco apareceram nas notícias do período pré-eleitoral. A despeito do descaso de todo o sistema com a educação, frequentemente vimos críticas voltadas especificamente aos professores. Ao defender a reforma do ensino médio, o cientista político Simon Schwartzman começa por trazer números que denotam as deficiências da Educação:

A necessidade da reforma é clara: dos jovens que têm hoje 25 anos, 13% completaram o ensino superior, 15% ainda estão estudando neste nível,

²¹⁰ Reproduzimos, ao final deste artigo, o quadro publicado pela *Folha de S. Paulo* com as propostas para a Educação onde constam as ideias dos cinco presidenciáveis líderes nas pesquisas. *Folha de S. Paulo*, 29/9/2018.

41% só completaram o ensino médio, e 31% não chegaram lá. Todas as escolas preparam para um exame único, o Enem, que obriga todos a estudar um monte de matérias que serão esquecidas no dia seguinte, e só beneficia um pequeno número que consegue entrar nas universidades públicas ou se beneficiar das bolsas do Prouni. Dos que entram em uma universidade, pública ou privada, metade abandona antes de terminar. Entre 2004 e 2014, o Brasil triplicou os investimentos por aluno no ensino médio, mas a qualidade permanece estagnada: a grande maioria termina sem saber um mínimo de matemática e de linguagem, e fica com um título que lhe serve de muito pouco na vida.²¹¹

Schwartzman critica a falta de clareza na organização do novo Ensino Médio, reformado pela Lei 13.415 de fevereiro de 2017. No artigo, ele fala da necessidade da reforma pretendida pelo Ministério da Educação a poucos meses do término do governo Temer e aponta a maior dificuldade do processo:

Mais complicado do que tudo isto será mudar a cultura das escolas e a prática tradicional de nossos professores, de que a educação se reduz a horas de aula com os mestres falando e os alunos repetindo. No novo ensino médio, devem preponderar o aprofundamento dos temas, o desenvolvimento de projetos, os altos padrões de exigência e, ao mesmo tempo, o reconhecimento de que nem todos podem fazer de tudo, mas cada um deve poder fazer o melhor dentro de suas escolhas e suas possibilidades.²¹²

²¹¹ SCHWARTZMAN, Simon. **Ensino Médio sem aberração**. *O Globo*, 12/8/2018.

²¹² Idem.

O autor não menciona os baixos salários, a falta de cursos de formação ou o processo de desvalorização enfrentado pela categoria. Nesse período pré-eleitoral os políticos, a mídia e alguns especialistas responsabilizaram os professores por “doutrinação ideológica” na escola. Movimentos como o Escola Sem Partido cresceram nos meses que antecederam as eleições. São pessoas que defendem a ausência de discussão política na sala de aula por meio de placas indicando os “deveres” dos professores. As matérias publicadas na mídia impressa que tratavam do assunto, em geral, somente expunham as ideias do movimento Escola Sem Partido. Não havia questionamento em relação ao papel fundamental da escola de trabalhar com o contraditório ou com a compreensão de que dialogar é interagir com quem pensa diferente. Reproduzimos a seguir trecho de uma notícia do UOL:

Na Educação, o foco de Bolsonaro será alterar o conteúdo e o método de ensino, segundo ele, marcado atualmente pela doutrinação ideológica e a sexualização precoce. “Mudaremos a Base Nacional Comum Curricular (BNCC), impedindo a aprovação automática e a própria questão de disciplina dentro das escolas”, diz o texto.²¹³

O jornal *O Estado de S. Paulo* publicou editorial que também acusa os professores, nesse caso universitários, de “canonizar” o ex-presidente Lula. Destaque para o subtítulo do texto: “É urgente desvencilhar o meio acadêmico, especialmente o das universidades públicas, das amarras do lulopetismo”. Abaixo, trecho do editorial:

É extremamente prejudicial ao País, sobretudo para a formação das novas gerações, que o meio acadêmico continue “canonizando” Lula da Silva mesmo depois de ter sido condenado, em duas instâncias, por corrupção

²¹³ RAATZ, Luiz. **Em programa de governo, Bolsonaro propõe ministério único na economia.** *UOL*, 14/8/2018.

passiva e lavagem de dinheiro. É ressuscitar a absurda e anacrônica mensagem do “rouba, mas faz”. Nessa estranha lógica, os erros de Lula da Silva seriam insignificantes diante do suposto bem que ele gerou para o País. O caso é que os benefícios foram fugazes e os malefícios são perenes.²¹⁴

O texto encerra com o parágrafo:

Não há verdadeira universidade sem liberdade. Por isso, é urgente desvencilhar o meio acadêmico, especialmente o das universidades públicas, de suas amarras com o lulopetismo. A captura da universidade por uma corrente ideológico-partidária é sinal de emburrecimento, justo onde a inteligência deveria vicejar – e de grave desvio de finalidade, pois o dinheiro público destinado à educação está financiando as trincheiras acadêmicas de um retrógrado partido político.²¹⁵

Ao referir-se ao meio acadêmico o jornal faz um ataque aos professores. Afirmarões como esta alimentam a ideia de “doutrinação” do ensino e minam a credibilidade das instituições públicas de ensino superior. Nas leituras do material da pesquisa não se encontraram propostas, tampouco discussões sobre ciência, ensino superior, cultura ou produção artística. Dois dias após a publicação do editorial citado acima, o mesmo periódico exibia artigo de Benedito Guimarães Aguiar Neto, presidente do Conselho de Reitores das Universidades Brasileiras e reitor da Universidade Presbiteriana Mackenzie:

²¹⁴ **O papel da universidade (Editorial).** *O Estado de S. Paulo*, 4/10/2018.

²¹⁵ *Idem.*

Educação não tem sido tema prioritário nos debates levados a efeito nesta corrida presidencial. E se analisados os respectivos programas de campanha, muito menos esse tema ocupa espaço de prioridade, não obstante os nossos índices, tanto da educação básica quanto da educação superior, serem raquíticos e ameaçados de um estado ainda mais desfavorável. Considerando que as eleições deste ano são decisivas para a reversão da crise política e econômica nacional, e a sua repercussão no processo de desenvolvimento dos sistemas educacionais vigentes no País, o Conselho de Reitores das Universidades Brasileiras (CRUB), em conjunto com as associações dos distintos segmentos do ensino superior, encaminhou carta aos candidatos à Presidência da República. O documento contém propostas para o cumprimento efetivo, no novo governo, das metas estabelecidas no Plano Nacional de Educação (PNE), instituído pela Lei número 13.005/2014. A premissa basilar é a sua efetiva execução como política prioritária de Estado²¹⁶

Durante a campanha, além dos ataques a professores, Jair Bolsonaro, candidato vencedor, propôs o ensino à distância para todas as etapas da vida escolar. Os veículos impressos reproduziam a proposta sem contestações, como assinala o trecho a seguir, publicado na *Folha de S. Paulo*:

“Com o ensino a distância você ajuda a combater o marxismo. E você pode começar a fazer o ensino a distância uma vez por semana. Você ajuda a baratear o ensino no Brasil”, afirmou ao ser questionado sobre suas propostas para a educação. Questionado para quais ocasiões ele propõe essa modalidade de ensino, ele disse que poderia ser do ensino

²¹⁶ AGUIAR, Benedito Guimarães. **PNE é política prioritária do Estado.** *O Estado de S. Paulo*, 6/10/2018.

fundamental ao superior. "Pode ser para o ensino fundamental e médio, até universitário. Todos a distância... Pode ser, depende da disciplina. [Ensino] fisicamente é em época de prova ou então em aulas práticas", explicou. Segundo ele, alguns pais já preferem educar e alfabetizar seus filhos em casa.²¹⁷

No quadro com as propostas dos candidatos, reproduzido ao final deste artigo, o jornal especifica a proposta de educação a distância do candidato Jair Bolsonaro de maneira diferente: "Educação a distância deve ser vista como um importante instrumento, e não vetada de forma dogmática".

O leitor não tem como saber se foi uma decisão do veículo editar a proposta, eliminando o "combate ao marxismo", citado na publicação de 7 de agosto, ou se a campanha do candidato forneceu informações alteradas para a publicação de 29 de setembro.

A origem do alinhamento dos professores com a esquerda pode estar na proletarianização da categoria, que perdeu salário, condições de trabalho, prestígio e autonomia na construção de seu planejamento didático nas últimas décadas. Hoje os professores são reféns do cronômetro, têm pouca liberdade para criar as aulas e muitas vezes precisam reproduzir currículos pedagógicos engessados, que nem sempre condizem com a realidade da sala de aula.

Lopes fala de um mal-estar docente, envolvendo a profissão, o lado pessoal do professor e a qualidade da Educação. Ela o define como "a existência de uma crise na docência, com origem em mudanças nos parâmetros do exercício profissional e com impacto nefasto no equilíbrio pessoal dos professores e na qualidade da educação".²¹⁸ Para Lopes, essa crise na docência afeta tanto professores das escolas

²¹⁷ FERNANDES, Talita. **Bolsonaro propõe ensino a distância para combater marxismo e reduzir custos.** *Folha de S. Paulo*, 7/10/2018.

²¹⁸ LOPES, A. **Mal-estar na docência? Visões, razões e soluções.** Porto: ASA, 2001, p. 7.

públicas quanto do ensino privado, prejudicando a qualidade da educação em ambos. No livro *História da Escola em São Paulo e no Brasil*, Maria Luíza Marcílio, da Faculdade de História da USP, fez uma análise do projeto educacional brasileiro e os reflexos dele nos problemas atuais que caracterizam a educação no Brasil. Ela explica:

Dois pontos essenciais devem ser ressaltados ao tratarmos do docente da escola pública de base neste país: de um lado, a secular precariedade da formação do professor, e, de outro, as condições igualmente seculares e aviltantes de trabalho e de remuneração. Esses dois setores, com exceções raras de local e de época, nunca mereceram atenção adequada das autoridades responsáveis e das políticas educacionais, com sérios prejuízos para a qualidade da educação e da aprendizagem de crianças e adolescentes brasileiros.²¹⁹

O Brasil tem 2,6 milhões de professores na educação básica e superior, responsáveis pela educação de 57,7 milhões de brasileiros.²²⁰ Cerca de 80% dos docentes de ensino infantil, fundamental e médio atuam em escolas públicas e 15% do total estão em escolas rurais. Na mídia, salvo raras exceções, os docentes ora são retratados como heróis – na visão romântica do mestre abnegado –, ora como vilões incompetentes, responsáveis pela baixa qualidade da educação brasileira. Citelli reuniu numa obra educ comunicativa artigos sobre a representação dos professores pelos meios de comunicação:

Como se percebe, enquanto na representação orientada pelas constatações busca-se flagrar aquilo que seria um instantâneo do docente, à moda de um fotograma congelado, na representação predicativa, o objetivo é propor políticas e alternativas para o sistema educativo voltadas, quase sempre, a promover termos como eficácia e

²¹⁹ MARCÍLIO, M.L. *História da Escola em São Paulo e no Brasil*. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2014, p. 411.

²²⁰ Estatísticas dos Professores no Brasil, Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP/MEC), 2003. Disponível em: <<http://www.inep.gov.br/estatisticas/professor2003/>>.

eficiência. No jogo das predicacões o único produtor discursivo que não comparece é o professor. À exceção de uns poucos casos e situaões (a exemplo do filme de João Jardim, *Pro dia nascer feliz*, tratado em texto à frente), impressiona como, nas manifestaões sobre os educadores que circulam nos media, faltam as vozes dos próprios ou de entidades a eles associadas, como os órgãos classistas. Aliás, estes, quando são invocados, tendem a ser deslegitimados e apresentados como sinônimos de um sindicalismo nostálgico e ultrapassado.²²¹

Poucas vezes se aborda na imprensa o professor como profissional que precisa ser bem formado, valorizado e cobrado, além de receber condições materiais para realizar seu trabalho de forma adequada.

Relatório produzido pelo Comitê Técnico do Conselho de Desenvolvimento Social da Presidência da República mostra que a remuneração média dos professores em 2012 era equivalente a 51% do valor médio obtido por outros profissionais com nível superior completo. Torna-se claro o porquê de a carreira docente não despertar o interesse dos mais jovens. Dados publicados no relatório da OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico) em junho de 2017 mostram que entre 2006 e 2015, a taxa de adolescentes brasileiros de quinze anos que almejam seguir a carreira docente caiu de cerca de 7,5% para apenas 2,4%. Entre os motivos alegados para o desinteresse estão fatores como baixos salários e pouco reconhecimento da profissão na sociedade.

Os professores são contratados por jornadas reduzidas e, para aumentar os rendimentos, acumulam compromissos, tendo de trabalhar em diferentes escolas e níveis de ensino. Jornadas duplas e em vários colégios reduzem o tempo para o planejamento das atividades, enfraquecem os laços entre professor e a comunidade

²²¹ CITELLI, Adilson (org). **Educomunicação**. Imagens do professor na mídia. São Paulo: Paulinas, 2012, p. 16.

escolar e ainda contribuem para o alto nível de absenteísmo docente. Um estudo do Ministério da Educação ²²² em parceria com a UFMG revelou que 69,1% dos professores faltaram ao menos um dia no ano e 14,7% precisaram se ausentar do trabalho por sete dias ou mais. Dos entrevistados, o principal motivo de falta foram problemas de saúde, para 53,3%, seguido de problemas familiares, 33,2%, e problemas no deslocamento, 9%. Os resultados quanto aos motivos das faltas relacionadas ao estado de saúde apontam em primeiro lugar problemas de voz com 17,7% do total de professores da educação básica; na sequência, destacam-se, problemas respiratórios com 14,6% e problemas emocionais com 14,5%. Outros indicadores também foram apurados. Com relação às condições de trabalho, foi relatado por 64% dos entrevistados sofrem ruído intenso no trabalho, 29,7% sofreram violência verbal praticada por estudantes e 56,2% trabalham 40 horas ou mais por semana. Sobre a qualidade na gestão, 40,6% mencionaram não ter apoio social na escola.

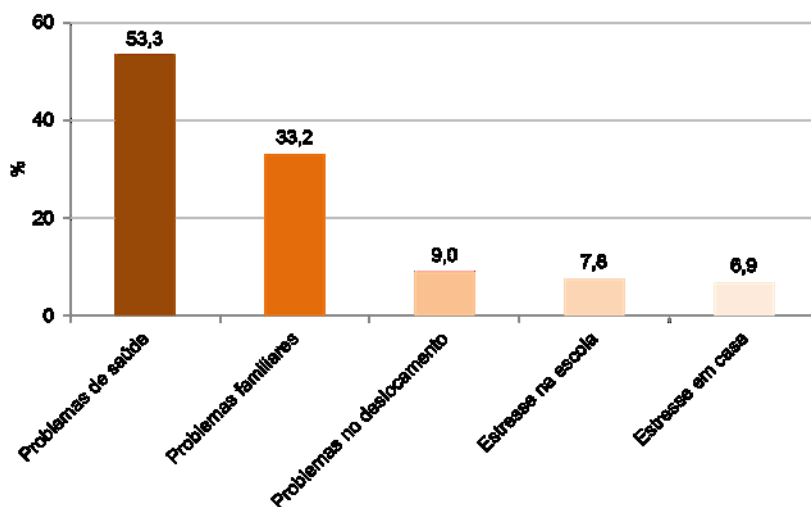


Gráfico - Motivos de faltas ao trabalho. Professores da Educação Básica. EDUCATEL Brasil, 2015/16.

²²²ASSUNÇÃO, Ada Ávila et All, **EducateL Brasil**, Belo Horizonte, 2015. Disponível em:

<https://site.medicina.ufmg.br/nest/wp-content/uploads/sites/79/2018/07/A-pesquisa-EducateL.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2019.

As conclusões do estudo mostram que os objetivos do ensino dependem das estratégias pedagógicas, mas também das condições de realização do trabalho. Para além da falta de condições e de estratégias, a mídia deixa de lado um fator fundamental apontado no *Caderno Globo*:

(...) diante de uma sala de aula, o professor é aquele que lida não apenas com um grupo de alunos, mas está no ponto de confluência de diversas questões da sociedade. Saúde, segurança, carências alimentares, saneamento básico, violência doméstica são alguns dos temas presentes na rotina de cada um dos 2,2 milhões de professores de educação básica que atuam no Brasil. Mas não só: no contato direto com o aluno, o professor está em contato também com a riqueza da diversidade e das potencialidades da sociedade. E sua presença pode, e geralmente é, transformadora.²²³

O *Caderno Globo* é uma publicação do *Globo Universidade*, um dos braços de responsabilidade social da *TV Globo*. São raros os projetos na mídia que dão voz a alunos e professores.

A tão valorizada agenda de desenvolvimento do país também passa pela valorização do ensino, da educação, do professor e dos alunos. A mídia tem muito a contribuir nessa construção, disseminando boas ideias e práticas na escola e fora dela. Quanto mais os cidadãos estiverem atentos e capazes de fazer uma leitura crítica da mídia, mais estaremos contribuindo para essa transformação. Um dos caminhos para se alcançar a mudança é a Educomunicação, ciência capaz de trazer professor e aluno para o centro do processo. Ligar essas duas pontas do aprendizado por meio do diálogo certamente é uma contribuição preciosa na árdua tarefa de lidar com a complexidade do mundo atual.

²²³ BETING, Graziella. **Professor**. *Caderno Globo*, 14/11/2018. Disponível em: <app.cadernosglobo.com.br>.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As questões econômicas, morais, de liberdade de expressão e ligadas ao esclarecimento das *fake news* tomaram grande parte do espaço da mídia impressa nesse período pré-eleitoral. Apesar das dimensões e da complexidade da área da educação no Brasil, o tema foi muitas vezes retratado como restrito apenas à escola pública. Os meios de comunicação, salvo exceções, se apegam ao estereótipo da escola pública fraca, despreparada e sem recursos. O professor ocupa, quase sempre, um espaço sem prestígio, reservado a profissionais mal formados e desinteressados. Traçado esse cenário, a mídia reverbera as ideias que apontam modelos e experiências eminentemente empresariais. O foco são as metas, produtividade e eficiência. Fala-se em quantidades e números, sem mencionar valores éticos. Morin²²⁴ já alertava sobre a importância de “ensinar a assumir a condição humana, ensinar a viver e ensinar a se tornar um cidadão”.

Certamente não queremos fechar os olhos para as deficiências da educação no Brasil. Mas tampouco podemos ser lenientes com as deficiências de uma cobertura rasa como a que vimos no período pré-eleitoral em 2018. As propostas dos candidatos à presidência para a área eram inconsistentes e vagas. No retrato esboçado a partir dos programas políticos dos presidencialistas, foi possível perceber uma polarização entre os políticos mais à esquerda ou mais à direita: projetos de candidatos liberais envolvem ajustes financeiros, tratam de custos e enaltecem o ensino privado; já os partidos de esquerda veem a educação pelo viés assistencial, como um meio para prover merenda, financiamentos, perdoar dívidas etc.

²²⁴ MORIN, EDGAR. **A cabeça bem feita**: repensando a reforma – reformar o pensamento. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000, p. 65.

A qualidade da educação e o trabalho para uma educação cidadã não estiveram presentes no debate. Da mesma maneira, as relações entre as partes envolvidas no processo educacional – docentes, instituições e alunos – não tiveram espaço na cobertura. Pouco ou nada se publicou a respeito de um projeto de educação para o país.

TABELA COM AS PROPOSTAS DOS PRESIDENCIÁVEIS²²⁵

Ciro Gomes

PDT

- Reabrir discussão da Base Nacional Comum Curricular
- Pagar bolsa a alunos de ensino médio que apresentarem frequência mínima e ganhos crescentes no desempenho escolar
- Estrutura de incentivos para estados e municípios de acordo com a adesão às políticas e práticas propostas pelo governo federal
- Premiação para escolas que consigam reduzir evasão e melhorar desempenho de alunos
- Mais recursos do governo federal para municípios com piores indicadores, que terão metas claras e viáveis de melhoria na aprendizagem
- Persistir na aplicação das metas estabelecidas no Plano Nacional da Educação
- Articular programa Inter setorial com foco na primeira infância; priorizar atendimento de creches a jovens mães em condições vulneráveis
- Estabelecer mesa permanente de negociação para ampliar medidas de valorização dos professores de modo sustentável
- Criação de prova nacional para seleção de professores
- Controle estrito de faltas de professores e alunos
- Apoio à melhoria da infraestrutura escolar e das condições de trabalho, por meio do BNDES
- Manter gratuidade nas universidades públicas e facilitar convênios com empresas públicas e privadas
- Inclusão do combate a preconceitos por raça, etnia, orientação sexual e gênero no Plano Nacional de Educação, além de garantir implementação da lei sobre ensino de história e cultura afro-brasileira e africana

²²⁵ **Conheça as propostas dos presidenciáveis para a educação.** *Folha de S. Paulo*, 29/9/2018.

Fernando Haddad

PT

- Ajustar a Base Nacional Comum Curricular e retirar imposições obscurantistas
- Revogar [reforma do ensino médio](#) e elaborar um novo marco legal
- Ampliar atuação federal no ensino médio; maior integração com a rede federal de educação e com o [Sistema S](#)
- Programa de permanência na escola para jovens em situação de pobreza, combate à evasão e elevação do rendimento escolar
- Reforço de ações para educação inclusiva, relações étnico-raciais, valorização da diversidade e direitos humanos, sob perspectiva não discriminatória
- Revogar a lei do teto de gastos
- Concretizar as metas do Plano Nacional de Educação e criar novo padrão de financiamento, visando progressivamente investir 10% do PIB em educação
- Implementar o CAQ (indicador que especifica custo por aluno para garantir condições de qualidade)
Institucionalizar novo [Fundeb](#), de caráter permanente, com aumento da complementação da União, e Sistema Nacional de Educação, instituindo instâncias de negociação interfederativa
- Criar política nacional de valorização e qualificação docente, garantir o piso salarial nacional e implementar prova nacional para ingresso na carreira
- Colaboração com municípios para ampliação com qualidade das vagas em creches, além de fortalecer as políticas voltadas para a pré-escola
- Expandir educação integral, sobretudo nas regiões mais vulneráveis
- Ampliar vagas, fortalecer campi e interiorização dos Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, com foco em regiões vulneráveis

Geraldo Alckmin

PSDB

- Investir na educação básica de qualidade
- Garantir que todas as crianças estejam plenamente alfabetizadas até 2027
- Crescer 50 pontos no Pisa (avaliação internacional) em 8 anos
- Sério investimento na formação e qualificação dos professores
- Transformar a carreira do professor numa das mais prestigiadas e desejadas pelos jovens
- Adotar estratégias educativas de sensibilização de adolescentes para prevenção da gravidez precoce
- Fortalecer o ensino técnico e tecnológico, qualificando os jovens para atuar na nova economia
- Estimular parcerias entre universidades e empresas para incentivar aumento de produtividade e competitividade

Jair Bolsonaro

PSL

- Fazer mais com os atuais recursos
- Oferecer mais aulas de matemática, ciências e português, sem doutrinação e sexualização precoce
- Priorizar educação básica e ensino técnico, com mais esforços a partir da educação infantil
- Qualificação crescente dos professores
- Revisar e modernizar o conteúdo, desde a alfabetização, "expurgando a ideologia de Paulo Freire"
- Alterar a Base Nacional Comum Curricular
- Impedir a "aprovação automática"
- Universidades devem gerar avanços técnicos, desenvolver novos produtos por meio de parcerias e pesquisas com a iniciativa privada
- Fomentar o empreendedorismo na universidade
- Educação a distância deve ser vista como um importante instrumento, e não vetada de forma dogmática
- Evoluir para uma estratégia de integração entre entes federativos e universidades públicas e privadas

Marina Silva

REDE

- Implementar a política nacional integrada para a primeira infância
- Parceria com estados e municípios no estabelecimento de metas e indicadores para mensurar os investimentos, a qualidade e o impacto das políticas implementadas
- Apoiar estados e municípios na implementação da BNCC.
- Implementar metas do Plano Nacional de Educação
- Avaliar criticamente o novo ensino médio, reconhecendo problemas na flexibilização curricular e na ampliação da carga horária previstas, que não são compatíveis com a realidade da maioria dos municípios brasileiros
- Reduzir o problema do atraso escolar, visando caminharmos para cumprir a meta de zerar a distorção idade-série
- Expandir a educação integral
- Enfrentar o analfabetismo
- Criar políticas de prevenção e combate a todas as formas de bullying, violência e discriminação, considerando as metas do Plano Nacional de Educação, para promover o bem de todos sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade, orientação sexual (LGBTIs), condição física, classe social e religião
- Valorizar ensino técnico e profissional, maior integração às demandas do mercado de trabalho e enfrentando o alto índice de evasão do Pronatec
- Aproximar política de ciência, tecnologia e inovação do ensino superior

REFERÊNCIAS

- ASSUNÇÃO, ADA ÁVILA ET ALL EDUCATEL BRASIL, BELO HORIZONTE, 2015. DISPONÍVEL EM: <[HTTPS://SITE.MEDICINA.UFMG.BR/NEST/WP-CONTENT/UPLOADS/SITES/79/2018/07/A-PESQUISA-EDUCATEL.PDF](https://site.medicina.ufmg.br/NEST/wp-content/uploads/sites/79/2018/07/A-PESQUISA-EDUCATEL.PDF)>. ACESSO EM: 15 FEV 2019.
- BETING, GRAZIELLA. PROFESSOR, CADERNO GLOBO, N.14, NOV. 2018. DISPONÍVEL EM: <[APP.CADERNOSGLOBO.COM.BR](http://app.cadernosglobo.com.br)>.
- CITELLI, ADILSON (ORG). EDUCOMUNICAÇÃO. IMAGENS DO PROFESSOR NA MÍDIA. SÃO PAULO: PAULINAS, 2012.
- ESTATÍSTICAS DOS PROFESSORES NO BRASIL, INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA (INEP/MEC), 2003. DISPONÍVEL EM: <[HTTP://WWW.INEP.GOV.BR/ESTATISTICAS/PROFESSOR2003/](http://www.inep.gov.br/estatisticas/professor2003/)>.
- LIBÂNEO, JOSÉ CARLOS. O DUALISMO PERVERSO DA ESCOLA PÚBLICA BRASILEIRA: ESCOLA DO CONHECIMENTO PARA OS RICOS, ESCOLA DO ACOLHIMENTO SOCIAL PARA OS POBRES. IN EDIÇÃO E PESQUISA, SÃO PAULO, V38, N.1, 2012.
- LOPES, A. MAL-ESTAR NA DOCÊNCIA? VISÕES, RAZÕES E SOLUÇÕES. PORTO: ASA, 2001.
- MARCÍLIO, M.L. HISTÓRIA DA ESCOLA EM SÃO PAULO E NO BRASIL. SÃO PAULO: IMPRENSA OFICIAL DO ESTADO DE SÃO PAULO, 2014.
- MORIN, EDGAR. A CABEÇA BEM FEITA: REPENSANDO A REFORMA – REFORMAR O PENSAMENTO. RIO DE JANEIRO: BERTRAND BRASIL, 2000.

ARTIGOS E REPORTAGENS

- AGUIAR, BENEDITO GUIMARÃES. PNE É POLÍTICA PRIORITÁRIA DO ESTADO. O ESTADO DE S. PAULO, 6/10/2018.
- AMOÊDO, DO NOVO, QUER TESTAR VALE EDUCAÇÃO EM ESCOLAS PRIVADAS. VEJA, 2/9/2018.
- CAFARDO, RENATA. “BOLSONARO E CIRO SERIAM RETROCESSO”, DIZ ANA MARIA DINIZ. O ESTADO DE S. PAULO, 9/8/2018.
- CAFARDO, RENATA. NOTÍCIA VELHA. O ESTADO DE S. PAULO, 2/9/2018.
- CONHEÇA A PROPOSTA DOS PRESIDENCIÁVEIS PARA A EDUCAÇÃO. FOLHA DE S. PAULO, 29/9/2018.

FERNANDES, TALITA. BOLSONARO PROPÕE ENSINO A DISTÂNCIA PARA COMBATER MARXISMO E REDUZIR CUSTOS. FOLHA DE S. PAULO, 7/10/2018.

MATAIS, ANDREZA. NA TV, JAIR BOLSONARO VAI DEFENDER LAVA JATO. O ESTADO DE S. PAULO, 16/8/2018.

MINAS TERÁ A PRIMEIRA CANDIDATA TRANS AO SENADO. UOL, 12/8/2018.

O PAPEL DA UNIVERSIDADE (EDITORIAL). O ESTADO DE S. PAULO, 4/10/2018.

RAATZ, LUIZ. EM PROGRAMA DE GOVERNO, BOLSONARO PROPÕE MINISTÉRIO ÚNICO NA ECONOMIA. UOL, 14/8/2018.

SAFATLE, VLADIMIR. DIZER A VERDADE NÃO BASTA. DESMONTE FINAL DO SISTEMA PÚBLICO DE EDUCAÇÃO NÃO É MAIS DISFARÇADO. FOLHA DE S. PAULO, 17/8/2018.

SCHWARTZMAN, SIMON. ENSINO MÉDIO SEM ABERRAÇÃO. O GLOBO, 12/8/2018.

FOTOGRAFIA E ESPETÁCULO NO PROCESSO ELEITORAL DE 2018

ANDRÉ BUENO²²⁶

A produção fotográfica atual, impulsionada pelo desenvolvimento tecnológico desde o seu advento e sobretudo pelo barateamento dos dispositivos digitais móveis com câmeras fotográficas (celulares e *smartphones*), se torna mais democrática pelo acesso a aplicativos de edição, ao atender um mercado de produção de imagens por cidadãos comuns (não profissionais). Estes equipamentos, assim como as redes sociais como *Instagram* e *Facebook* no qual geralmente são conectados, são atraentes e estimulam a construção de “narrativas cada vez mais íntimas”²²⁷ e afetivas. De acordo com Silva: “(...) tudo o que é fotografado encontra aportes técnico e estético já

²²⁶ Mestrando em Ciências da Comunicação na Escola de Comunicações e Artes (ECA) da USP.

²²⁷ SILVA, Wagner Souza. **Imagem e subjetividade**: Narrativas fotográficas confessionais e a estética da afetividade, 2014.

formatados, com uma boa possibilidade de variações, garantindo ao usuário a motivação e a liberdade de diversificar constantemente seus motivos para o registro fotográfico”.²²⁸

Deste modo, vive-se hoje o entusiasmo e o espetáculo fotográfico, motivado pelas possibilidades técnicas de produção, edição e tratamento visual, bem como pela facilidade de compartilhamento e distribuição das imagens em redes. Mesmo que haja uma crise de mercado para o fotógrafo profissional, cujo saber especializado tem sido desvalorizado, a linguagem fotográfica segue cada vez mais usual nos processos de comunicação e representação da sociedade.

Portanto, nota-se a tendência de uma “sociedade programada”²²⁹ dos produtores e receptores de imagens, uma sociedade altamente influenciada pelo espetáculo fotográfico, no qual o campo da política não escapa. No entanto, cabe às imagens, sobretudo quando produzidas sob interesses políticos, uma análise que não se limita às suas técnicas de produção, mas que busca entender intenções de quem as produziu, contextos e conjunturas que motivaram sua construção, sua estética, bem como possibilidades de manipulação que as envolve. Assim, o espetáculo é estudado não como um mero conjunto de imagens, mas como bem enfatizou Debord²³⁰, como “uma relação social entre pessoas, mediada por imagens”.

FOTOGRAFIA: MANIPULAÇÃO E PRODUÇÃO DE SENTIDO NA REPRESENTAÇÃO POLÍTICA

Considerando que a fotografia é utilizada por políticos a fim de construir representações e discursos a seu favor, quais as possibilidades de manipulação que a envolve? Como a fotografia influi na sociedade? O entendimento de que a fotografia

²²⁸ Idem, p.71-72.

²²⁹ FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas**: elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008, p.14.

²³⁰ DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, p.14.

é em sua essência sempre manipulada, e ao mesmo tempo geradora de significados sobre indivíduos, cenas e acontecimentos²³¹, pode contribuir para esclarecer estas questões.

Ao consultar o dicionário de língua portuguesa²³², a palavra manipular carrega os significados: alterar, falsear, forjar, inventar, influenciar, compor, dentre outros. Todos eles remetem a ações de controle que podem ser associadas a produção fotográfica, uma vez que ela resulta de uma prática criativa, onde o próprio ato de olhar, enquadrar e ajustar equipamentos, já caracteriza o fotográfico como manipulável. No entanto, uma vez que a fotografia faz parte de um processo de comunicação complexo, a questão da manipulação não deve se reduzir apenas a análises sobre suas aparências ou técnicas de produção. Afinal, as fotografias são construídas estrategicamente dentro de espaços e tempos – políticos –, e visam à produção de sentidos “impondo” um ponto de vista.

Desse modo, fotografias de propaganda política ou de cobertura da imprensa sobre candidatos, ações de campanhas eleitorais, comícios, protestos, manifestações públicas, entre outras criadas para representação política, mesmo que algumas aparentem na atualidade uma estética amadora ou pouco elaborada, são provenientes de recursos de linguagem. Essas produções são idealizadas e arquitetadas e não despreziosas como muitos acreditam, o que demanda cada vez mais esforços para interpretá-las.

Os espaços, pessoas, vestuários, objetos, formas, cores, texturas, símbolos ou ícones que se vê “representados” nesses tipos de imagens desempenham um papel fundamental na geração de sentidos. Assim, a fotografia atua como parte de um “sistema representacional”²³³ ou de uma prática de produção de significados, capaz de influenciar na forma de pensamento da sociedade, incluindo os eleitores.

²³¹ HALL, Stuart. **Cultura e Representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016, p.24.

²³² FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Aurélio século XXI: o dicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

²³³ HALL, Stuart. Op. Cit, p.24.

Contudo, seu poder de representação da realidade, “poder inerente a sua técnica”²³⁴, não anula a importância do olhar de quem produz a fotografia. Desde sua invenção, a atitude do fotógrafo sempre influenciou as formas e significação de imagens, o que indica, um ponto de vista ou intencionalidade de quem a criou. Mesmo na modernidade, quando o vínculo da fotografia com a realidade dependia da mediação técnica e de seus dispositivos: “câmera, o sistema óptico da objetiva e a película fotossensível”²³⁵, a fotografia já não se reduzia a mero registro técnico ou documental. Ela já demonstrava – e ainda demonstra – seu potencial como um meio de expressão, um artifício para tentar fixar um ponto de vista (um discurso), no qual seu criador pode distorcer ou construir uma nova realidade.

PANORAMA ELEITORAL

A disputa presidencial no Brasil em 2018 foi marcada pelo impedimento²³⁶ da candidatura do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva – preso e julgado durante as investigações da Operação Lava Jato – substituída pela nomeação do candidato Fernando Haddad do Partido dos Trabalhadores (PT). Ainda no início das eleições, o capitão²³⁷ da reserva do Exército e candidato Jair Bolsonaro (PSL) também ganhou destaque na mídia após ter sofrido um atentado no dia 6 de setembro: o presidenciável foi esfaqueado durante campanha nas ruas de Juiz de Fora (MG), o que o levou a realizar a maior parte de sua campanha política de dentro de um hospital em São Paulo e, posteriormente, em sua casa. Quanto aos demais candidatos²³⁸, embora

²³⁴ FREUND, Gisèle. *La fotografia como documento social*. Barcelona: Gustavo Gili, S.A. 1976, p.8.

²³⁵ MACHADO, Arlindo. *Pré-cinemas e pós-cinemas*. Campinas: Papirus, 2002, p.222.

²³⁶ Candidatura negada pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

²³⁷ Jair Bolsonaro, E Biografias. Disponível em <https://www.ebiografia.com/jair_bolsonaro/>. Acesso em: 30 jan 2019.

²³⁸ Candidatos à Presidência: Álvaro Dias 19 (Podemos); Cabo Daciolo 51 (Patriota); Ciro Gomes 12 (PDT); Fernando Haddad 13 (PT); Geraldo Alckmin 45 (PSDB); Guilherme Boulos 50 (PSOL); Henrique Meirelles 15 (MDB); Jair Bolsonaro 17 (PSL); João Amoêdo 30

se deva considerar suas atuações nas ruas e nos debates – com destaque para a vantagem de tempo de propaganda na televisão para Geraldo Alckmin –, esses tiveram menos visibilidade na cobertura midiática e baixos índices de intenção de votos. Portanto, é a partir da disputa entre Bolsonaro e Haddad que as eleições ganharam destaque na imprensa brasileira, sobretudo com as polêmicas envolvendo o uso de *fake news* e do aplicativo de comunicação *WhatsApp*, e com os protestos realizados nas redes sociais e nas ruas por movimentos a favor e contrários a Bolsonaro (*#EleSim* e *#EleNão*). É no contexto da campanha desses dois candidatos que se pretende desenvolver a maior parte deste estudo.

A vigilância entre partidos opositores e a disputa por construir uma imagem positiva se mostrou mais importante que o debate de projetos políticos. Saber o que o outro diz e como diz estimulou a construção de novos discursos visuais ao longo das campanhas, como meio de rebater o candidato concorrente e mostrar posicionamento diferenciado diante do eleitorado. Nesse sentido, notaram-se esforços na criação e afirmação das imagens dos candidatos, que passaram a ser construídas com base em valores morais e identidades disputadas nessas eleições, dentre elas: religiosa, de gênero e racial.

Essas imagens não se limitam apenas a produções criadas por fotógrafos profissionais, repórteres fotográficos ou agências de comunicação. Todos – os políticos e o eleitor – passam a experimentar a linguagem fotográfica uma vez que os modos atuais de produção e o crescimento da comunicação em rede transformaram o papel do produtor imagético. Fotografar, editar, publicar, compartilhar são algumas das funções cotidianas colocadas em práticas por muitos, que acabam sendo usadas para construção de imagens a favor dos candidatos ou contra esses.

Desse modo, a partir de um *clipping* recebido entre os meses de agosto e novembro de 2018, período que marcou o início das campanhas eleitorais até um mês

(Novo); João Goulart Filho 54 (PPL); José Maria Eymael 27 (Democracia Cristã); Marina Silva 18 (Rede) e Vera Lucia 16 (PSTU).

após as eleições, foram selecionadas e analisadas imagens publicadas em veículos²³⁹ de comunicação, com o propósito de entender como os presidenciáveis construíram um discurso visual diante dos eleitores e da imprensa. Como a fotografia atuou nesse processo? E como o eleitor utilizou a fotografia para a participação política nas redes sociais?

A FOTOGRAFIA COMO ESPETÁCULO POLÍTICO NA DISPUTA ELEITORAL

O acesso às redes de Internet e aos aplicativos e dispositivos de produção midiática tem favorecido o uso de novas linguagens e recursos para a construção do espetáculo político. A fotografia, por sua capacidade de manipulação e representação da realidade, bem como de “recorte ideológico e autoral”²⁴⁰, cumpre um papel importante na produção desse espetáculo.

O espetáculo político é aqui entendido como um discurso visual que nunca é neutro ou mero resultado do desenvolvimento tecnológico. Consiste em uma expressão articulada e em um desdobramento de intervenções e visões especializadas com o objetivo de influenciar o espectador (eleitor) e “fazer ver o mundo que já não se pode tocar diretamente”.²⁴¹ “(...) o espetáculo é o discurso ininterrupto que a ordem atual faz a respeito de si mesma, seu monólogo laudatório. É o autorretrato do poder na época de sua gestão totalitária das condições de existência. A aparência fetichista de pura objetividade entre homens e entre classes (...).”²⁴²

²³⁹ Jornais *Folha de S. Paulo*, *Estado de S. Paulo*, *O Globo*, as revistas *Veja* e *Carta Capital* e os portais *UOL* e *Poder 360*.

²⁴⁰ COSTA, Maria Cristina Castilho. **Educação, Imagem e Mídias**. São Paulo: Cortez, 2013, p. 92.

²⁴¹ DEBORD, Guy. Op. Cit, p.18.

²⁴² Idem, p.20.

Segundo Rubim²⁴³, “a política não se realiza sem o recurso às encenações, aos papéis sociais especializados, aos ritos e rituais determinados”. Em outras palavras, o político está sempre atuando diante das câmeras, seja durante rotinas de mandato ou em períodos de campanhas eleitorais: ao conceder uma entrevista, ao discursar na tribuna, ao posar para um ensaio fotográfico, ao participar de comícios e manifestações públicas, inclusive ao se permitir aparecer nas redes sociais. A construção de sua imagem depende sempre de sua encenação perante os produtores imagéticos, incluindo a imprensa.

Na medida em que a fotografia se torna uma prática habitual de comunicação e um forte meio de representação da sociedade, essa encenação diante das câmeras torna-se ainda mais hábil e passa a ser experimentada cada vez mais, e muito do que parecia banal ou desinteressante, no cotidiano para a representação política, passa a ser transformado em espetáculo visando sensibilizar o eleitorado. Aliás, a política passa a explorar o mundo como “um grande teatro”, onde “já não há separação entre realidade e representação”²⁴⁴, de modo que nada escapa ao político que, como um bom ator, improvisa e se adapta ao palco e ao cenário que tem para atuação.

Destaca-se como exemplo, nesta eleição, a capacidade que alguns candidatos tiveram para produzir o próprio espetáculo, seja construindo as próprias imagens ou atuando astutamente diante das lentes da imprensa. Também chama a atenção como o compartilhamento e a publicação sistemática de imagens contribuíram para que o atentado contra Bolsonaro se transformasse em espetáculo, favorecendo o candidato e reforçando-o como um “mito”, modo como foi chamado por eleitores simpatizantes.

O pastor e presidenciável Cabo Daciolo (Patriota) ganhou destaque na imprensa por sempre aparecer carregando uma Bíblia e por seus bordões de campanha: “Glória a Deus” e “para a honra e glória do Senhor Jesus”, como aponta

²⁴³ RUBIM, Antônio Albino C. *Espectáculo, política e mídia*, 2002, p.7. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/rubim-antonio-espetaculo-politica.pdf>>. Acesso em: 8 jan 2019.

²⁴⁴ FONTCUBERTA, Joan. **O Beijo de Judas**: fotografia e verdade. Barcelona: Gustavo Gili, 2010, p.120.

Gabriel Carneiro, em matéria citada pelo portal *UOL*²⁴⁵. Daciolo passou quase metade do tempo de sua campanha “isolado em montes pelo Brasil” e em jejum. Além disso, o pastor fez transmissões ao vivo pela Internet.

O tucano Geraldo Alckmin (PSDB) tirou *selfies*, abraçou e beijou eleitores – prática também realizada pelos demais candidatos –, apareceu tomando café em bar, experimentando queijo em Minas Gerais, posando ao lado de comerciantes, caminhando no centro histórico de São Paulo, entre outras condutas. Apesar de toda exibição, além dos seus 44% do tempo de propaganda na televisão e no rádio, o candidato não cresceu nas pesquisas de intenções de voto, conforme aponta a matéria da *Folha de S. Paulo*.²⁴⁶

Ciro Gomes (PDT) tentou mostrar sua fé ao ser fotografado ao lado de sua esposa visitando a basílica de Aparecida, também caminhou nas ruas em meio a seus apoiadores e fez carreatas. O candidato não se intimidou ao ser retratado dançando com uma eleitora, durante uma caminhada na Praça das Caixas D'Água em Porto Velho (Rondônia), e beijando o boneco do Padre Cícero, ao visitar o mercado popular no bairro do Saara (Rio de Janeiro), conforme se vê nas imagens publicadas em matérias do *Estado de S. Paulo*²⁴⁷ e da *Folha de S. Paulo*²⁴⁸.

Marina Silva (Rede) empregou a maior parte do gasto de sua campanha em produções audiovisuais e também em seu visual “para apagar imagem de fragilidade que a prejudicou em 2014”²⁴⁹, conforme descreve Angela Boldrini, em matéria do jornal *Folha de São Paulo*. Segundo a notícia, a candidata investiu em uma empresa de consultoria, incluindo a compra de roupas, contratação de profissionais de

²⁴⁵ CARNEIRO, Gabriel. “Candidato meme”, Daciolo fica em 6º, à frente de Meirelles e Marina. *UOL*, 7/10/2018.

²⁴⁶ PASSOS, Paulo. Alckmin vive risco de se juntar a minoria que desperdiçou horário de TV. *Folha de S. Paulo*, 20/9/2018.

²⁴⁷ **Ciro beija boneco de Padre Cícero no bairro do Saara.** *O Estado de S. Paulo*, 13/9/2018.

²⁴⁸ **Ciro diz que é razoável que haja suspeitas sobre alguns institutos de pesquisa.** *Folha de S. Paulo*, 21/9/2018.

²⁴⁹ **BOLDRINI, Angela. Com campanha enxuta, Marina Silva gasta R\$ 67 mil em consultoria de moda.** *Folha de S. Paulo*, 21/9/2018.

maquiagem e cabelo, estudos de cores e tendências de moda e estética, dentre outras atividades visando à construção da imagem pessoal e estilo da candidata.

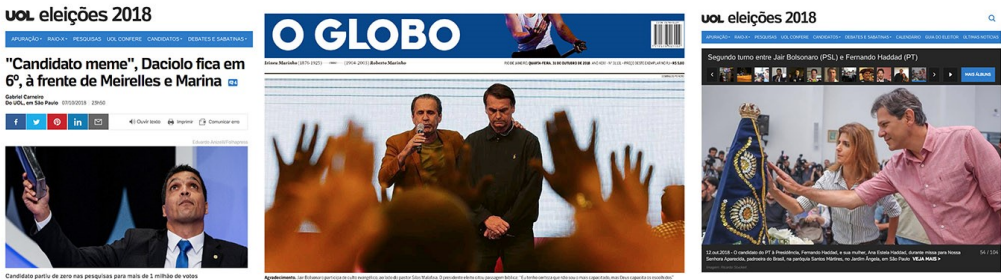


Imagem 1 – Cabo Daciolo com sua Bíblia. Fotografia: Eduardo Anizelli/Folhapress, Reprodução UOL, 7/10/2018.

Imagem 2 – “Bolsonaro participa de culto evangélico ao lado do pastor Silas Malafaia. O presidente eleito citou passagem bíblica: ‘Eu tenho certeza que não sou mais capacitado, mas Deus capacita os escolhidos’”. Fotografia de Domingos Peixoto. Reprodução Capa O Globo, 31/10/2018.

Imagem 3 – “O candidato do PT à presidência, Fernando Haddad, e sua mulher, Ana Estela Haddad, durante missa para Nossa Senhora Aparecida, na paróquia Santos Mártires, no Jardim Ângela, em São Paulo”. Fotografia de Ricardo Stuckert. Reprodução Galeria UOL, 12/10/2018.

Já Fernando Haddad (PT) construiu um discurso, na maior parte do tempo de sua campanha, explorando de diversas maneiras a imagem do líder popular Lula: usou máscaras do ex-presidente, posou com camisetas e grandes faixas (*banners*) montadas com o rosto do líder, usou o nome de Lula em seu *slogan*: “Haddad é Lula”, produziu fotografias no agreste de Pernambuco (Garanhuns), região onde Lula nasceu, usando um chapéu de cangaceiro e montado em um cavalo branco; em eventos ao lado de aliados fez gestos de “L” com as mãos em alusão à “Lula Livre” – aqui também entendido como tentativa de desconstrução do gesto imitando arma feito constantemente por Bolsonaro ao longo da campanha. Não bastando a imagem de Lula, o petista se apresentou nas periferias ao lado de jovens de diversos movimentos culturais identitários e junto a líderes evangélicos e de outras vertentes religiosas. Em

uma dessas aparições, permitiu-se ser fotografado por Ricardo Stuckert²⁵⁰ em uma missa, ao lado de sua esposa, ambos tocando com as mãos a imagem da padroeira do Brasil, Nossa Senhora de Aparecida, conforme se vê na galeria de imagens do portal UOL²⁵¹, em 12 de outubro de 2018.

Haddad cita Lula uma vez a cada 22 segundos

Em sua primeira caminhada, ex-prefeito de São Paulo repete estratégia da propaganda de TV e cita líder petista 31 vezes. Forra referências como 'presidente' e 'ele'; Ciro diz que votará no candidato do PT caso ele vá ao segundo turno com Bolsonaro

MARIANA MARTINEZ, BRUNO GOES E SÉRGIO ROXO
 @mariamartinez
 @brunogoes
 @sergioroxo

Em seu primeiro corpo a corpo com eleitores, depois de ser oficializado como candidato à Presidência pelo PT, Fernando Haddad e ilustre ministro-presidente Luiz Inácio Lula da Silva uma vez a cada 22 segundos em toda discussão. Num total de pouco mais de 11 minutos de fala, o ex-prefeito repetiu a estratégia de seus pinguinados: "E me menciono o padrinho político 31 vezes, sem contar referências como "presidente" e "ele".

Ventou com uma camiseta vermelha estampada com uma foto e com o nome do petista, o presidente foi chamado ao microfone na caminhada em Curitiba, na região metropolitana de São Paulo, de "Fernando Lula Haddad" e de "Luiz Fernando Lula Haddad".

Cris profeta de São Paulo



Edilson. Ao lado da candidata a vice Manuela D'Ávila, Fernando Haddad segura máscara de Lula e todo momento ele lembra que é o candidato do ex-presidente

Imagem 4 – “Ao lado da candidata a vice Manuela D’Ávila, Fernando Haddad segura máscara de Lula: a todo momento ele lembra que é o candidato do ex-presidente”. Fotografia de Edilson Dantas. Reprodução O Globo, 14/9/2018.²⁵²

Imagem 5 – Fernando Haddad. Fotografia de Ricardo Stuckert.

Reprodução Poder 360, 8/9/2018.²⁵³

²⁵⁰ Diferente de Bolsonaro, Haddad tinha um fotógrafo exclusivo em sua equipe de comunicação: Ricardo Stuckert o acompanhou ao longo de toda campanha. Boa parte das imagens produzidas por Stuckert foram publicadas primeiramente nas redes sociais e sites oficiais do candidato e posteriormente utilizadas pela imprensa, em especial uma muito replicada em diversos veículos, em que o candidato aparece segurando uma máscara do ex-presidente.

²⁵¹ Galeria de Fotos UOL. UOL, 12/10/2018. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/album/2018/10/07/segundo-turno-entre-jair-bolsonaro-psi-e-fernando-haddad-pt.htm#fotoNav=54>>. Acesso em: 2 dez 2018.

²⁵² MARTINEZ, Mariana; GOES, Bruno e ROXO, Sérgio. Haddad cita Lula uma vez a cada 22 segundos. O Globo, 14/9/2018.

²⁵³ BRASIL, LAURIBERTO. PT ESPERAVA QUE TEMER SE COMPORTASSE COMO ‘VICE DECORATIVO’ AFIRMA HADDAD. PODER 360, 8/8/2018.

PODER 360 | Diretor de Redação: Fernando Rodrigues | Editor: Vitoriano

PT esperava que Temer se comportasse como 'vice decorativo', afirma Haddad

Ex-prefeito de SP minimiza críticas de Ciro

Disse que Aikemin foi contra impeachment

Disse divulgada nesta semana, Ciro Haddad está recentemente empastado, com 130 mil das intenções de voto, respectivamente, Inácio Lula da Silva (13%), Geraldo Alckmin (8%), Bolsonaro (5%), Jair Bolsonaro aparece em primeiro lugar, com 20%.

Ja Wagner relaciona a história de PT e PSDB na democracia, para justificar seu pensamento.

—Se você me perguntar: se houver uma terceira eleição, eu vou votar em quem? Eu vou votar em quem eu quiser. Eu vou votar em quem eu quiser. Eu vou votar em quem eu quiser.

—Se chegar à posse do novo ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), Dias Toffi.

—Ao responder se o outro poderia ser Alckmin, Wagner respondeu:

—Claro. Acho que a gente tem que parar. Já que a História nos coloca em

Fernando Haddad é candidato a vice-presidente pelo PT

A estratégia do PT em associar a imagem de Lula levou Haddad a disputa presidencial no segundo turno, mas também rendeu ao candidato o apelido de “poste”, uma vez que sua candidatura passa a ser relacionada, pela imprensa e por alguns candidatos, de forma pejorativa ao ex-presidente. No entanto, o PT reagiu tentando reforçar a imagem de Haddad usando outras estratégias de comunicação, sobretudo no final do segundo turno, desvinculando o nome de Lula e substituindo a cor vermelha pelas cores da bandeira brasileira em suas logomarcas. A estratégia, conforme aponta a matéria do portal *UOL*, também visou a atingir os eleitores de centro, principalmente aqueles que votaram em “branco, nulo, se abstiveram ou não votaram em nenhum dos dois (Haddad e Bolsonaro, do PSL)”.²⁵⁴ “Uma nova versão do logotipo da campanha do candidato a presidente do PT, Fernando Haddad, já começou a ser usada por membros de sua equipe. A principal diferença é a ausência do nome do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT).”²⁵⁵

A nova marca também perdeu a cor vermelha e ganhou tonalidades da bandeira brasileira, em azul, verde e amarelo (...) Na terça-feira (9), o senador eleito Jaques Wagner, que passou a integrar a equipe de campanha de Haddad, disse que “não tem desvinculação” e que o projeto político é o mesmo (...)

Professor de ciência política da FGV-SP (Fundação Getúlio Vargas de São Paulo), Eduardo Grin afirma que, no primeiro turno, o PT utilizou uma campanha “mais à esquerda”, associando a imagem de Lula a Haddad para conseguir uma base de votos historicamente petista e chegar ao segundo turno. Agora, a tática tem que mudar. “A campanha fez o cálculo que conectar o ex-presidente [Lula] a Haddad era importante para chegar

²⁵⁴ LOPES, Nathan e MARTINS, Leonardo. **PT diminui Lula e a cor vermelha nos materiais de campanha de Haddad.** *UOL*, 10/10/2018.

²⁵⁵ Idem, *ibidem*.

no segundo turno, e chegaram. Agora, precisam mostrar que tem símbolos, de material de campanha principalmente, que identificam a campanha. Haddad tem que ser mais que Lula e PT [se pretende vencer]”, afirma o professor.²⁵⁶

Bolsonaro, na véspera de ter sofrido o atentado, ganhou destaque na mídia com um gesto agressivo: esperou o tempo certo e chutou o “pixuleco”²⁵⁷, um boneco que simboliza a imagem de Lula. A cena foi gravada e fotografada em diversos ângulos e publicada em vários veículos de comunicação. Em outro evento, no Acre, empunhou um tripé de câmera insinuando uma metralhadora e falou em “fuzilar a petralhada”, referindo-se aos simpatizantes do PT, o que motivou o partido a ingressar na Justiça (STF) com uma representação contra o candidato por “crime de ameaça”, conforme escreve Rafael Moraes Moura e Amanda Pupo, em matéria citada pelo jornal *O Estado de S. Paulo*²⁵⁸. Outros gestos atípicos de campanhas e simbólicos foram explorados pelo candidato, como, por exemplo: escrever na palma das mãos: “pesquisa, armas, Lula” e “Deus, família, Brasil”, durante um debate na televisão e em uma sabatina; rezar em rede nacional durante seu primeiro pronunciamento como presidente eleito²⁵⁹; produzir fotos e vídeos para as redes sociais utilizando ambientes caseiros improvisados com objetos comuns (Bíblia, bandeira do Brasil e mesa com garrafa térmica e alimentos) e usando trajés informais (bermuda e camisetas de time de futebol), entre outros.

Bolsonaro também fez questão de posar ao lado de famosos e de líderes religiosos e militares. Aliás, o discurso militar e religioso foi muito explorado em sua

²⁵⁶ Idem, *ibidem*.

²⁵⁷ **Bolsonaro chuta boneco do ex-presidente Lula durante evento em Ceilândia (DF).** Estado de S. Paulo, 6/9/2018.

²⁵⁸ MOURA, Rafael Moraes e PUPO, Amanda. **Bolsonaro fala em “fuzilar petralhada”; PT vai ao Supremo.** O Estado de S. Paulo, 4/9/2018.

²⁵⁹ “Liberdade” e “Deus” guiam discurso. **O Estado de S. Paulo, 29/10/2018.**

campanha e apelava à ordem e à fé. A defesa da liberação da posse de arma e da redução da maioria penal, em contradição aos direitos humanos e os princípios de preservação à vida pregados pelos cristãos, não incomodou a maior parte do eleitorado.



Imagem 6 – Imagens que documentaram a tentativa de assassinato ganharam destaque na imprensa e nas redes sociais. Reproduções das capas de 07/09/2018 dos Jornais Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e O Globo.²⁶⁰

Quanto ao atentado que o militar sofreu, parece não ter prejudicado sua campanha. Pelo contrário, as imagens de televisão, vídeos e fotografias que documentaram a tentativa de assassinato e alguns momentos antes, quando ainda era carregado nos ombros por apoiadores, se converteram em espetáculos na medida em que foram reproduzidas inúmeras vezes na imprensa e nas redes sociais ao longo de toda campanha, principalmente nos primeiros dias após o corrido. Esses registros,

²⁶⁰ **Bolsonaro é esfaqueado em Minas; adversários repudiam atentado.** Folha de S. Paulo, 7/9/2018. **Bolsonaro é esfaqueado, passa por cirurgia e está na UTI.** O Estado de S. Paulo, 7/9/2018. **Bolsonaro sofre atentado a faca; presidentiáveis repudiam violência.** O Globo, 7/9/2018.

ainda que alguns com suas características originais alteradas – com montagens envolvendo a sobreposição de textos, áudios, legendas, entre outras formas de alteração – representaram a imortalização do “mito” Bolsonaro e a “ressurreição alegórica da morte que já não existe senão para sancionar a instituição do poder”.²⁶¹ Essas imagens tornaram o “Messias” ainda mais visível e o beneficiou, uma vez que podem ter remetido ao candidato uma impressão de alguém que resistiu e se sacrificou por um sistema político em crise, que muitos descreditavam. Assim, o candidato se fortaleceu como uma esperança no imaginário do eleitorado.

A fatalidade não impediu que sua campanha fosse realizada do hospital e de sua casa, já que o acesso aos dispositivos digitais, principalmente aos telefones móveis com câmeras e conectados em redes de Internet, permitiu que o político, seus familiares e demais apoiadores participassem como os próprios produtores de conteúdo midiático. Com Bolsonaro “ausente nos debates”²⁶², suas imagens passaram a ser construídas no privado²⁶³, embora com um alcance público, por meio de “redes sociais” e “tecnologias de comunicação” que, segundo Isabel Ferin, desempenham um papel “crucial no desenvolvimento de um ‘clima’ favorável ao populismo político e midiático”.²⁶⁴

²⁶¹ BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio d'Água, 1991, p.35.

²⁶² SOARES, Jussara. Ausente no debate, Bolsonaro grava entrevista para TV. *O Globo*, 4/10/2018.

²⁶³ Vale ressaltar que embora o presidenciável tenha passado a maior parte do tempo sob cuidados médicos, a opção de permanecer em casa, principalmente no final do segundo turno, foi tática visando sua não exposição na mídia. De acordo com Jussara Soares, em matéria para *O Globo*, em 21/10/2018, Bolsonaro não participou do debate na TV Globo por orientação médica, embora o cirurgião, por duas vezes, declarou ao jornal que o candidato “poderia ir ao debate se quisesse”. A matéria também acrescenta que ele optou, naquele momento, por fazer transmissões pela Internet, receber visitas, além de gravar com alguns veículos, como a TV Record e duas rádios no Nordeste, o que demonstra não só sua condição física, mas também sua preferência pela imprensa.

²⁶⁴ CUNHA, Isabel Ferin. A globalização da Crise: contextos regionais e a questão do "populismo midiático", in COSTA, Maria Cristina Castilho e BLANCO, Patrícia (Orgs.). *Pós-Tudo e Crise da democracia*. São Paulo: Palavra Aberta, 2018, p.67.

A CAMPANHA PRESIDENCIAL ENTRE O PÚBLICO E O PRIVADO

Com as facilidades para se produzir imagens na atualidade, uma parte significativa da cobertura política ou da construção imagética com fins políticos deixa de ser produzida apenas por fotógrafos profissionais. O desenvolvimento tecnológico e o acesso às redes de comunicação ampliaram as oportunidades de participação política e de representação dessa realidade. A “concepção de realidade, até então disseminada pelos veículos de comunicação, passou a ser construída também pelas imagens, textos e todo o processo de comunicação desempenhado de forma individual ou coletiva pela sociedade”.²⁶⁵

É fato que atualmente tem aumentado a quantidade de narrativas e de produtores imagéticos, assim como diversificado seus perfis e os modos de apropriação da imagem por sujeitos, que até pouco tempo, não se acreditam capazes de manipular a tecnologia fotográfica. Assim, o aumento do hábito de produção visual tem contribuído para o desenvolvimento da cultura fotográfica, onde ampliam-se domínios técnicos de produção e a consciência em torno dos usos de imagens, sobretudo na política.

Por exemplo, nesta eleição, destacam-se as fotografias publicadas nas redes sociais do candidato Jair Bolsonaro e de seus filhos Eduardo Bolsonaro (PSL), eleito o deputado federal mais votado da história do país, e Flávio Bolsonaro (PSL), eleito o senador mais votado do Rio de Janeiro. Algumas dessas imagens pautaram a mídia, que as publicaram, em especial uma série produzida de dentro do hospital e da casa

²⁶⁵ BURMESTER, Cristiano Franco. Ficção e Fotografia-Imaginando a Realidade. Um estudo sobre as recentes transformações da fotografia documental e seus desdobramentos na arte, na comunicação e na educação. In: COSTA, Maria Cristina Castilho; BLANCO, Patrícia (Orgs.). Op. Cit., p.101.

do candidato quando ele ainda se recuperava, divulgadas em uma galeria fotográfica anexada a matéria no portal *Poder 360*²⁶⁶ e no jornal *O Estado de S. Paulo*²⁶⁷.

Imagem 7 – Bolsonaro, já sentado, faz gesto que simula arma, Twitter Flavio Bolsonaro. Reprodução O Estado de S. Paulo
Imagem 8 – Ao lado de seu filho, Carlos Bolsonaro, o candidato do PSL, faz fisioterapia no hospital Israelita Albert Einstein. @jairmessiasbolsonaro. Reprodução Poder 360, 6/10/2018

Duas dessas fotografias (creditadas como: *Reprodução @jairmessiasbolsonaro* e *Twitter/Flavio Bolsonaro*) representam o quadro que o candidato vivia, mas também seu processo de recuperação e de resistência, visível em seus gestos documentados (andar e mãos simulando armas). Percebe-se em uma delas uma composição bem elaborada, com enquadramento que valoriza o cenário e ao mesmo tempo a vítima do atentado bem ao centro da imagem, caminhando ao lado de seu filho. Também se nota que as cores da imagem foram manipuladas, aparentemente por meio da aplicação de filtro de cor, o que gerou uma estética

²⁶⁶ MATSUI, Naomi. **Impulsionado pelas redes, Bolsonaro tenta romper hegemonia do PSDB e PT.** *Poder 360*, 6/10/2018.
²⁶⁷ **Bolsonaro, já sentado, faz gesto que simula arma.** *O Estado de S. Paulo*, 9/9/2018.

homogênea e esfumaçada, capaz de incutir uma sensação ou clima sobre o ambiente registrado. A outra imagem em que o candidato está sentado e simulando armas com as mãos, reforça seu gesto simbólico e discurso a favor da liberação da posse de arma. Todas essas características representadas informam e podem emocionar o espectador.

Bolsonaro acompanhará apuração de casa e fará pronunciamento via TV

Gustavo Maia

Do UOL, no Rio

23/10/2018

18h30 >

Atualizada 23/10/2018

18h54



Ouvir texto



Imprimir



Comunicar erro

Reprodução



Imagem 9 – No mesmo momento em que acontecia o debate na TV Globo, sem sair de casa, Bolsonaro assiste o comediante Danilo Gentili e publica foto em sua rede social Instagram. Fonte: Reprodução UOL, 23/10/2018.

Outra fotografia desse candidato, onde ele aparece em casa vendo televisão, também ganhou destaque no portal UOL²⁶⁸ e em outros veículos de comunicação. De acordo com a matéria publicada no Poder 360²⁶⁹ em 5 de outubro, a imagem foi compartilhada na rede social Instagram do candidato, no mesmo momento em que acontecia o debate na TV Globo (último antes do 1º turno), acompanhada da seguinte legenda: “Dando uma conferida no show ao vivo do apresentador e comediante Danilo Gentili”. O candidato é fotografado sentado e fazendo um gesto de positivo enquanto assiste um programa de comédia, o que associado ao fato de não ter comparecido ao debate, atribui à fotografia um tom irônico. A sala onde ele é retratado é um ambiente pequeno com móveis comuns, o que remete Bolsonaro à imagem de uma pessoa também comum ou simples. Na televisão pode-se ver a figura do comediante Gentili, por sinal muito conhecido por suas aparições nas mídias tradicionais. Também chama a atenção no segundo plano da imagem um conjunto de espadas sobre um móvel e um adesivo com a figura de um revólver colado no suporte da televisão, o que reafirma seu interesse por armas e a exploração simbólica desse tipo de imagem durante sua campanha.

A matéria também mostra que outra fotografia similar, tirada no mesmo ambiente, foi publicada na rede social Twitter de seu filho Carlos com a seguinte legenda: “Assistindo o standup do @DaniloGentilli ao vivo no YouTube. Porrada pra todo lado! Até na gente! 😂😂😂”. Essas imagens compartilhadas de forma coordenada atuam em uma dimensão privada e pública, explorando o humor e o sensacionalismo para a construção de uma imagem política popular.

Essa prática de construir imagens de maneira autônoma (sem equipe de comunicação) e em ambientes privados, bem como suas aparições primeiramente em redes sociais e posteriormente na mídia, foi recorrente e uma tática na campanha de

²⁶⁸ MAIA, Gustavo. **Bolsonaro acompanhará apuração de casa e fará pronunciamento via TV.** *UOL*, 23/10/2018.

²⁶⁹ **Bolsonaro assiste a programa de comédia durante debate na Globo.** *Poder 360*, 5/10/2018.

Bolsonaro, visando priorizar à emissão de discursos direto para seu público eleitor e deixando a imprensa em segundo plano.

Uma considerável parte da mídia atribuiu a vitória de Bolsonaro à relevância que teve sua atuação e de seus filhos nas redes sociais. No entanto, com a intenção de se candidatar já há alguns anos, sua participação nas redes por meio de produções audiovisuais começou antes das eleições, aponta Naomi Matsui:

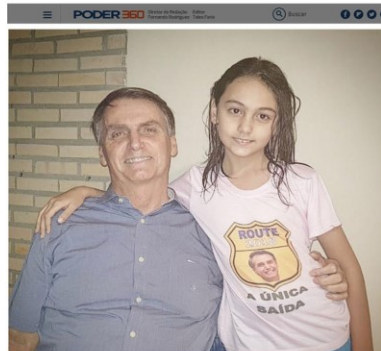
Com recursos ínfimos da sigla e poucos segundos do tempo de televisão, o militar se movia nas redes sociais. Em janeiro deste ano, Bolsonaro já era o candidato com maior número de seguidores no Facebook e no Instagram e registrava forte crescimento. Em vídeos curtos, a maioria com edição simples, ele compartilhava manifestações de usuários das redes e mensagens com suas opiniões.²⁷⁰

Não se tratou de uma estratégia restrita à campanha de Bolsonaro. De maneira geral, os candidatos demonstraram não esperar ou depender exclusivamente da imprensa, de profissionais da fotografia ou do vídeo para construir suas imagens. Antes de ficarem insatisfeitos com matérias e representações que visavam atender aos interesses privados da mídia, os candidatos anteciparam e inovaram sua comunicação, utilizando os novos dispositivos de produção e as redes sociais a seu favor.

²⁷⁰ MATSUI, Naomi. **Impulsionado pelas redes, Bolsonaro tenta romper hegemonia do PSDB e PT.** *Poder 360*, 6/10/2018.



JEAN MANSON
Getúlio Vargas com a filha Alzira, a sobrinha-neta Edith, à esquerda, e a neta Celina, à direita, década de 1940
Cepar Consultoria



17/18
Jair Bolsonaro
Bolsonaro posta foto com sua filha Laura, de 7 anos. Durante a campanha o militar divulgou também 1 vídeo no qual se emocionava ao falar contar a história do nascimento da menina. O vídeo é parte da estratégia para tentar reduzir a alta rejeição de Bolsonaro entre as mulheres.
| reprodução @jairmessiasbolsonaro - 29 set 2018

Imagem 10 – Getúlio Vargas com a filha Alzira, a sobrinha-neta Edith, à esquerda, e a neta Celina, à direita, década de 1940. Fotografia de Jean Manzon. Fonte: As origens do Fotojornalismo no Brasil: um olhar sobre o Cruzeiro (1940/1960), Cepar Consultoria.²⁷¹

Imagem 11 – Bolsonaro posta foto com sua filha Laura, de 7 anos. Durante a campanha o militar divulgou também um vídeo no qual se emocionava ao contar a história do nascimento da menina. O vídeo é parte da estratégia para tentar reduzir a alta rejeição de Bolsonaro entre as mulheres, aponta o portal Poder 360. Reprodução @jairmessiasbolsonaro 29.set.2018. Reprodução PODER 360, 6/10/2018.

Entretanto, a tática de explorar os limites entre o público e o privado na política não é de hoje. No livro *As origens do fotojornalismo no Brasil: um olhar sobre o Cruzeiro (1940/1960)*, organizado por Costa e Burgi²⁷², embora apresente imagens documentadas por repórteres fotográficos profissionais em uma época em que a técnica fotográfica ainda era restrita a poucos, já demonstra que essa era uma prática aproveitada por Getúlio Vargas e pela revista ilustrada *O Cruzeiro*, citada por produzir matérias de “apoio tácito” ao político. De acordo com Costa e Burgi, a indefinição entre público e privado era para enaltecer a imagem de Vargas e de seus “correligionários”, uma vez que “possibilitava alimentar o voyeurismo dos leitores, transformando a política em espetáculo”²⁷³:

²⁷¹ Idem, p.110.

²⁷² COSTA, Helouise e BURGI, Sergio. **As Origens do Fotojornalismo no Brasil: um olhar sobre o Cruzeiro**. São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2012.

²⁷³ Idem, p.124.

Parte das matérias em que Vargas aparece na revista durante o Estado Novo seguiu uma orientação editorial que se disseminou na imprensa internacional a partir da década de 1930, baseada no rompimento das fronteiras entre o público e o privado. A exibição das supostas virtudes privadas dos políticos garantiria sua idoneidade para a ocupação de cargos públicos.²⁷⁴

A fotografia de Vargas é de autoria de Jean Manson (década de 1940), um dos fotógrafos contratados pela revista *O Cruzeiro*. Já a de Bolsonaro foi produzida de forma independente e não tem autoria definida (provavelmente seu filho quem a produziu), embora tenha sido publicada primeiramente nas redes sociais do presidencialismo. Há uma diferença nos processos de construção e de veiculação dessas imagens, assim como nas intencionalidades que motivaram sua produção, o que nos leva a questionar em que medida o fotojornalismo se destacou nessa eleição? Como representaram um candidato que permaneceu a maior parte do tempo inacessível?

De maneira geral, observou-se a falta de reportagens e narrativas fotográficas documentais que explorassem as campanhas e propostas com profundidade, fugindo das agendas políticas pontuais e eleitoreiras. Notou-se a concentração de coberturas em espaços públicos – não muito diferente das de outras eleições recentes – haja vista a quantidade de imagens em que os candidatos aparecem nas ruas cumprimentando o eleitorado ou em comícios. Esse tipo de fotografia criada pela mídia pouco se diferencia entre os veículos, embora represente a escolha de uma agenda estratégica do político, e da imprensa que opta por escolher um ou outro candidato para reportagem.

Em matéria publicada no jornal *O Globo*²⁷⁵, um conjunto de fotos representa “as estratégias pelo voto” adotadas pelos candidatos, bem como reforça a tática de

²⁷⁴ *Idem*, p.105.

²⁷⁵ **Estratégias pelo voto de última hora. Bolsonaro busca eleitor pelas redes; Haddad foca em reduto Lulista.** *O Globo*, 6/10/2018.

Bolsonaro em relação aos demais. Enquanto o representante do PSL permite ser fotografado em casa, os demais fazem campanha nas ruas: Haddad no Sudeste, segundo maior colégio eleitoral do país, Alckmin no Ceasa, maior centro de abastecimento do Rio de Janeiro e Ciro Gomes na favela da Rocinha, também no Rio. Aliás, a fotografia de Bolsonaro, tirada pela repórter fotográfica Márcia Foletto para o jornal O Globo, é uma das raras imagens produzidas pela imprensa dentro da casa do presidenciável ao longo desta eleição. O gesto do candidato, sentado à mesa composta com pães, cafeteira e em um ambiente aparentemente residencial, se repetiu em outras imagens similares compartilhadas em suas redes sociais. Já nas demais fotografias, os cenários e atitudes dos políticos não se diferenciam muito. Mesmo assim, chama atenção a metalinguagem aplicada sobre as imagens de Alckmin e Ciro, o modo como os fotógrafos da imprensa as documentaram, em fotos posadas, o que reforça o papel da fotografia na representação política. Certamente, das quatro imagens, a de Jair Bolsonaro é mais provocante e se destaca.



Imagem 12 – Fotografias de Márcia Foletto (Jair Bolsonaro), Douglas Magno/AFP (Fernando Haddad), Brenno Carvalho (Ciro Gomes) e Pablo Jacob (Geraldo Alckmin). Reprodução O Globo, 06/10/2018.

Em síntese, cada espetáculo foi construído de modo particular, pela mídia ou pelos candidatos, demonstrando posicionamentos políticos e estratégicos de atuação. De modo geral, os exemplos citados demonstraram que o espetáculo político não se constitui em representações ingênuas, ele se mostrou persuasivo e uma forma de poder que se apropriou de diversos artifícios e meios simbólicos – singularmente da fotografia – para gerar sentido, identificação e se fixar no imaginário do eleitor.

Também se pode afirmar que muitas produções audiovisuais compartilhadas em redes sociais visando a comunicação direta entre candidatos e eleitores conseguiram pautar a grande mídia, em especial as polêmicas publicadas por Bolsonaro. No entanto, foi em um clima de polarização e divisão entre amarelos (anti-PT) e vermelhos (anti-Bolsonaro) que a cobertura fotográfica jornalística se destacou – encontrou na multidão sua criatividade longe das cenas típicas de comícios, carreatas e outras características de coberturas eleitorais –, graças às manifestações e protestos que partiram das redes para as ruas (e vice-versa). Além disso, foi nesse contexto de conflito e oposição que a espetacularização das eleições também aconteceu como uma forma de participação política, de denúncia e de reivindicação identitária, com o protagonismo de outros sujeitos, em especial os eleitores.

FOTOGRAFIA E PARTICIPAÇÃO POLÍTICA NAS MANIFESTAÇÕES #ELENÃO E #ELESIM

A eleição à Presidência da República em 2018 foi marcada pelas manifestações contrárias a Jair Bolsonaro organizadas pelo movimento de mulheres #EleNãO. Após repercutir em redes sociais, a campanha passou a acontecer nas ruas em diversas capitais do país e no exterior, reunindo milhares de pessoas em oposição ao candidato, criticado por atitudes machistas, misóginas, homofóbicas e racistas, conforme aponta matéria da *Folha de São Paulo*.²⁷⁶

²⁷⁶ **Atos anti-Bolsonaro levam milhares às ruas.** *Folha de S. Paulo*, 30/9/2018.

A criação de eventos no *Facebook* foi uma estratégia adotada por coletivos e grupos, entre eles o *Mulheres Contra Bolsonaro*, a fim de mobilizar público para as manifestações de rua. Um dos protestos que reuniu maior número de participantes ocorreu no Largo da Batata, em São Paulo, em 6 de outubro de 2018, com a presença de aproximadamente 150 mil pessoas, segundo reportagem da *Carta Capital*.²⁷⁷

Como resposta às manifestações do movimento *#EleNão*, apoiadores de Bolsonaro também se mobilizaram nas redes sociais e nas ruas: criaram a *hashtag* *#EleSim* como forma de responder a mensagens negativas e impulsionar o nome do presidenciável, além de realizarem atos públicos a fim de apoiá-lo.

O jornal *O Globo*, ao abordar a disputa nas redes sociais entre movimentos apoiadores e contrários a Bolsonaro, afirma que uma análise realizada em setembro mostra que a quantidade de *hashtags* *#EleNão* era cinco vezes mais frequentes que as a favor do militar (*#EleSim*).

Segundo levantamento do pesquisador Fábio Malini, do Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura, da Universidade Federal do Espírito Santo, foram 903.902 postagens com as *tags* *#EleNao*, *#EleNunca*, *#EleJamais*, *#NotHim*, *#NotNever*, *#MulherescontraoBolsonaro*, contra 142.346 tuítes com *#EleSim* e *#MulheresComBolsonaro*.²⁷⁸

No entanto, a vantagem nas redes não garantiu que os índices de intenção de votos em Bolsonaro parassem de crescer. De acordo com *O Globo*²⁷⁹, após os movimentos de rua que mobilizaram milhares de pessoas no país, o candidato ainda

²⁷⁷ **Para desmerecer *#EleNão*, renasce o estereótipo da feminista “masculina”.** *Carta Capital*, 6/10/2018.

²⁷⁸ AMADO, Guilherme. ***#EleNão* tem cinco vezes mais postagens que *#EleSim*.** *O Globo*, 24/09/2018.

²⁷⁹ ALENCASTRO, Catarina. **Especialistas avaliam que crescimento de Bolsonaro revela limitações do *#EleNão*.** *O Globo*, 2/10/2018.

creceu significativamente entre as mulheres (6 pontos) e no Nordeste, conforme pesquisa do *Ibope*. Os números surpreenderam o que parecia uma vitória do movimento de mulheres.

Em geral, os atos tiveram um caráter apartidário. Entre as reivindicações dos movimentos contra e pró-Bolsonaro, destacam-se as pautas identitárias de gênero e racial, além de outras ligadas à religião, às mulheres, aos direitos humanos, aos valores da família e à segurança pública.

Para o cientista político Vitor Marchetti, citado pela jornalista Catarina Alencastro²⁸⁰, os protestos contra Bolsonaro tiveram um alcance limitado diante de questões mais urgentes que “assolam a maioria do eleitorado brasileiro, especialmente a econômica”. Embora reconheça que as manifestações *#EleNão* cumpriram um papel de resistência ao candidato, Marchetti afirmou que “foram muito focadas na bandeira identitária”, considerada por ele como não sendo a principal das periferias.

Para Pablo Ortellado, professor do curso de Gestão de Políticas Públicas da Universidade de São Paulo (USP), muitos eleitores se incomodaram com as “mudanças de costumes estimuladas pelos movimentos feministas e LGBT”²⁸¹, envolvendo sobretudo a questão de gênero, o que segundo o professor, representou a esses eleitores um risco à “organização tradicional da família”.

Contudo, considerando todo esse contexto das manifestações durante as eleições, como se deu a participação política nas redes sociais e qual foi o papel da fotografia nesse processo?

As redes serviram como ambientes onde os movimentos sociais – e os sujeitos não pertencentes aos movimentos – puderam se mobilizar e se expressar politicamente. Em outras palavras, foram espaços para “autonomia”²⁸² no qual

²⁸⁰ Idem, *ibidem*.

²⁸¹ ORTELLADO, Pablo. **Estamos escutando**. *Folha de S. Paulo*, 2/10/2018.

²⁸² CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da Internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013, p.166.

“indivíduos entusiasmados, conectados em rede, tendo superado o medo”, transformaram-se em atores coletivos “conscientes”.²⁸³

A fotografia foi utilizada como um meio para a participação política nas redes sociais, uma vez que o acesso aos dispositivos digitais, incluindo os aplicativos de tratamento de visual, bem como as redes sociais voltadas para a imagem como *Instagram* e outras, transformaram os hábitos de produção visual e a comunicação na atualidade, de tal forma que a linguagem fotográfica se tornou parte de uma cultura participativa que possibilita expressões e narrativas sobre diversas esferas da sociedade, dentre elas a política:

A política participativa pode ser descrita como aquele ponto em que a cultura participativa se une à participação política e cívica, onde a mudança política é promovida através de mecanismos sociais e culturais e não através de instituições políticas estabelecidas. É onde os cidadãos expressam suas preocupações políticas, muitas vezes através da produção e circulação de mídia.²⁸⁴

Algumas fotografias compartilhadas no *Facebook* e *Instagram* ao longo dessa eleição, embora representem uma forma de participação e expressão política pessoal, atuaram em uma dimensão coletiva, visto que suas formas e significados geraram discussões nas redes de comunicação e nas ruas.

Notou-se o protagonismo de pessoas que, embora não se intitularam ativistas, midiativistas ou pertencentes aos movimentos sociais, utilizaram as redes sociais e a linguagem fotográfica para expressar seu apoio ou rejeição aos candidatos, bem como

²⁸³ Idem, p.159.

²⁸⁴ JENKINS, H. *Youth Voice, Media, and Political Engagement. Introducing the Core Concepts*. In: JENKINS, H., SHRESTHOVA, S., GAMBER-THOMPSON, L., & ZIMMERMAN, A. ***By any media necessary: The new youth activism***. New York: Press, 2016, p.2. [Tradução do autor].

para se manifestar sobre pautas enfatizadas na disputa eleitoral, entre elas, identitárias em voga nessa eleição.

Esses sujeitos não necessariamente atuaram como fotógrafos profissionais, pois a prática fotográfica se expandiu na sociedade, incluindo homens e mulheres, jovens e adultos, homossexuais e heterossexuais, empresários, artistas, anônimos, líderes religiosos, celebridades, ou seja, de quaisquer segmentos. Uma diversidade de atores construiu suas representações fotográficas como um meio de expressão para a participação e apoio político.

Uma das imagens que repercutiu na imprensa foi produzida por Ronaldo da Silva, de 24 anos e morador do Rio Grande do Norte, conforme aponta *O Globo*. A fotografia compartilhada na rede *Instagram* foi criada como parte da campanha *#EleNão* contra Bolsonaro e posteriormente compartilhada por Carlos Bolsonaro (PSL), filho do candidato à presidente. A imagem foi construída como forma de protesto e “mostra um jovem com um saco plástico na cabeça e sujo de um líquido que simboliza sangue”, além de uma inscrição *#EleNão* escrita em seu peito, conforme a descreve Guimarães. A imagem é impactante pelas cores e pela violência que representa, bem como pela atitude diante da câmera.

Carlos Bolsonaro postou a imagem em seu *stories* do *Instagram*, repetindo a legenda que havia sido colocada por um outro perfil, o *@direitapvh*, em cima da foto original: “sobre *pais que choram no chuveiro*”. A frase é uma expressão usada em referência a pais que sentem vergonha de filhos homossexuais. Em seguida, Carlos publicou uma outra imagem, de Jair Bolsonaro sorrindo, acompanhado da *hashtag* *#EleSim*. A publicação gerou polêmica, e o vereador acabou sendo acusado por internautas de apologia à tortura.²⁸⁵

²⁸⁵ GUIMARÃES, Ana Cláudia. **Carlos Bolsonaro publica foto de mau gosto e diz que é resposta a grupo gay.** *O Globo*, 26/09/2018.

O GLOBO
SEGUIR +

VOLTAR PARA A HOME

Sobre o blog

O Blog da Turma da Coluna defende a diversidade, mas não esconde sua preferência pela democracia, pelo Rio, pelo samba, pelo Flamengo, pelas árvores, pelos bichos, pelo feijão com arroz e pela miscigenação - não necessariamente nesta ordem

Sobre os autores

ANCELMO GOIS
Anselmo Gois, 66 anos, é, modestia à parte, sergipano de Frei Paulo, casado com Tina, pai de Antonio e Bia, avô de Carol, Francisco e Rosa. Gosta de carne de sol, carnaval, cuscuiz de milho, livros biográficos e suco de umbu

MARCELO REMÍGIO
Jornalista com 25 anos de redação, cobre política há 16. Também atuou na área de assessoria política. É mestre em Educação, professor universitário e desenvolve pesquisa na campo das novas tecnologias da informação e da comunicação.

ANA CLÁUDIA GUIMARÃES
Editora do blog, Ana Cláudia Guimarães, jornalista, trabalha com Anselmo Gois desde que ele chegou ao jornal. Ganhou o Prêmio Tim

Carlos Bolsonaro publica foto de mau gosto e diz que é resposta a grupo gay

POR ANA CLÁUDIA GUIMARÃES 26/09/2018 15:08

Postagem do vereador Carlos Bolsonaro no Instagram | Reprodução da internet

Veja a postagem do vereador Carlos Bolsaro, filho do candidato à presidência da

Imagem 13 – Fotografia Ronaldo da Silva / Instagram. Reprodução jornal O Globo, 26/09/2018.

Chama a atenção como o autorretrato foi compartilhado pelo vereador fora de seu contexto original e com uma frase que remete a atitude homofóbica. Por outro lado, essa fotografia e a polêmica que a envolveu inspirou a produção de uma série de outras imagens similares a essa durante a campanha *#EleNÃO*.

Alguns famosos também aderiram às campanhas de Internet e se expressaram politicamente: Daniela Mercury, Camila Pitanga, Arnaldo Antunes, e outros internacionais como Dan Reynolds e Madonna, se manifestaram contra Bolsonaro, apontam reportagens da *Folha de S. Paulo*.²⁸⁶ Já o ex-automobilista Emerson Fittipaldi, os cantores sertanejos Gustavo Lima e Zezé Di Camargo; a atriz Regina Duarte, o pastor

²⁸⁶ Mulheres farão atos hoje contra candidato do PSL. *Folha de S. Paulo*, 29/09/2018 e Atos anti-Bolsonaro levam milhares às ruas. *Folha de S. Paulo*, 30/09/2018.

Edir Macedo, além do empresário Luciano Hang, são alguns citados em matérias da *Veja*²⁸⁷ que se manifestaram a favor do militar.

A fotografia publicada por Madonna em sua conta no *Instagram* ganhou destaque na imprensa, na qual ela aparece com a “boca lacrada onde se lê a palavra *freedom*, liberdade em inglês” e a inscrição *#EleNão* no topo da imagem, seguida das frases: “*Ele não vai nos desvalorizar. Ele não vai nos oprimir. Ele não vai nos calar*”²⁸⁸, além da *hashtag* *#endfacism*. A imagem transmite um discurso de resistência ao fascismo e ao mesmo tempo de alinhamento ao movimento contrário a Bolsonaro.



Imagem 14 – Madonna em apoio à campanha *#EleNão*. Reprodução Carta Capital, 28/9/2018.²⁸⁹

Imagem 15 – Luciano Hang empresário dono da Havan e apoiador da campanha de Bolsonaro, se veste de marinheiro em live nas redes sociais e nega ter impulsionado mensagem contra PT. Reprodução *Veja*, 18/10/2018.

Imagem 16 – Luciano Hang mostrando imagem de Haddad onde se lê “Estamos Afundando Comandante Haddad” *#markeiteirosdojair* Reprodução *Instagram* @luciano.hang

Já o empresário Luciano Hang, não poupou ousadia em suas performances e produções para o *Instagram* com o objetivo de apoiar o candidato do PSL. Hang explorou temas e objetos simbólicos, usou camisetas com imagens do candidato e

287 Vestido de Capitão, dono da Havan nega ter impulsionado mensagem contra o PT. *Veja*, 18/10/2018, e NASCIMENTO, Henrique. Personalidades se posicionam a favor e contra Jair Bolsonaro; veja quais. *Veja*, 1/10/2018.

288 Madonna adere a movimento contra Bolsonaro: ‘Ele não vai nos calar’. *Veja*, 28/9/2018.

289 Madonna também é *#EleNão*: “não vai nos calar”. *Carta Capital*, 28/9/2018.

com frases associando o “caos e a corrupção na Venezuela”²⁹⁰ ao PT, vestiu trajes²⁹¹ como metáfora negativa a Haddad e ao PT, construiu legendas e frases provocativas, usou da ironia, entre outras táticas.

Também vale ressaltar a participação de jovens que não mais “simplesmente aceitam a mídia de massa para consumo”²⁹² e passaram a desenvolver campanhas nas redes sociais que possibilitaram expressar e compartilhar suas visões de mundo, bem como construir uma identidade coletiva, ajudando-os a diferenciar seus “aliados e seus adversários”.²⁹³



Imagem 17 – Montagem com reproduções da rede social Instagram a partir de pesquisa com hashtags #EleSim #EleNão realizadas durante o período eleitoral 2018. As imagens da esquerda representam as manifestações #EleNão contra Jair Bolsonaro, e as da direita #EleSim a seu favor.

Acervo pessoal do autor

290 Luciano Hang. Instagram, 21/10/2018. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BpMw-1bAIUt/>>. Acesso em: 3 fev 2019.

291 Luciano.Hang. Instagram, 18/10/2018. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BpFr_KkARor/>. Acesso em: 3 fev 2019.

292 JENKINS, H.. Op. Cit, p.37.

293 DELLA PORTA, Donatella; DIANI, Mario. Social movements: an introduction. Malden, MA: Blackwell Publishing, 2006, p.93.

Essa identidade, está diretamente relacionada à forma como os movimentos contrários ou a favor dos candidatos foram representados por meio de uma linguagem com que seu público estava familiarizado²⁹⁴, o que envolveu um simbolismo capaz de formar unidade: emblemas, marcas, faixas, cartazes, vestuários, hinos, cores, dentre outros de acordo com cada contexto.

Desse modo, a fotografia atuou na representação dessa simbologia – em grande parte diferenciada pelas cores vermelha e amarela, pelo gênero, pela raça e pela religião – construindo a identidade coletiva e direcionando o fotógrafo (o eleitor), em uma posição aqui entendida como participativa e política. Contudo, pode-se dizer que essas imagens geraram identificações e contribuíram para o desenvolvimento de “laços afetivos de confiança e esperança”²⁹⁵, na medida em que seus simbolismos geraram significados compartilhados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O acesso aos dispositivos de produção digital e às redes sociais permitiram aos candidatos trabalharem suas imagens por meio de um canal de comunicação direto com o eleitor. Por mais que as mídias tradicionais cumpriram um papel importante na cobertura das eleições, o campo de disputa ganhou destaque nas redes sociais, sobretudo com a exploração de imagens com apelos morais, religiosos e identitários.

O aumento da consciência sobre o potencial simbólico das imagens e a noção de seu impacto na construção de discursos sobre os candidatos, tem despertado o protagonismo de novos atores nesse tipo de produção, o que indica uma tendência de construção imagética em períodos de campanhas eleitorais. A construção do espetáculo passa a contar cada vez mais com mãos e olhos de não profissionais, incluindo o próprio político e seus apoiadores como sujeitos dessa criação.

²⁹⁴ TILLY, Charles, WOOD, J. Lesley. *Los Movimientos Sociales*, 1768 – 2008. Barcelona: Editorial Crítica, S. L.Diagonal, 2009, p.23.

²⁹⁵ CASTELLS, Manuel. Op. Cit, p.159.

Por outro lado, em uma sociedade onde tudo parece servir ou se transformar em espetáculo, torna-se ainda mais difícil construir imagens que ganham destaque ou que de fato chamem a atenção: o banal se transforma em espetáculo que se mascara e precisa ser reinventado a cada instante, e a urgência de um olhar inovador se sobrepõe a necessidade técnica para o registro fotográfico.

Nesse sentido, as atuações e atitudes diante das câmeras tornam-se cada vez mais ousadas e ilusoriamente espontâneas, tudo parece se enquadrar sem pudor ou dificuldades nos visores digitais. Os palcos e encenações são reinventados constantemente, de tal forma que tudo vale para construir o espetacular e criar a imagem ideal do político.

No entanto, por mais que haja a apropriação de recursos de linguagem, de técnicas e de dispositivos de produção midiática, as imagens sempre ganharão significados de acordo com sua época, com o contexto político, com seus usos e com o repertório de quem a recebe. Assim, se por um lado se desenvolvem as habilidades para a construção de espetáculos políticos, por outro, os esforços do espectador (eleitor) para sua interpretação tendem a ser maiores, o que significa um desafio para a educação midiática.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUDRILLARD, JEAN. SIMULACROS E SIMULAÇÃO. LISBOA: RELÓGIO D'ÁGUA, 1991.

BURMESTER, CRISTIANO FRANCO. FICÇÃO E FOTOGRAFIA-IMAGINANDO A REALIDADE. UM ESTUDO SOBRE AS RECENTES TRANSFORMAÇÕES DA FOTOGRAFIA DOCUMENTAL E SEUS DESDOBRAMENTOS NA ARTE, NA COMUNICAÇÃO E NA EDUCAÇÃO. IN: COSTA, MARIA CRISTINA CASTILHO; BLANCO, PATRÍCIA (ORGS.). PÓS-TUDO E CRISE DA DEMOCRACIA. SÃO PAULO: PALAVRA ABERTA, 2018.

CASTELLS, MANUEL. REDES DE INDIGNAÇÃO E ESPERANÇA: MOVIMENTOS SOCIAIS NA ERA DA INTERNET. RIO DE JANEIRO: ZAHAR, 2013.

COSTA, HELOUISE E BURGI, SERGIO. AS ORIGENS DO FOTOJORNALISMO NO BRASIL: UM OLHAR SOBRE O CRUZEIRO. SÃO PAULO: INSTITUTO MOREIRA SALLES, 2012.

COSTA, MARIA CRISTINA CASTILHO. EDUCAÇÃO, IMAGEM E MÍDIAS. SÃO PAULO: CORTEZ, 2013.

CUNHA, ISABEL FERIN. A GLOBALIZAÇÃO DA CRISE: CONTEXTOS REGIONAIS E A QUESTÃO DO “POPULISMO MUDIÁTICO”, IN COSTA, MARIA CRISTINA CASTILHO; BLANCO, PATRÍCIA (ORGS.). PÓS-TUDO E CRISE DA DEMOCRACIA. SÃO PAULO: PALAVRA ABERTA, 2018..

DEBORD, GUY. A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO. RIO DE JANEIRO: CONTRAPONTO, 1997.

DELLA PORTA, DONATELLA; DIANI, MARIO. SOCIAL MOVEMENTS: AN INTRODUCTION. MALDEN, MA: BLACKWELL PUBLISHING, 2006.

FERREIRA, AURÉLIO BUARQUE DE HOLANDA. NOVO AURÉLIO SÉCULO XXI: O DICIONÁRIO DA LÍNGUA PORTUGUESA. RIO DE JANEIRO: NOVA FRONTEIRA, 1999.

FONTCUBERTA, JOAN. O BEIJO DE JUDAS: FOTOGRAFIA E VERDADE. BARCELONA: GUSTAVO GILI, 2010.

FLUSSER, VILÉM. O UNIVERSO DAS IMAGENS TÉCNICAS: ELOGIO DA SUPERFICIALIDADE. SÃO PAULO: ANNABLUME, 2008.

FREUND, GISÉLE. LA FOTOGRAFIA COMO DOCUMENTO SOCIAL. BARCELONA: GUSTAVO GILI, S.A. 1976.

HALL, STUART. CULTURA E REPRESENTAÇÃO. RIO DE JANEIRO: ED. PUC-RIO: APICURI, 2016.

JENKINS, H. YOUTH VOICE, MEDIA, AND POLITICAL ENGAGEMENT. INTRODUCING THE CORE CONCEPTS. IN: JENKINS, H., SHRESTHOVA, S., GAMBER-THOMPSON, L., & ZIMMERMAN, A. BY ANY MEDIA NECESSARY: THE NEW YOUTH ACTIVISM. NEW YORK: PRESS, 2016, p. 2-37.

MACHADO, ARLINDO. PRÉ-CINEMAS E PÓS-CINEMAS. CAMPINAS: PAPIRUS, 2002.

RUBIM, ANTÔNIO ALBINO C. ESPETÁCULO, POLÍTICA E MÍDIA, 2002. DISPONÍVEL EM: <[HTTP://WWW.BOCC.UBI.PT/PAG/RUBIM-ANTONIO-ESPETACULO-POLITICA.PDF](http://www.bocc.ubi.pt/pag/rubim-antonio-espetaculo-politica.pdf)>. ACESSO EM: 08/01/2019.

SILVA, WAGNER SOUZA. IMAGEM E SUBJETIVIDADE: NARRATIVAS FOTOGRÁFICAS CONFESSIONAIS E A ESTÉTICA DA AFETIVIDADE, 2014.

SODRÉ, MUNIZ. AS ESTRATÉGIAS SENSÍVEIS: AFETO, MÍDIA E POLÍTICA. PETRÓPOLIS: VOZES, 2006.

TILLY, CHARLES, WOOD, J. LESLEY. LOS MOVIMIENTOS SOCIALES, 1768 – 2008. BARCELONA: EDITORIAL CRÍTICA, S. L. DIAGONAL, 2009.

ARTIGOS E REPORTAGENS

ALENCASTRO, CATARINA. ESPECIALISTAS AVALIAM QUE CRESCIMENTO DE BOLSONARO REVELA LIMITAÇÕES DO #ELENÃO. O GLOBO, 2/10/2018.

AMADO, GUILHERME. #ELENÃO TEM CINCO VEZES MAIS POSTAGENS QUE #ELESIM. O GLOBO, 24/9/2018.

ATOS ANTI-BOLSONARO LEVAM MILHARES ÀS RUAS. FOLHA DE S. PAULO, A12, 30/9/2018.

BOLDRINI, ANGELA. COM CAMPANHA ENXUTA, MARINA SILVA GASTA R\$ 67 MIL EM CONSULTORIA DE MODA. FOLHA DE S. PAULO, 21/9/2018.

BOLSONARO ASSISTE A PROGRAMA DE COMÉDIA DURANTE DEBATE NA GLOBO. PODER 360, 5/10/2018.

BOLSONARO CHUTA BONECO DO EX-PRESIDENTE LULA DURANTE EVENTO EM CEILÂNDIA (DF). O ESTADO DE S. PAULO, 6/9/2018.

BOLSONARO, E BIOGRAFIAS. DISPONÍVEL EM:

<[HTTPS://WWW.EBIOGRAFIA.COM/JAIR_BOLSONARO/](https://www.ebiografia.com/jair_bolsonaro/)>. ACESSO EM 30/1/2019.

BOLSONARO É ESFAQUEADO EM MINAS; ADVERSÁRIOS REPUDIAM ATENTADO. FOLHA DE S. PAULO, 7/9/2018.

BOLSONARO É ESFAQUEADO, PASSA POR CIRURGIA E ESTÁ NA UTI. O ESTADO DE S. PAULO, 7/9/2018.

BOLSONARO SOFRE ATENTADO A FACA; PRESIDENCIÁVEIS REPUDIAM VIOLÊNCIA. O GLOBO, 7/9/2018.

BOLSONARO RECEBE APOIO DE LÍDERES EVANGÉLICOS. FOLHA DE S. PAULO, 1/10/2018.

BOLSONARO, JÁ SENTADO, FAZ GESTO QUE SIMULA ARMA. O ESTADO DE S. PAULO, 9/9/2018.

BRASIL, LAURIBERTO. PT ESPERAVA QUE TEMER SE COMPORTASSE COMO 'VICE DECORATIVO' AFIRMA HADDAD. PODER 360, 8/8/2018.

CARNEIRO, GABRIEL. "CANDIDATO MEME", DACIOLO FICA EM 6º, À FRENTE DE MEIRELLES E MARINA. UOL, 7/10/18.

CIRO BEIJA BONECO DE PADRE CÍCERO NO BAIRRO DO SAARA. O ESTADO DE S. PAULO, 13/9/2018.

CIRO DIZ QUE É RAZOÁVEL QUE HAJA SUSPEITAS SOBRE ALGUNS INSTITUTOS DE PESQUISA. FOLHA DE S. PAULO, 21/9/2018.

ESTRATÉGIAS PELO VOTO DE ÚLTIMA HORA. BOLSONARO BUSCA ELEITOR PELAS REDES; HADDAD FOCA EM REDUTO LULISTA. O GLOBO, 6/10/2018.

FILHO DE BOLSONARO REPUBLICA IMAGEM QUE SIMULA TORTURA E CAUSA POLÊMICA. O GLOBO, 26/9/2018.

GALERIA DE FOTOS UOL. UOL, 12/10/2018. DISPONÍVEL EM:

<[HTTPS://NOTICIAS.UOL.COM.BR/POLITICA/ELEICOES/2018/ALBUM/2018/10/07/SEGUNDO-TURNO-ENTRE-JAIR-BOLSONARO-PSL-E-FERNANDO-HADDAD-PT.HTM#FOTONAV=54](https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/album/2018/10/07/segundo-turno-entre-jair-bolsonaro-psl-e-fernando-haddad-pt.htm#fotoNav=54)>. ACESSO EM: 2/12/2018.

GUIMARÃES, ANA CLÁUDIA. CARLOS BOLSONARO PUBLICA FOTO DE MAU GOSTO E DIZ QUE É RESPOSTA A GRUPO GAY. O GLOBO, 26/9/2018.

JAIR BOLSONARO PARTICIPA DE CULTO EVANGÉLICO. O GLOBO, 31/10/18.

“LIBERDADE” E “DEUS” GUIAM DISCURSO. O ESTADO DE S. PAULO, 29/10/2018.

LOPES, NATHAN E MARTINS, LEONARDO. PT DIMINUI LULA E A COR VERMELHA NOS MATERIAIS DE CAMPANHA DE HADDAD. UOL, 10/10/2018.

LUCIANO HANG. INSTAGRAM, 18/10/2018. DISPONÍVEL EM:

<[HTTPS://WWW.INSTAGRAM.COM/P/BpFr_KkAROR/](https://www.instagram.com/p/BpFr_KkAROR/)>. ACESSO EM: 3 FEV 2019.

LUCIANO HANG. INSTAGRAM, 21/10/2018. DISPONÍVEL EM:

<[HTTPS://WWW.INSTAGRAM.COM/P/BpMw-1BAIUT/](https://www.instagram.com/p/BpMw-1BAIUT/)>. ACESSO EM: 3 FEV 2019.

MADONNA TAMBÉM É #ELEÇÃO: “NÃO VAI NOS CALAR”. CARTA CAPITAL, 28/9/2018.

MADONNA ADERE A MOVIMENTO CONTRA BOLSONARO: ‘ELE NÃO VAI NOS CALAR’. VEJA, 28/9/2018.

MARTINEZ, MARIANA; GOES, BRUNO E ROXO, SÉRGIO. HADDAD CITA LULA UMA VEZ A CADA 22 SEGUNDOS. O GLOBO, 14/9/2018.

MATSUI, NAOMI. IMPULSIONADO PELAS REDES, BOLSONARO TENTA ROMPER HEGEMONIA DO PSDB E PT. PODER 360, 6/10/2018.

MOURA, RAFAEL MORAES E PUPO, AMANDA. BOLSONARO FALA EM “FUZILAR PETRALHADA”; PT VAI AO SUPREMO. O ESTADO DE S. PAULO, 4/9/2018.

MULHERES FARÃO ATOS HOJE CONTRA CANDIDATO DO PSL. FOLHA DE S. PAULO, 29/09/2018.

NASCIMENTO, HENRIQUE. PERSONALIDADES SE POSICIONAM A FAVOR E CONTRA JAIR BOLSONARO; VEJA QUAIS. VEJA, 1/10/2018.

ORTELLADO, PABLO. ESTAMOS ESCUTANDO. FOLHA DE S. PAULO, 2/10/2018.

PARA DESMERECEER #ELEÇÃO, RENASCE O ESTEREÓTIPO DA FEMINISTA “MASCULINA”. CARTA CAPITAL, 6/10/2018.

PASSOS, PAULO. ALCKMIN VIVE RISCO DE SE JUNTAR A MINORIA QUE DESPERDIÇOU HORÁRIO DE TV. FOLHA DE S. PAULO, 20/9/2018.

SOARES, JUSSARA. AUSENTE NO DEBATE, BOLSONARO GRAVA ENTREVISTA PARA TV. O GLOBO, 4/10/2018.

MAIA, GUSTAVO. BOLSONARO ACOMPANHARÁ APURAÇÃO DE CASA E FARÁ PRONUNCIAMENTO VIA TV. UOL, 23/10/2018.

VESTIDO DE CAPITÃO, DONO DA HAVAN NEGA TER IMPULSIONADO MENSAGEM CONTRA O PT. VEJA, 18/10/2018.

A LEI ROUANET E OS RUMOS DA CULTURA NO DISCURSO ELEITORAL DE 2018

PROF. DR. FERDINANDO MARTINS²⁹⁶

A Lei 8.313/91, conhecida como Lei Rouanet, estabelece formas de financiamento de atividades culturais por meio de mecanismos de renúncia fiscal. O primeiro artigo da lei define que sua finalidade é “captar e canalizar recursos para o setor de modo” a:

(...) contribuir para facilitar, a todos, os meios para o livre acesso às fontes da cultura e o pleno exercício dos direitos culturais; promover e estimular a regionalização da produção cultural e artística brasileira, com valorização de recursos humanos e conteúdos locais;

²⁹⁶ Professor Doutor da Escola de Comunicações e Artes e vice-coordenador do Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura.

[e] apoiar, valorizar e difundir o conjunto das manifestações culturais e seus respectivos criadores”.²⁹⁷

A Lei Rouanet foi um dos principais alvos de críticas durante a campanha eleitoral de 2018. *Fake news* atestavam que artistas associados à “esquerda” estariam usando a lei em benefício próprio ou teriam sido privilegiados pelos governos petistas de Luiz Inácio Lula da Silva (2002-2010) e de Dilma Rousseff (2011-2016). Essas denúncias tiveram início anos antes da campanha, quando grupos conservadores desqualificavam determinadas manifestações artísticas tidas como obscenas e responsabilizavam o governo federal por estar promovendo pornografia e pedofilia por meio da lei. Paradoxalmente, o discurso de Jair Bolsonaro durante a campanha que o conduziu à Presidência da República, não propôs acabar com a lei, mas modificá-la para poder abranger artistas menos consagrados e manifestações da cultura popular.

Porém, e em larga medida, as críticas à Lei Rouanet alinham-se com o rechaço à área da Cultura manifesto abertamente por líderes e representantes pró-Bolsonaro durante toda a campanha e reproduzido em grupos de *WhatsApp* e redes sociais. O presente texto trata dos discursos de campanha e do discurso da imprensa sobre a Lei Rouanet durante a campanha eleitoral para a presidência de 2018, centrando-se na atuação em torno do candidato do PSL por este apresentar críticas e denúncias recorrentes a artistas. Diferente dos demais candidatos, as artes e seu principal mecanismo de fomento no Brasil – a Lei Rouanet – ocuparam espaço central. Destaca-se que a abjeção à área da Cultura se insere no bojo de manifestações conservadoras pró-família, na fala da militância antipetista, e aparece travestida de combate à corrupção. Para tanto, parte da reconstrução histórica e analisa as representações obtidas em material jornalístico que compõe o cerne dos trabalhos apresentados nesta publicação.

²⁹⁷ Lei 8.313 de 23 de dezembro de 1991. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8313cons.htm>. Acesso em: 14 fev 2018.

ANTECEDENTES

Criada em 1991, a Lei Rouanet alinha-se, em essência, com as propostas neoliberais do governo de Fernando Collor de Mello. Formulada pelo diplomata Sérgio Paulo Rouanet, então secretário Nacional de Cultura, tinha como propósito fomentar a produção cultural, cujo desmonte deliberadamente provocado pela censura e outras formas de cerceamento da liberdade artística durante o período militar (1964-1985) era patente. Tornou-se, a partir de então, o principal mecanismo de financiamento das atividades artísticas e culturais no Brasil. Ainda que desagrade setores significativos do campo artístico, a Lei Rouanet é hoje o sustentáculo da política cultural brasileira.

Em sua concepção, a Lei Rouanet instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura, composto por três mecanismos: o Fundo Nacional da Cultura (FNC), o incentivo fiscal e o Fundo de Investimento Cultural e Artístico (Ficart). O Ficart, apesar de constar no texto da lei, nunca foi implementado. O incentivo fiscal, ao contrário, tornou-se a forma de mecenato que se confunde com a própria lei. O incentivo fiscal consiste no desconto obtido por empresas e pessoas físicas mediante o apoio a atividades artísticas. De acordo com Cristina Costa, esse mecanismo resulta em uma censura de mercado, entendida como “(...) aquela exercida pelo mercado quando, através de critérios ligados ao lucro e à rentabilidade do negócio, agentes privados procuram controlar a produção artística, exercendo um poder de julgamento, avaliação e seleção de obras”.²⁹⁸

Apesar de sua gênese e funcionamento serem marcadamente neoliberais, as manifestações contrárias à Lei Rouanet por parte de militantes de direita a

²⁹⁸ COSTA, Cristina. “Em cena a censura”. *Paper* apresentado em mesa temático do Multicom – Colóquios Multitemáticos em Comunicação – XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Brasília, 2006.

associaram-na aos governos Lula e Dilma. Tratou-se, dessa forma, de destacar o incentivo fiscal a supostos privilegiamentos de artistas e intelectuais “marxistas”, “esquerdistas” e “petralhas” que estariam “mamando nas tetas da Rouanet”.²⁹⁹

Em 2017, presenciou-se no Brasil uma série de casos de tentativas de censura a manifestações artísticas. A mais ruidosa, que desencadeou uma série de outras em diferentes lugares do país, foi o caso da exposição *Queermuseu*, realizada no Santander Cultural, em Porto Alegre.³⁰⁰ Seguiu-se um grande quiproquó com a performance *La Bête*, de Wagner Schwartz, realizada no MAM-SP³⁰¹; as investidas da polícia contra o performer Maikon K, criador de *DNA de DAN*³⁰²; e atriz Renata Carvalho e o monólogo *O Evangelho Segundo Jesus, Rainha do Céu*.

Ao mesmo tempo, nos eflúvios das campanhas eleitorais, as performances *Macaquinhos*, criação coletiva em circulação desde 2011³⁰³, e *Pedra*, da artista

²⁹⁹ Ver, a esse respeito, o artigo do colunista Marcus Faustini, **Não, a cultura não mama nas tetas**. *O Globo*, 6/4/2016. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/nao-cultura-nao-mama-nas-tetas-19017971>>. Acesso em: 10 jan 2019.

³⁰⁰ Sobre o fechamento da exposição *Queermuseu*, ver: **Veja imagens da exposição cancelada pelo Santander no RS**. *Veja*, 11/9/2017. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/blog/rio-grande-do-sul/veja-imagens-da-exposicao-cancelada-pelo-santander-no-rs>>. Acesso em: 15 nov 2018; **Após protesto do MBL, Santander fecha exposição sobre diversidade**. *Veja*, 12/9/2017. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/blog/rio-grande-do-sul/apos-protesto-do-mbl-santander-fecha-exposicao-sobre-diversidade>>. Acesso em: 15 nov 2018.

³⁰¹ Sobre a performance *La Bête*, ver: **O nu está em todos os museus do mundo e não deveria causar choque, diz curador do MAM**. *Carta Capital*, 19/9/2017. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/sociedade/o-nu-esta-em-todos-os-museus-do-mundo-e-nao-deveria-causar-choque-diz-curador-do-mam>>. Acesso em: 31 out 2018; **Após caso do MAM, políticos querem expandir regras de classificação etária**. *Folha de S. Paulo*, 3/10/2017. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/10/1923783-apos-caso-do-mam-politicos-querem-expandir-regras-de-classificacao-etaria.shtml>>. Acesso em: 1 nov 2018; **Senti o luto de ver meu corpo morto na tela, diz coreógrafo de La Bête**. *Folha de S. Paulo*, 8/3/2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/03/senti-o-luto-de-ver-meu-corpo-morto-na-tela-diz-coreografo-de-la-bete.shtml>>. Acesso em: 31 out 2018; **Em performance no MAM, criança interage com homem nu**. *Veja*, 19/9/2017. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/entretenimento/em-performance-no-mam-crianca-interage-com-homem-nu>>. Acesso em: 18 out 2018.

³⁰² Sobre a performance *DNA de DAN*, ver: **Artista respeitado, Maikon K é preso por ficar nu em performance**. *UOL*, 16/7/2017. Disponível em: <<https://blogdoarcanjo.blogosfera.uol.com.br/2017/07/16/artista-respeitado-maikon-k-e-presos-por-ficar-nu-em-performance>>. Acesso em: 18 out 2018.

³⁰³ A concepção de *Macaquinhos* é de Caio, Mavi Veloso e Yang Dallas. A criação da performance é de Alzira Incendiária, Ana Carolina Pires, Andrez Lean Ghizze, Caio, Daniel Barra, Fernanda Vinhas, Luiz Gustavo Lopes, Rafael Amambahy, Renata Alcoba, Serguei Dias, Teresa Moura Neves e Yuri Tripodi. Sobre a performance, ver: **Peça brasileira que causou polêmica com perscrutação anal irá à Alemanha**. *Folha de S. Paulo*, 8/5/2016. Disponível em:

guatemalteca Regina José Galindo, apresentada no Congresso Anual do *Hemispheric Institute for Performance and Politics*, realizado na Escola de Comunicações e Artes da USP em 2013, voltaram a ser difundidas, de maneira negativa, nos discursos pró-Bolsonaro.

Em larga medida, imagens dessas performances deslocadas de sua contextualização e objetivos originais serviram para endossar críticas a uma suposta licenciosidade de artistas e intelectuais *pari passu* à condenação da Lei Rouanet. Antes delas, as repercussões da performance *Xereca Satânica*, realizada pelo Coletivo Coiote na Universidade Federal Fluminense³⁰⁴, e a perseguição sofrida pela performer Priscilla Toscano após realizar a performance *Máfia*, do Desvio Coletivo, em abril de 2016³⁰⁵, já haviam alimentado uma onda anti-Rouanet.

#ELENÃO E OS ROUANET'S

Durante a campanha eleitoral, o lançamento do manifesto *Democracia Sim*, em 23 de setembro de 2018, inicialmente com a assinatura de 333 artistas e intelectuais³⁰⁶, significou o acirramento da cisão entre artistas a favor e contra as propostas de Jair Bolsonaro. De acordo com matéria da revista *Carta Capital*, o manifesto representou uma mudança para uma percepção de que a candidatura de Jair Bolsonaro representava um perigo real. Segundo a revista *Veja*, o manifesto “(...) não recomenda voto em nenhum outro candidato, mas é enfático ao citar que a

<<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/ps-sp/2016/05/1768290-peca-brasileira-que-causou-polemica-com-perscrutacao-anal-ira-a-alemanha.shtml>>. Acesso em: 2 dez 2018.

³⁰⁴ *Xereca Satânica* fazia parte da programação de encerramento da disciplina “Corpo e Resistência”, do curso de Produção Cultural da UFF.

³⁰⁵ Aluna de pós-graduação na Universidade de São Paulo, a *performer* foi diversas vezes ameaçada de morte, obrigando-a a mudar-se de endereço, de local de trabalho, sair das redes sociais, entre outras violências.

³⁰⁶ Ver: **Perigo real fez intelectuais e artistas se unirem contra Bolsonaro**. *Carta Capital*, 24/9/2018. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/politica/perigo-real-de-vitoria-fez-intelectuais-e-artistas-se-unirem-contrabolsonaro/>>. Acesso em: 13 dez 2018.

candidatura de Jair Bolsonaro representa uma ameaça franca ao nosso patrimônio civilizatório primordial”.³⁰⁷

O manifesto aparece como um marco separatório entre os artistas que aderiram à campanha *#EleNão* e aqueles que estariam apoiando Jair Bolsonaro. De acordo com o jornal *Folha de S. Paulo*, “medo e silêncio dão o tom da relação entre os artistas mais populares do Brasil e a [eleição para presidente](#)”:

Apenas 6 dos 20 nomes que, segundo a plataforma de vídeos *YouTube*, são os mais ouvidos do país declararam apoio a um candidato no segundo turno do pleito, neste domingo (28): cinco a favor de Jair [Bolsonaro](#) (PSL), que lidera as pesquisas, e um contra o candidato. Os apoios se deram na Internet. Bolsonaro foi endossado pela dupla Zé Neto e Cristiano, por exemplo, que lidera o *ranking* do *YouTube*. Em um vídeo publicado no *YouTube*, Zé Neto manda ‘um abraço ao Eduardo Bolsonaro’, filho do candidato, ‘um cara fenomenal, conhecedor de armas’, e entoou o *slogan* ‘é melhor Jair se acostumando’. Em nono lugar, Gustavo Lima foi outro a apoiar o candidato do PSL. Em fevereiro, ele publicou um vídeo em uma rede social fazendo aula de tiro nos Estados Unidos. No texto, o cantor defendia a revogação do Estatuto do Desarmamento e citava Bolsonaro.³⁰⁸

Ainda de acordo com a reportagem, artistas com carreiras consolidadas, como Zezé de Camargo e Mano Brown, ou cujo trabalho tangencia temas polêmicos, como Pablo Vittar, posicionam-se politicamente com menos temor de sofrerem retaliações

³⁰⁷ **Grupo de personalidades lança manifesto contra Bolsonaro.** *Veja*, 24/9/2018. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/brasil/manifesto-contrabolsonaro-democracia-sim/>>. Acesso em: 2 dez 2018.

³⁰⁸ **Só 6 dos 20 artistas mais populares do Brasil declaram preferência na eleição.** *Folha de S. Paulo*, 25/10/2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/10/so-6-dos-20-artistas-mais-populares-do-brasil-declaram-preferencia-na-eleicao.shtml>>. Acesso em: 30 nov 2018.

por parte do público ou de empresários. No entanto, a *Folha de S. Paulo* cita o caso das cantoras Marília Mendonça, que foi perseguida por divulgar nas redes sociais a hashtag #EleNão, e Anitta, constrangida a manifestar-se contrária a Bolsonaro.

Em outra reportagem, a *Folha de S. Paulo* apresentou propagandas em grupos de *WhatsApp* que pediam o boicote a artistas contrários ao candidato do PSL:

Munido *emojis* de corações verdes e amarelos, um usuário do grupo ‘Bolsonaro 17 – CE’ pede votos ao DJ Alok no *MTV Europe Music Awards 2018*, na categoria melhor artista brasileiro. Segundo ele, todos os outros concorrentes —Anitta, Ludmilla, Pabllo Vittar e Nego do Borel – foram contrários a Bolsonaro. “Anitta está em alta no *YouTube*!!!! [DISLIKE NELA!!!!](#)”, conclamam membros do grupo ‘BOLSONARO PARANÁ’, que replicaram repetidas vezes a mesma mensagem. Uma outra usuária, no grupo ‘Bolsonaro 17 MG’, replicou uma ‘lista de comunistas’. De acordo com a postagem, são ‘petistas que apoiam o nove dedos e fomentam um verdadeiro golpe comunista no país’. A mensagem pede que os apoiadores do presidente eleito ‘não comprem mais nada deles’, não assistam seus programas ou peças de teatro e não leiam seus livros. A lista vai de Reinaldo Azevedo a Alcione, passando por Delfim Netto e Preta Gil.³⁰⁹

De acordo com a *Folha de S. Paulo*, esses artistas foram chamados de “Rouanet’s” nos grupos de *WhatsApp*. A expressão “mamar nas tetas da Rouanet” tornou-se comum, apesar de dados do Ministério da Cultura e da Comissão Parlamentar de Inquérito sobre a Lei Rouanet não apresentarem relação entre a posição política dos artistas e a defesa de ideias associadas à esquerda política. Ao

³⁰⁹ **Grupos em redes sociais pedem boicote a artistas que se opuseram a Bolsonaro.** *Folha de S. Paulo*, 30/10/2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/10/grupos-em-redes-sociais-pedem-boicote-a-artistas-que-se-opuseram-a-bolsonaro.shtml>>. Acesso em: 10 dez 2018.

contrário, *sites* ideologicamente alinhados contra Jair Bolsonaro e a política conservadora, comemoraram que essa CPI não tenha conseguido indiciar artistas declaradamente “de esquerda”.³¹⁰

Consideram que a popularidade é um indicador utilizado em negociações no mercado cultural, eram difundidas em redes sociais alertas para os manifestantes pró-Bolsonaro “negativarem” vídeos e *post* de artistas que aderiram à campanha #EleNãO. Segundo matéria do jornal Folha de S. Paulo, publicada em 26/09/2018:

Em comentários no *YouTube*, internautas pró-Bolsonaro se organizam para responder vídeos do #EleNãO, além de marcar as publicações com “não gostei”. No *WhatsApp*, circula uma corrente com números de “gostei” e “não gostei” de vídeos favoráveis ao #EleNãO apurados até às 14h30 desta terça-feira (25). A corrente incentiva internautas a reagirem contra a campanha aderida por artistas.³¹¹

Outro acontecimento relacionado ao uso de dinheiro público por meio da Lei Rouanet que esteve em destaque durante a campanha presidencial foi o incêndio do Museu Nacional, tragédia que causou comoção em todo o país e foi comentada por quase todos os candidatos à presidência da República.³¹² Ao contrário deles, Jair Bolsonaro não se manifestou imediatamente após a tragédia. Em matéria do portal

³¹⁰ **CPI da Lei Rouanet: NENHUM artista de esquerda é indiciado.** *Socialista Morena*, 10/5/2017. Disponível em: <<http://www.socialistamorena.com.br/cpi-da-lei-rouanet-nenhum-artista-de-esquerda-e-indiciado/>>. Acesso em: 31 jan 2018; **CPI da Rouanet termina com resultado positivo.** *Mídia Ninja*, 15/5/2017. Disponível em: <<http://midianinja.org/brantjoao/cpi-da-rouanet-termina-com-resultado-positivo/>>. Acesso em: 31 out 2018.

³¹¹ **Vídeos da campanha #EleNãO recebem enxurrada de 'não gostei'.** *Folha de S. Paulo*, 26/10/2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/videos-da-campanha-clenao-recebem-enxurrada-de-nao-gostei.shtml>>. Acesso em 30 out 2018.

³¹² **Presidenciais lamentam incêndio no Museu Nacional e criticam gestão da cultura.** *O Globo*, 3/9/2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/presidenciais-lamentam-incendio-no-museu-nacional-criticam-gestao-da-cultura-23033564>>. Acesso em: 1 dez 2018.

UOL publicada no dia seguinte ao incêndio, ele é o único presidenciável entre os mais bem colocados nas pesquisas que não deu depoimento sobre o museu.³¹³

Dois dias após o incêndio, pressionado por jornalistas, o então candidato respondeu “Já está feito, já pegou fogo, quer que faça o quê? O meu nome é Messias, mas eu não tenho como fazer milagre”. Segundo ele, a tragédia teria sido decorrente da administração da instituição ser feita por indicação política: “A administração toda é de gente filiada ao PSOL e ao PCdoB. A indicação política leva a isso. Os partidos se aproveitam, vendem seu voto aqui dentro [da Câmara] como regra para que a administração seja deficitária e lucrativa para eles, individualmente”, afirmou.³¹⁴

Na mesma entrevista, Bolsonaro volta a criticar o uso da Lei Rouanet como meio de obter recursos para trabalhos artísticos que promoveriam a pedofilia. Comentando a falta de recursos financeiros do Museu Nacional, afirmou: “Você não tem dinheiro, paciência. Agora, para mim, é dinheiro para quermesse. Homem nu para criança tocar não falta”, aludindo à performance *La Bête*.

Ausente em seu plano de governo, a área da Cultura foi objeto de manifestações reiteradas de Bolsonaro nas redes sociais. Dois dias após o incêndio do Museu Nacional, no início de outubro de 2018, escreveu em sua conta no *Twitter*:

“Incentivos à cultura permanecerão, mas para artistas talentosos, que estão iniciando suas carreiras e não possuem estrutura. O que acabará são os milhões do dinheiro público financiando 'famosos' sob falso argumento de incentivo cultural, mas que só compram apoio! Isso terá fim!”³¹⁵

³¹³ **Presidenciáveis chamam de ‘tragédia’ incêndio no Museu Nacional.** UOL, 3/9/2018. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/agencia-estado/2018/09/03/presidenciaveis-chamam-de-tragedia-incendio-no-museu-nacional.htm>>. Acesso em: 4 dez 2018.

³¹⁴ **‘Já está feito, já pegou fogo, quer que faça o quê?’, diz Bolsonaro sobre incêndio no Museu Nacional.** G1, 4/9/2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/09/04/ja-esta-feito-ja-pegou-fogo-quer-que-faca-o-que-diz-bolsonaro-sobre-incendio-no-museu-nacional.ghtml>>. Acesso em: 10 dez 2018.

³¹⁵ **Críticas de Bolsonaro à Rouanet refletem ignorância sobre a lei, dizem artistas.** Folha de S. Paulo, 4/10/2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/10/criticas-de-bolsonaro-a-rouanet-refletem-ignorancia-sobre-a-lei-dizem-artistas.shtml>>. Acesso em: 12 dez 2018.

Em outro *post* na mesma data, afirmou:

“Queremos manter os incentivos à cultura, mas para bons artistas que agregam valor, que estão iniciando suas carreiras e não possuem estrutura. O que deve acabar é dinheiro público financiando absurdos como oficinas de masturbação ou 'peças' com pessoas cutucando seus orifícios!”

Paradoxalmente, a análise do material de imprensa relacionados à Lei Rouanet revela que Bolsonaro, mesmo contribuindo para a propagação dessas *fake news*, não declarou ser contrário à Lei e seus mecanismos de funcionamento. A postura abertamente anti-intelectual e contra os artistas levou à extinção do Ministério da Cultura em seus primeiros dias de governo, rebaixando-o à categoria de secretaria subordinada ao recém-criado Ministério da Cidadania, cujo ministro Osmar Terra (MDB-RS) afirmou que, de cultura, “só toco berimbau”.³¹⁶ No entanto, antes e após o pleito, Bolsonaro declarou sua intenção de rever a Lei Rouanet, ao invés de a extinguir.

O COMBATE ÀS *FAKE NEWS* SOBRE A LEI ROUANET

Como resposta à propagação de notícias falsas sobre a Lei Rouanet, os veículos de imprensa estudados nesta pesquisa forneceram subsídios para que o leitor pudesse conhecer os mecanismos de funcionamento da lei e as formas de incentivo à cultura vigentes no país.

A revista *Veja* disponibilizou em seu *site* uma reportagem interativa com gráficos e tabelas que mostravam os dados relacionados à Lei Rouanet desde sua

³¹⁶ ‘Só toco berimbau’, diz ministro que chefiará Cultura sobre o que sabe do setor. *Folha de S. Paulo*, 28/11/2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/so-toco-berimbau-diz-ministro-que-chefiara-cultura-sobre-o-que-sabe-do-setor.shtml>>. Acesso em: 2 fev 2018.

criação. Com o título **Lei Rouanet: para além dos memes**, a reportagem apresentou um histórico detalhado da Lei e discutiu os possíveis impactos de sua extinção.³¹⁷

Da mesma forma, o jornal *O Estado de S. Paulo* criou a página **Tudo sobre: Lei Rouanet**, agregando matérias relacionadas à Lei. Entre elas, uma que tratava do guitarrista Roger Waters, ex-integrante da banda *Pink Floyd*, que projetou em um telão a *hashtag* **#EleNão** durante um show realizado em São Paulo às vésperas do primeiro turno das eleições. Notícias falsas alardearam que o músico estaria utilizando recursos da Lei Rouanet.³¹⁸

Outrossim, o jornal *O Globo* publicou um texto exaustivo sobre a Lei Rouanet intitulado **Lei Rouanet: o mínimo que você precisa saber para falar do assunto sem passar vergonha**, valendo-se de um desenho de Fernanda Montenegro como ilustração. Durante a campanha presidencial, a atriz posicionou-se contra os ataques à lei e aos artistas.³¹⁹

Pari passu, colunistas dos veículos estudados manifestaram-se sobre a veiculação de notícias falsas relacionadas à cultura e à Lei Rouanet. É o caso de Tony Góes, jornalista que cobre televisão e celebridades no jornal *Folha de S. Paulo*, que publicou textos destacando os mecanismos de incentivo à cultura e a posição beligerante de apoiadores de Bolsonaro em relação aos artistas.³²⁰

³¹⁷ **Lei Rouanet: para além dos memes.** *Veja*. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/especiais/lei-rouanet-para-alem-dos-memes/>>. Acesso em: 12 jan 2019.

³¹⁸ **Tudo sobre: Lei Rouanet.** *O Estado de S. Paulo*. Disponível em: <<https://tudo-sobre.estadao.com.br/lei-rouanet>>. Acesso em: 12 jan 2019.

³¹⁹ **Lei Rouanet: o mínimo que você precisa saber para falar do assunto sem passar vergonha.** *O Globo*. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/lei-rouanet-minimo-que-voce-precisa-saber-para-falar-do-assunto-sem-passar-vergonha-23293997>>. Acesso em: 12 jan 2019.

³²⁰ **Boicote a famosos que não apoiam Jair Bolsonaro seria grave se não fosse ridículo.** *Folha de S. Paulo*, 2/11/2018. Disponível em: <<https://f5.folha.uol.com.br/colunistas/tonygoes/2018/11/boicote-a-famosos-que-nao-apoiam-jair-bolsonaro-seria-grave-se-nao-foosse-ridiculo.shtml>>. Acesso em 12/01/2019.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As posições sobre a Lei Rouanet representaram, nas eleições presidenciais de 2018, um cisma entre apoiadores e pessoas contrárias às posições de Jair Bolsonaro. As *fake news* produzidas evidenciaram uma abjeção ao trabalho artístico e uma falsa associação deste com a defesa de uma ideologia de esquerda, a pornografia e a pedofilia. No entanto, seus apoiadores apresentaram-se mais agressivos que o próprio candidato, que não se posicionou abertamente contrário à Lei. A extinção do Ministério da Cultura, esta sim prometida durante a campanha, ocorreu no bojo da reforma ministerial empreendida, sem que novas notícias sobre a Lei Rouanet tenham surgido no início de 2019.

REFERÊNCIAS

COSTA, CRISTINA. “EM CENA A CENSURA”. PAPER APRESENTADO EM MESA TEMÁTICO DO MULTICOM – COLÓQUIOS MULTITEMÁTICOS EM COMUNICAÇÃO – XXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – BRASÍLIA – 2006.

FAUSTINI, MARCUS. NÃO, A CULTURA NÃO MAMA NAS TETAS. O GLOBO, 6/4/2016.

VEJA IMAGENS DA EXPOSIÇÃO CANCELADA PELO SANTANDER NO RS. VEJA, 11/9/2017. DISPONÍVEL EM: <[HTTPS://VEJA.ABRIL.COM.BR/BLOG/RIO-GRANDE-DO-SUL/VEJA-IMAGENS-DA-EXPOSICAO-CANCELADA-PELO-SANTANDER-NO-RS](https://veja.abril.com.br/blog/rio-grande-do-sul/veja-imagens-da-exposicao-cancelada-pelo-santander-no-rs)>. ACESSO EM: 15 NOV 2018.

APOÓS PROTESTO DO MBL, SANTANDER FECHA EXPOSIÇÃO SOBRE DIVERSIDADE. VEJA, 12/09/2017. DISPONÍVEL EM: <[HTTPS://VEJA.ABRIL.COM.BR/BLOG/RIO-GRANDE-DO-SUL/APOS-PROTESTO-DO-MBL-SANTANDER-FECHA-EXPOSICAO-SOBRE-DIVERSIDADE](https://veja.abril.com.br/blog/rio-grande-do-sul/apos-protesto-do-mbl-santander-fecha-exposicao-sobre-diversidade)>. ACESSO EM: 15 NOV 2018.

O NU ESTÁ EM TODOS OS MUSEUS DO MUNDO E NÃO DEVERIA CAUSAR CHOQUE, DIZ CURADOR DO MAM, CARTA CAPITAL, 19/9/2017. DISPONÍVEL EM: <[HTTPS://WWW.CARTACAPITAL.COM.BR/SOCIEDADE/O-NU-ESTA-EM-TODOS-OS-MUSEUS-DO-MUNDO-E-NAO-DEVERIA-CAUSAR-CHOQUE-DIZ-CURADOR-DO-MAM](https://www.cartacapital.com.br/sociedade/o-nu-esta-em-todos-os-museus-do-mundo-e-nao-deveria-causar-choque-diz-curador-do-mam)>. ACESSO EM: 31 OUT 2018.

APOÓS CASO DO MAM, POLÍTICOS QUEREM EXPANDIR REGRAS DE CLASSIFICAÇÃO ETÁRIA. FOLHA DE S. PAULO, 3/10/2017. DISPONÍVEL EM: <[HTTPS://WWW1.FOLHA.UOL.COM.BR/ILUSTRADA/2017/10/1923783-APOS-CASO-DO-MAM-POLITICOS-QUEREM-EXPANDIR-REGRAS-DE-CLASSIFICACAO-ETARIA.SHTML](https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/10/1923783-apos-caso-do-mam-politicos-querem-expandir-regras-de-classificacao-etaria.shtml)>. ACESSO EM: 1 NOV 2018.

SENTI O LUTO DE VER MEU CORPO MORTO NA TELA, DIZ COREÓGRAFO DE LA BÊTE. FOLHA DE S. PAULO, 8/3/2018. DISPONÍVEL EM: <[HTTPS://WWW1.FOLHA.UOL.COM.BR/ILUSTRADA/2018/03/SENTI-O-LUTO-DE-VER-MEU-CORPO-MORTO-NA-TELA-DIZ-COREOGRAFO-DE-LA-BETE.SHTML](https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/03/senti-o-luto-de-ver-meu-corpo-morto-na-tela-diz-coreografo-de-la-bete.shtml)>. ACESSO EM: 31 OUT 2018.

EM PERFORMANCE NO MAM, CRIANÇA INTERAGE COM HOMEM NU. VEJA, 19/9/2017. DISPONÍVEL EM: <[HTTPS://VEJA.ABRIL.COM.BR/ENTRETENIMENTO/EM-PERFORMANCE-NO-MAM-CRIANCA-INTERAGE-COM-HOMEM-NU](https://veja.abril.com.br/entretenimento/em-performance-no-mam-crianca-interage-com-homem-nu)>. ACESSO EM: 18 OUT 2018.

ARTISTA RESPEITADO, MAIKON K É PRESO POR FICAR NU EM PERFORMANCE. UOL, 16/7/2017. DISPONÍVEL EM:

<[HTTPS://BLOGDOARCANJO.BLOGOSFERA.UOL.COM.BR/2017/07/16/ARTISTA-RESPEITADO-MAIKON-K-E-PRESO-POR-FICAR-NU-EM-PERFORMANCE](https://blogdoarcanjo.blogosfera.uol.com.br/2017/07/16/artista-respeitado-maikon-k-e-presos-por-ficar-nu-em-performance)>. ACESSO EM: 18 OUT 2018.

PEÇA BRASILEIRA QUE CAUSOU POLÊMICA COM PERSCRUTAÇÃO ANAL IRÁ À ALEMANHA. FOLHA DE S. PAULO, 8/5/2016. DISPONÍVEL EM:

<[HTTPS://WWW1.FOLHA.UOL.COM.BR/COLUNAS/PS-SP/2016/05/1768290-PECA-BRASILEIRA-QUE-CAUSOU-POLEMICA-COM-PERSCRUTACAO-ANAL-IRA-A-ALEMANHA.SHTM](https://www1.folha.uol.com.br/colunas/ps-sp/2016/05/1768290-peca-brasileira-que-causou-polemica-com-perscrutacao-anal-ira-a-alemanha.shtml)>L. ACESSO EM: 2 DEZ 2018.

PERIGO REAL FEZ INTELLECTUAIS E ARTISTAS SE UNIREM CONTRA BOLSONARO. CARTA CAPITAL, 24/9/2018. DISPONÍVEL EM: <[HTTPS://WWW.CARTACAPITAL.COM.BR/POLITICA/PERIGO-REAL-DE-VITORIA-FEZ-INTELLECTUAIS-E-ARTISTAS-SE-UNIREM-CONTRA-BOLSONARO/](https://www.cartacapital.com.br/politica/perigo-real-de-vitoria-fez-intelectuais-e-artistas-se-unirem-contr-a-bolsonaro/)>. ACESSO EM: 13 DEZ 2018.

GRUPO DE PERSONALIDADES LANÇA MANIFESTO CONTRA BOLSONARO. VEJA, 24/9/2018. DISPONÍVEL EM: <[HTTPS://VEJA.ABRIL.COM.BR/BRASIL/MANIFESTO-CONTRA-BOLSONARO-DEMOCRACIA-SIM/](https://veja.abril.com.br/brasil/manifesto-contr-a-bolsonaro-democracia-sim/)>. ACESSO EM: 2 DEZ 2018.

SÓ 6 DOS 20 ARTISTAS MAIS POPULARES DO BRASIL DECLARAM PREFERÊNCIA NA ELEIÇÃO. FOLHA DE S. PAULO, 25/10/2018. DISPONÍVEL EM:

<[HTTPS://WWW1.FOLHA.UOL.COM.BR/ILUSTRADA/2018/10/SO-6-DOS-20-ARTISTAS-MAIS-POPULARES-DO-BRASIL-DECLARAM-PREFERENCIA-NA-ELEICAO.SHTML](https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/10/so-6-dos-20-artistas-mais-populares-do-brasil-declaram-preferencia-na-eleicao.shtml)>. ACESSO EM: 30 NOV 2018.

GRUPOS EM REDES SOCIAIS PEDEM BOICOTE A ARTISTAS QUE SE OPUSERAM A BOLSONARO. FOLHA DE S. PAULO, 30/10/2018. DISPONÍVEL EM:

<[HTTPS://WWW1.FOLHA.UOL.COM.BR/ILUSTRADA/2018/10/GRUPOS-EM-REDES-SOCIAIS-PEDEM-BOICOTE-A-ARTISTAS-QUE-SE-OPUSERAM-A-BOLSONARO.SHTML](https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/10/grupos-em-redes-sociais-pedem-boicote-a-artistas-que-se-opuseram-a-bolsonaro.shtml)>. ACESSO EM: 10 DEZ 2018.

CPI DA LEI ROUANET: NENHUM ARTISTA DE ESQUERDA É INDICIADO. SOCIALISTA MORENA, 10/5/2017. DISPONÍVEL EM: <[HTTP://WWW.SOCIALISTAMORENA.COM.BR/CPI-DA-LEI-ROUANET-NENHUM-ARTISTA-DE-ESQUERDA-E-INDICIADO/](http://www.socialistamorena.com.br/cpi-da-lei-rouanet-nenhum-artista-de-esquerda-e-indiciado/)>. ACESSO EM: 31 JAN 2018.

CPI DA ROUANET TERMINA COM RESULTADO POSITIVO. MÍDIA NINJA, 15/5/2017.

DISPONÍVEL EM: <[HTTP://MIDIANINJA.ORG/BRANTJOAO/CPI-DA-ROUANET-TERMINA-COM-RESULTADO-POSITIVO/](http://midianinja.org/brantjoao/cpi-da-rouanet-termina-com-resultado-positivo/)>. ACESSO EM: 31 OUT 2018.

VÍDEOS DA CAMPANHA #ELENÃO RECEBEM ENXURRADA DE 'NÃO GOSTEI'. FOLHA DE S. PAULO, 26/10/2018. DISPONÍVEL EM:

<[HTTPS://WWW1.FOLHA.UOL.COM.BR/PODER/2018/09/VIDEOS-DA-CAMPANHA-ELENAO-RECEBEM-ENXURRADA-DE-NAO-GOSTEI.SHTML](https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/videos-da-campanha-elecao-recebem-enxurrada-de-nao-gostei.shtml)>. ACESSO EM: 30 OUT 2018.

PRESIDENCIÁVEIS LAMENTAM INCÊNDIO NO MUSEU NACIONAL E CRITICAM GESTÃO DA CULTURA. O GLOBO, 3/9/2018. DISPONÍVEL EM:

<[HTTPS://OGLOBO.GLOBO.COM/RIO/PRESIDENCIAVEIS-LAMENTAM-INCENDIO-NO-MUSEU-NACIONAL-CRITICAM-GESTAO-DA-CULTURA-23033564](https://oglobo.globo.com/rio/presidenciaveis-lamentam-incendio-no-museu-nacional-criticam-gestao-da-cultura-23033564)>. ACESSO EM: 1 DEZ 2018.

PRESIDENCIÁVEIS CHAMAM DE 'TRAGÉDIA' INCÊNDIO NO MUSEU NACIONAL. UOL, 3/9/2018. DISPONÍVEL EM:

<[HTTPS://NOTICIAS.UOL.COM.BR/POLITICA/ELEICOES/2018/NOTICIAS/AGENCIA-ESTADO/2018/09/03/PRESIDENCIAVEIS-CHAMAM-DE-TRAGEDIA-INCENDIO-NO-MUSEU-NACIONAL.HTM](https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/agencia-estado/2018/09/03/presidenciaveis-chamam-de-tragedia-incendio-no-museu-nacional.htm)>. ACESSO EM: 4 DEZ 2018.

JÁ ESTÁ FEITO, JÁ PEGOU FOGO, QUER QUE FAÇA O QUÊ?', DIZ BOLSONARO SOBRE INCÊNDIO NO MUSEU NACIONAL. G1, 4/9/2018. DISPONÍVEL EM:

<[HTTPS://G1.GLOBO.COM/POLITICA/ELEICOES/2018/NOTICIA/2018/09/04/JA-ESTA-FEITO-JA-PEGOU-FOGO-QUER-QUE-FACA-O-QUE-DIZ-BOLSONARO-SOBRE-INCENDIO-NO-MUSEU-NACIONAL.GHTML](https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/09/04/ja-esta-feito-ja-pegou-fogo-quer-que-faca-o-que-diz-bolsonaro-sobre-incendio-no-museu-nacional.ghtml)>. ACESSO EM: 10 DEZ 2018.

CRÍTICAS DE BOLSONARO À ROUANET REFLETEM IGNORÂNCIA SOBRE A LEI, DIZEM ARTISTAS. FOLHA DE S. PAULO, 4/10/2018. DISPONÍVEL EM:

<[HTTPS://WWW1.FOLHA.UOL.COM.BR/ILUSTRADA/2018/10/CRITICAS-DE-BOLSONARO-A-ROUANET-REFLETEM-IGNORANCIA-SOBRE-A-LEI-DIZEM-ARTISTAS.SHTML](https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/10/criticas-de-bolsonaro-a-rouanet-refletem-ignorancia-sobre-a-lei-dizem-artistas.shtml)>. ACESSO EM: 12 FEV 2018.

'SÓ TOCO BERIMBAU', DIZ MINISTRO QUE CHEFIARÁ CULTURA SOBRE O QUE SABE DO SETOR. FOLHA DE S. PAULO, 28/11/2018.. DISPONÍVEL EM:

<[HTTPS://WWW1.FOLHA.UOL.COM.BR/PODER/2018/11/SO-TOCO-BERIMBAU-DIZ-MINISTRO-QUE-CHEFIARA-CULTURA-SOBRE-O-QUE-SABE-DO-SETOR.SHTML](https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/so-toco-berimbau-diz-ministro-que-chefiara-cultura-sobre-o-que-sabe-do-setor.shtml)>. ACESSO EM: 02 FEV 2018.

LEI ROUANET: PARA ALÉM DOS MEMES. VEJA, S/D. DISPONÍVEL EM:

<[HTTPS://VEJA.ABRIL.COM.BR/ESPECIAIS/LEI-ROUANET-PARA-ALEM-DOS-MEMES/](https://veja.abril.com.br/especiais/lei-rouanet-para-alem-dos-memes/)>. ACESSO EM: 12 JAN 2019.

TUDO SOBRE: LEI ROUANET. O ESTADO DE S. PAULO. DISPONÍVEL EM: <[HTTPS://TUDO-SOBRE.ESTADAO.COM.BR/LEI-ROUANET](https://tudo-sobre.estadao.com.br/lei-rouanet)>. ACESSO EM 12 JAN 2019.

LEI ROUANET: O MÍNIMO QUE VOCÊ PRECISA SABER PARA FALAR DO ASSUNTO SEM PASSAR VERGONHA. O GLOBO. DISPONÍVEL EM: <[HTTPS://OGLOBO.GLOBO.COM/CULTURA/LEI-ROUANET-MINIMO-QUE-VOCE-PRECISA-SABER-PARA-FALAR-DO-ASSUNTO-SEM-PASSAR-VERGONHA-23293997](https://oglobo.globo.com/cultura/lei-rouanet-minimo-que-voce-precisa-saber-para-falar-do-assunto-sem-passar-vergonha-23293997)>. ACESSO EM: 12 JAN 2019.

BOICOTE A FAMOSOS QUE NÃO APOIAM JAIR BOLSONARO SERIA GRAVE SE NÃO FOSSE RIDÍCULO. FOLHA DE S. PAULO, 2/11/2018. DISPONÍVEL EM: <[HTTPS://F5.FOLHA.UOL.COM.BR/COLUNISTAS/TONYGOES/2018/11/BOICOTE-A-FAMOSOS-QUE-NAO-APOIAM-JAIR-BOLSONARO-SERIA-GRAVE-SE-NAO-FOSSE-RIDICULO.SHTML](https://f5.folha.uol.com.br/colunistas/tonygoes/2018/11/boicote-a-famosos-que-nao-apoiam-jair-bolsonaro-seria-grave-se-nao-fose-ridiculo.shtml)>. ACESSO EM: 12 JAN 2019.

CONCLUSÃO

Com o final da ditadura militar, em 1986, e a redemocratização iniciada com a promulgação da Constituição de 1988, o país passou por oito processos eleitorais presidenciais. No mesmo período, dois presidentes eleitos não concluíram o mandato após serem submetidos a processos de *impeachment*. Fernando Collor de Melo renunciou pouco antes de o relatório final que pedia o seu impedimento por corrupção ir a plenário para votação, em 1992; e Dilma Rousseff, foi impedida em 2016 por ter praticado as chamadas “pedaladas fiscais”, operações orçamentárias conduzidas para atrasar repasses a bancos públicos e privados de modo a tornar favoráveis os resultados fiscais do país em determinados períodos. Enquanto no primeiro caso a justificativa foi o velho argumento de “combate à corrupção”, no segundo, a despeito de correr em paralelo com as atividades da Operação Lava-Jato, não teve vínculo direto com a corrupção apurada nas relações entre políticos e governantes e a estatal Petrobras. Assim, em trinta anos de democracia pós-ditadura, período historicamente curto para sua consolidação, o Brasil viveu dois grandes traumas políticos em que as forças envolvidas não conseguiram evitar impactos profundos na relação entre Estado e sociedade civil. Um exemplo claro disso é que até hoje diversos dispositivos constitucionais previstos em 1988 não foram regulamentados.

Nesse mesmo período, a geopolítica mundial passou por cenários de profunda mudança, como o fim do bloco socialista e da Guerra Fria, a busca pela globalização capitalista e uma inédita explosão tecnológica que tornou as relações sociais muito mais complexas. Ao passo que as relações sociais e de trabalho foram modificadas, o ímpeto de correntes políticas contra e a favor dos acontecimentos forçaram o movimento pendular do novo momento histórico. Se a princípio a resistência à globalização vinha de países excluídos do processo de desenvolvimento econômico, entre eles países dos hemisférios sul e oriental, ou os que se sentiam aviltados pela democratização a todo custo imposta pelos Estados Unidos, hoje as forças antiglobais são conduzidas justamente pelos governos populistas de direita dos Estados Unidos e da Europa.

A pesquisa ora apresentada revela claramente a ascensão do movimento de retomada das bases ideológicas que antecederam o fim da Guerra Fria e o início da globalização. O seu reflexo no processo eleitoral brasileiro em 2018 aponta para aspectos cruciais na prática comunicacional que parecem irreversíveis, como a substituição da imprensa tradicional pela mídia digital que, entre outros impactos, evidencia a eliminação do formador de opinião, e a estruturação de discursos que abdicam da verdade do fato reportado. Nesse sentido, onde se coloca a liberdade de expressão? De que maneira novas formas de comunicação não naturalizam a censura usando como argumento que as opiniões contrárias são “notícias mentirosas”, as chamadas *fake news*?

O que se buscou com esse esforço de pesquisa foi analisar e apresentar interpretações sobre um momento de crise global intensa e a maneira como a política nacional e internacional vêm criando formas de comunicar e manipular informações. Certamente que nos pleitos que ainda estão por vir esses aspectos deverão assumir as pautas dos meios tradicionais e digitais de comunicação, assim como a intervenção dos mecanismos estatais transformarão politicamente a maneira como a sociedade acessa informações e notícias. Foi com esse objetivo de debater, analisar e discutir a

liberdade de expressão que o OBCOM-USP, o ICNOVA e o Instituto Palavra Aberta levaram adiante a pesquisa que foi apresentada neste livro.

O impacto deste cenário nas sociedades, nas relações internacionais e nos meios de comunicação afetam diretamente nossa percepção da realidade e a forma como agimos sobre ela. É inevitável reconhecer a importância sempre crescente dos meios de comunicação e das mediações que se estabelecem entre os sujeitos e deles com a realidade, o que faz de Liberdade de Expressão e Campanhas Eleitorais Brasil 2018 um importante laboratório para as Ciências da Comunicação.

Importante ressaltar também que esse contexto nacional e internacional, político, econômico e comunicacional modifica radicalmente as fronteiras entre os campos da ação social e da práxis política, das identidades individuais e coletivas, do público e do privado, do extraordinário e do cotidiano, da emissão e da recepção de mensagens, da produção material e simbólica, obrigando-nos a olhar o mundo de forma mais complexa e analisá-lo de maneira mais fenomênica. Esperamos, com as análises aqui apresentadas, estarmos contribuindo para a renovação e a atualização do pensamento sobre a realidade e suas perspectivas, ensejando a percepção do que nos cerca em toda sua diversidade.

E, ao apagar das luzes da primeira etapa deste trabalho e desta publicação, queremos reafirmar o nosso empenho, como sempre e como nunca, na defesa da liberdade de expressão como elemento fundamental para a compreensão daquilo que aqui analisamos, do desenvolvimento da atividade científica e de comunicação, assim como lembrar que sem uma imprensa confiável e tendo assegurada sua liberdade de ação, nada do que fizemos até o momento seria possível.