

ODEBRECHT NA MÍDIA: OS ESCÂNDALOS DA EMPREITEIRA NA COBERTURA DOS JORNAIS¹

Aline Lima Brandão²

Resumo

A cobertura midiática de escândalos de corrupção com grandes empreiteiras, empresas oriundas do segmento de construção civil que posteriormente expandiram e diversificaram suas respectivas áreas de atuação, não é novidade na imprensa brasileira. O objetivo deste paper é compreender melhor este fenômeno ao longo do tempo. Para isso, o trabalho traz um levantamento quantitativo nos jornais O Globo e O Estado de S.Paulo de matérias e reportagens que relacionam a Odebrecht à corrupção do ano de fundação da empresa, 1944, até dezembro de 2015. Os dados preliminares indicam que a associação dessas empresas com o termo corrupção variam de acordo com os jornais e as décadas analisadas. Entender a associação dessas empresas com termo corrupção na esfera de visibilidade pública contribui para avaliar o papel das grandes empreiteiras na configuração e emergência desses escândalos.

Palavras-chave: Odebrecht; Corrupção; Imprensa

1. Apresentação

Em 16 de novembro de 2016, a Odebrecht S.A. anunciou, por meio da distribuição de um *press release*, a adesão ao Pacto Empresarial pela Integridade e Contra Corrupção, uma iniciativa do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. Segundo a entidade, o objetivo do pacto é “promover um mercado mais íntegro e ético e erradicar o suborno e a corrupção”³. Entre os destaques do documento estão orientações quanto

¹ Trabalho apresentado no XIII Póscom, de 23 a 25 de novembro de 2016, no GT 5 Comunicação e Política.

² Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom-UERJ). Mestre em História, Política e Bens Culturais (CPDOC-FGV). Professora do curso de Comunicação Social do IBMEC-RJ. E-mail: brandao.aline@globob.com

³ Disponível em <https://www3.ethos.org.br/conteudo/projetos/integridade/pacto-empresarial-pela-integridade-e-contra-a-corrupcao/#.WC0TLaN55E4>, acesso em 16 de novembro de 2016.

compras públicas, financiamento de campanhas eleitorais, desvios de recursos públicos e publicidade governamental. Diz o release distribuído à imprensa:

Ao se tornarem signatárias do pacto, as empresas assumem o compromisso de divulgar a legislação brasileira anticorrupção para seus funcionários e stakeholders, a fim de que ela seja cumprida integralmente. Além disso, elas se comprometem a vedar qualquer forma de suborno, trabalhar pela legalidade e transparência nas contribuições a campanhas políticas e primar pela transparência de informações e colaboração em investigações, quando necessário.

Após se tornar uma das protagonistas da operação Lava Jato⁴, considerada pelo Ministério Público Federal como “a maior investigação de corrupção e lavagem de dinheiro que o Brasil já teve”⁵, a Odebrecht tem buscado informar tanto para a imprensa quanto o mercado novas medidas de governança empresarial com o objetivo de garantir a sustentabilidade dos negócios. Fundada em 1944 por Noberto Odebrecht, avô de Marcelo Odebrecht e pai de Emílio Odebrecht, a empresa consta em vários rankings empresariais como um dos maiores grupos industriais do Brasil, tendo atuação em diversos setores da economia: energia, biocombustíveis, defesa, seguros e petroquímico, entre outros.

A Lava Jato não é o primeiro escândalo de corrupção enfrentado pela companhia ao longo de sua trajetória, embora seja provavelmente o mais emblemático. Pela primeira vez, o então dirigente máximo da organização foi preso e condenado. No momento, negocia a delação premiada. Antes de ser preso, teria ameaçado: “É para resolver essa lambança ou não haverá República na segunda-feira”. Emílio, o pai que reassumiu os negócios da família após a prisão do filho, teria declarado na época: “Se prenderem o Marcelo, terão de arrumar mais três celas. Uma para mim, outra para o Lula e outra ainda para a Dilma.”⁶

Tendo como fio condutor as notícias que associam grandes empreiteiras⁷ à corrupção, este paper se insere no âmbito da minha pesquisa de doutorado que visa compreender melhor este fenômeno na cultura política nacional, bem como os humores da opinião

⁴ Iniciada em março de 2014, a operação Lava Jato é uma investigação da Polícia Federal que apura crimes de lavagem de dinheiro e evasão de divisas. Inicialmente, as investigações estavam direcionadas a rede de postos de combustíveis e lava a jato de automóveis que movimentava recursos ilícitos.

⁵ Disponível em <http://lavajato.mpf.mp.br/entenda-o-caso>, acesso em 16 de setembro de 2016.

⁶ Disponível em <http://epoca.globo.com/tempo/noticia/2015/06/marcelo-odebrecht-ameaca-derrubar-republica.html>, acesso em 16 de setembro de 2016.

⁷ Empresas do setor de construção civil que são chamadas desta forma por gerenciarem obras de empreitada em que o trabalho é pago globalmente e não por dias ou horas trabalhadas.

pública e suas exigências em relação à transparência, confiabilidade e prestação de contas da iniciativa privada. Para compreender o agir político e midiático das empresas na esfera de visibilidade pública, a pesquisa, em fase inicial, se propõe a investigar como as empresas se manifestam perante a opinião pública em casos de escândalos e a reação da imprensa diante de tais posicionamentos, ou seja, quais são os enquadramentos e discursos noticiosos adotados. O escopo deste paper está concentrado na apresentação dos dados quantitativos preliminares referentes à associação na imprensa da empresa Odebrecht ao termo “corrupção”.

2. Escândalo de corrupção como categoria de análise

A partir do conceito de escândalo proposto por Thompson, a proposta é entender melhor o crescimento acentuado do escândalo de corrupção no contexto brasileiro, compreendendo como as empreiteiras se configuraram em agentes econômicos e políticos na esfera de visibilidade pública e a emergência deste discurso infamante. O que mudou? De fato, algo mudou (ou está mudando) na sociedade brasileira?

De acordo com John B. Thompson, *“escândalo se refere a ações ou acontecimentos que implicam certos tipos de transgressões que se tornam conhecidos de outros e que são suficientemente sérios para provocar uma resposta pública”* (Thompson, 2002, pg. 40). É preciso ainda que haja a articulação pública de um discurso infamante, ou seja, um *“discurso moralizador que censura e reprova, repreende e condena, que expressa desaprovação das ações e dos indivíduos”* (Thompson, 2002, p. 48). Thompson reconhece que a cultura do escândalo possui características diferentes em cada nação. Da mesma forma, assinala que a *“sensibilidade ao escândalo”* pode variar de acordo com os valores e normas morais e culturais de determinado contexto sócio-histórico⁸. Afinal, o escândalo pressupõe certo grau de desaprovação pública e, sobretudo,

⁸ Na nossa história recente, o mensalão se tornou um caso emblemático para compreender a configuração do escândalo político no Brasil. Alessandra Aldé e Fábio Vasconcellos (2008) apontam que a mídia recorre aos escândalos como forma de atrair a atenção da audiência e de reafirmação da sua importância político-social. Os atores políticos, por sua vez, acionam a imprensa com o objetivo de construir percepções. Esse movimento, segundo os autores, configura um ambiente de oportunismo midiático à medida em que há uma relação de cooperação e dependência mútua entre esses dois campos. A luta dos atores políticos por oportunidades de visibilidade se amplia em virtude da cobertura *“focada na responsabilização de pessoas que na discussão de problemas estruturais da prática política, como o financiamento da campanhas”* (Aldé, A. Vasconcellos, F. 2008, pg. 62). A noticiabilidade do escândalo político aciona elementos espetaculares, personalistas e emocionais.

a articulação pública de um discurso infamante que, na maioria das vezes, se presta aos usos dos meios de comunicação. Entender a dinâmica do escândalo é compreendê-lo como um acontecimento capaz de afetar as fontes de poder em virtude de seu potencial devastador na reputação e no índice de confiança de pessoas e instituições. São lutas pelo poder simbólico que acontecem predominantemente no espaço público.

Apesar de o escândalo estar muitas vezes associado à corrupção, suborno e nepotismo, o autor se preocupa em destacar que são fenômenos diferentes e as relações entre eles são complexas e contingentes. A corrupção só se torna um escândalo quando: (a) se torna pública; (b) se configura um alto grau de censura moral e sensibilidade em relação ao delito cometido e (c) se articula um discurso infamante pois conforme destaca o autor: *“uma revelação de atividades corruptas que não provoque resposta, não provoque uma condenação articulada ou reprovação, não dará origem a escândalo* (Thompson, 2002, pg. 58). Ou seja, a reprovação do ato de corrupção deve ter força suficiente para adquirir ressonância e conseguir desencadear um escândalo. É justamente por propiciar oportunidades para que as pessoas reflitam sobre considerações éticas e políticas que o escândalo se configura como uma espécie de fábula da moralidade moderna. O escândalo torna-se uma experiência midiática cuja percepção é condicionada pela maneira diferenciada de recepção.

Enquanto lutas pelo poder simbólico travadas no espaço público, os escândalos se constituem, assinala Thompson, por ações e atos de falas de indivíduos e organizações que expõem, afirmam e condenam construindo uma narrativa na qual os atributos em jogo são a reputação e a confiança. Estas não são necessariamente destruídas ou totalmente enfraquecidas, mas os escândalos têm capacidade de esvaziá-las em diferentes graus, corroendo as relações de confiança que configuram o campo político. Avaliar o impacto reputacional do escândalo depende do conjunto de características dentro das quais os mesmos acontecem.

Em síntese, Thompson conclui que o escândalo se tornou uma característica da vida social e política, sobretudo, pela transformação da natureza do espaço público e dos limites entre as esferas pública e privada. O desenvolvimento de formas midiáticas de comunicação que levou os atores políticos a agirem dentro de um ambiente informacional que é mais intenso, extenso e de difícil controle (Thompson, 2002, pg. 313). Analisar o escândalo como fenômeno, portanto, torna-se uma tarefa complexa em função de seu

componente contingencial. Afinal, a sua ocorrência depende do contexto e de um conjunto específico de circunstâncias.

A análise de Wilson Gomes (2004) sobre as transformações da política na era da comunicação de massa apresenta subsídios para a compressão do campo de visibilidade. O campo jornalístico controla a esfera de visibilidade pública ao passo que o político produz fatos e mensagens capazes de superar filtros selecionadores para chegar à esfera midiática de visibilidade. A opinião pública passa a ser opinião pública produzida profissionalmente através de fluxos de comunicação destinados à audiência e, portanto, formada longe da discussão de públicos de cidadãos. A política, segundo o autor, teria se apropriado dos recursos do campo da Comunicação para agir na esfera midiática. A hipótese em deste paper é que o agente privado – no caso, a Odebrecht – apreende tanto as lógicas do campo político, para gestão de seus negócios, e do comunicacional para gerenciamento de sua reputação junto à imprensa e opinião pública.

De acordo com Gomes, há uma política em cena que chega ao público, objeto das práticas de política midiática. Nas ações tomadas publicamente há sempre embutido um cálculo de custo e benefício que fundamenta as negociações (e formas de composição de poder no interior do jogo de forças políticas), levando em consideração os “fatores de publicidade” junto à esfera civil e à esfera de visibilidade pública. O autor sugere que o exame da relação entre os domínios da política, da comunicação e dos negócios privados tem fortes conexões com outros âmbitos da sociedade. E, diante disso, política, comunicação de massa e a esfera dos interesses econômicos convivem, sob tensão, apesar de acomodadas como forças ao redor da política midiática.

No jogo da imagem pública, construção, tratamento, gerenciamento, exposição e circulação das imagens públicas fazem parte de um contexto em que a imposição da imagem se encontra em um ambiente extremamente competitivo e de alta disputa. Criar uma imagem não é apenas construir uma imagem, mas organizar os materiais de tal arte que o público a produza.

Construir é fazer construir. O criador de imagens, na verdade, produz apenas discursos e expressões caracterizadoras, que pode realizar na recepção as concepções caracterizadoras que constituem a imagem. São basicamente três os materiais com que se lida na engenharia de imagem pública: mensagens, fatos e configurações significativas (Gomes, 2004, 268).

A produção de imagem depende de um trânsito complexo e com muitos interventores. Essa rede sofisticada visa configurar opiniões e disposições afetivas a respeito de determinados sujeitos. É nesta complexa rede que se busca entender como empresas do segmento de construção civil, a despeito de sucessivos escândalos de corrupção, articulam essa engenharia de imagem pública.

3. Construção civil, mídia e política: os meandros do poder

O grande poder econômico e político das empresas de engenharia e construção no Brasil foi o tema de estudo do historiador Pedro Campos (2015). O autor aponta a ascensão extremamente acelerada ao longo do século XX dessas companhias, destacando como pontos altos da expansão três grandes marcos: o período Kubitschek (1956-1961), a ditadura civil-militar (1964-1988) e as políticas neoliberais adotadas a partir de 1990. As políticas de privatizações e concessões implementadas permitiram ainda que empresas do setor capitaneassem, desde então, a gestão de serviços públicos.

Campos (2015) traz importantes elementos à discussão no que diz respeito à mídia ao detalhar como interesses empresariais do setor de construção civil condicionavam reportagens, notícias e editoriais, servindo à estratégia das companhias de usar a imprensa para atingir determinados fins. Ao recuperar o depoimento do jornalista Jorge Ferreira, reproduzido abaixo, o autor mostra como a promoção política de alguns administradores passava por matérias pagas pelos empreiteiros em veículos de comunicação.

Eu bebia com o Jânio desde que ele era vereador, era amigo dele, até onde o Jânio pode ser amigo de alguém. Aí, veio o Jânio prefeito, o Jânio governador. A gente precisava mostrar que o Jânio sabia gerenciar. Só que custava 20%. Quem dava o dinheiro eram os empreiteiros. Alguém do governo chegava na Camargo Corrêa e dizia: ‘arranja aí dez mil-réis para sair uma reportagem em O Cruzeiro’.
(Campos, 2015, pg. 239)

De acordo com o jornalista citado por Campos, a estratégia também foi usada para divulgar as obras das administrações de Eliseu Resende, Mário Andreazza, Adhemar de Barros, Juscelino Kubitschek e Israel Pinheiro. Os empresários da construção civil, por sua vez, também buscam influir na imprensa para pressionar por obras ou pagamentos de débitos de governo. O autor registra o aumento da influência dos empreiteiros na linha de importantes jornais a partir das obras do governo Kubitschek, tendo como fonte historiográfica a autobiografia do jornalista Samuel Wainer, fundador do jornal *Última Hora* (1951-1971). É um relato preciso.

Nos anos 50, os barões do café foram substituídos pelos grandes empreiteiros. Especialmente nos anos JK, quando começou a era das obras portentosas, os empresários do ramo compreenderam que valia a pena contar com jornais amigos; com a cumplicidade da imprensa, seria sempre mais fácil conseguir obras sem o ritual das concorrências públicas. Seria mais fácil também receber do governo – um mal pagador crônico – o dinheiro a que tinham direito pelas obras executadas. Feitas tais constatações, logo se forjaram sociedades semiclandestinas bastante rentáveis.

Assis Chateaubriand, por exemplo, costumava procurar pessoalmente ministros de Estado, ou mesmo o presidente da República, para solicitar que um trecho de uma determinada obra – uma rodovia ou hidrelétrica – fosse entregue a esta ou àquela construtora. Ficava claro que, se o pleito não fosse atendido, a ira do jornal desabaria sobre o autor da recusa. Era melhor, portanto, atender o pedido. Feito o acerto, as empreiteiras premiadas presenteavam o emissário com 10% do total da quantia orçada para a obra. (...) De quebra, os meios de comunicação faziam vista grossa para a irresponsabilidade das empreiteiras, que utilizavam material de segunda ordem, fraudavam cálculos e montavam orçamentos fictícios. (APUD Campos, 2015, pg. 241)

Campos aponta os empresários do setor de comunicação como mediadores da relação estabelecida entre empreiteiros e altos funcionários do aparato estatal. A argumentação conclui que o uso da imprensa de maneira pontual e instrumental pelos empresários do setor de construção civil evoluiu, em especial no período da ditadura, para formas mais sofisticadas de atuação. A ditadura militar foi responsável pelo reposicionamento político dos empresários de construção garantindo que o segmento estabelecesse formas mais poderosas de influência política (Campos, 2015, pg. 248).

Dentre essas formas mais sofisticadas de atuação das empreiteiras, em uma comunicação apresentada durante um seminário de pesquisa, Campos (2015) traz outro exemplo ilustrativo para detalhar a influência dessas empresas nos rumos políticos do país. O autor recupera a primeira entrevista de Emílio Odebrecht⁹ à imprensa, concedida ao Jornal do Brasil, em 24 de maio de 1992. O executivo que na época comandava a empresa tentava explicar a atuação da empresa diante das acusações de contribuir com o esquema de corrupção de Paulo César Farias durante o governo Collor. Questionado se já havia subornado alguém, respondeu:

Emílio Odebrecht – Essa é a pergunta que... primeiro vamos analisar o que é subornar... (...) Então, o que é hoje a corrupção nesse país? Eu

⁹ Foi sucedido na direção da empresa pelo filho Marcelo Odebrecht em 2008. Voltou a ter participação mais direta na gestão da companhia quando o sucessor foi preso, em 2015, como um dos desdobramentos da operação Lava Jato.

acho que a sociedade toda é corrompida e ela corrompe. Hoje para o sujeito resolver alguma coisa, para sair de uma fila do INPS, encontra os seus artifícios de amizade, de um presente ou de um favor. Isso é considerado um processo de suborno. O suborno não é um problema de valor, é a relação estabelecida. (APUD Campos, 2015, pg.28)

Nessa mesma entrevista, Emílio Odebrecht justifica as ações do grupo empresarial alegando que “era a forma como as coisas funcionavam”, assumindo como agia para que um determinado “processo [não] durma na mesa”. O trecho transcrito acima permite compreender o quanto a análise qualitativa das matérias e reportagens pode indicar como o fenômeno da corrupção foi compreendido e narrado pela imprensa ao longo dos anos. Entender o escândalo na narrativa midiática a partir desse recorte ao longo do tempo é identificar eventuais rupturas e permanências na relação da imprensa e seus atores com esses grandes grupos empresariais.

4. Procedimentos metodológicos: coleta e análise de dados

Como primeira etapa da pesquisa, realizou-se o levantamento quantitativo nos sites dos acervos digitalizados dos jornais O Globo e Estado de S. Paulo utilizando como palavras-chave “Odebrecht” e “corrupção”, no período de 1944, quando a empresa foi fundada, até 2015. Os dois jornais foram escolhidos porque seus acervos estão disponíveis para acesso mediante assinatura dos veículos.

Os resultados quantitativos apontam que a primeira metade da década de 2010 supera os totais de décadas anteriores (626 x 624). O acompanhamento da história recente do país permite auferir o impacto da operação Lava Jato na cobertura dos referidos jornais. Da data de fundação da empresa, em 1944, até 1972 não há na mídia uma única ocorrência que associa a empresa à corrupção. Há tendência de crescimento a partir de 1970 com pico em 1990, leve queda nos anos 2000 em relação à década anterior e novamente uma grande elevação a na primeira metade da década de 2010. A data de corte foi dezembro de 2015.

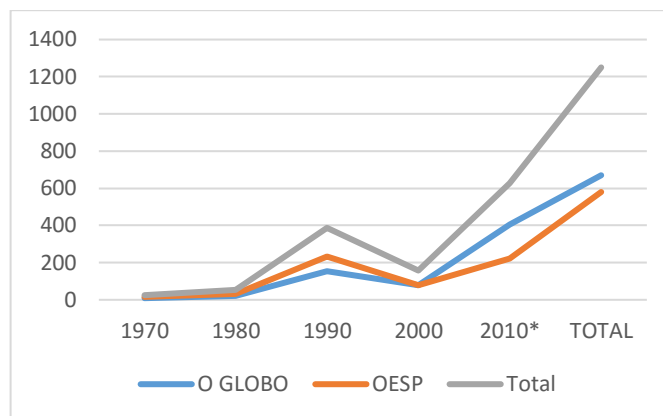
Tabela 1 – Quantidade de matérias - Odebrecht e corrupção

| DÉCADA | O GLOBO | OESP | Total |
|--------|---------|------|-------|
| 1970 | 9 | 16 | 25 |
| 1980 | 22 | 32 | 54 |
| 1990 | 155 | 231 | 386 |

| | | | |
|-------|-----|-----|------|
| 2000 | 80 | 79 | 159 |
| 2010* | 404 | 222 | 626 |
| TOTAL | 670 | 580 | 1250 |

Fonte: autora

Figura 1 – Quantidade de matérias - Odebrecht e corrupção de 1970 a 2015



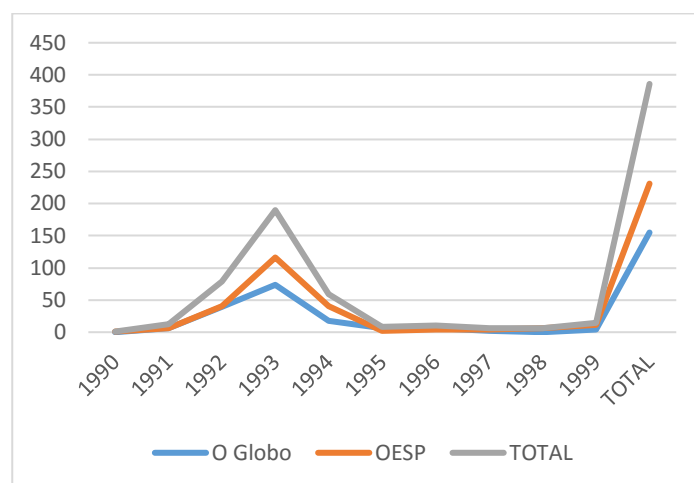
Na análise do gráfico chama atenção o pico na década de 1990 com uma leve queda na década seguinte. Como se pode observar, o alto crescimento a partir de 2010 é representativo dos efeitos da operação Lava Jato, apontando como a cobertura midiática tem cada vez mais associado de forma direta Odebrecht com o termo corrupção. Para compreender o comportamento do gráfico e buscar as razões para o fenômeno em 1990, detalha-se na tabela e no gráfico a quantidade de matérias e reportagens por ano.

Tabela 2 – Quantidade de matérias - Odebrecht e corrupção na década de 1990

| ANO | O Globo | OESP | TOTAL |
|-------|---------|------|-------|
| 1990 | 0 | 1 | 1 |
| 1991 | 6 | 6 | 12 |
| 1992 | 39 | 40 | 79 |
| 1993 | 74 | 116 | 190 |
| 1994 | 18 | 41 | 59 |
| 1995 | 6 | 2 | 8 |
| 1996 | 6 | 4 | 10 |
| 1997 | 2 | 4 | 6 |
| 1998 | 0 | 6 | 6 |
| 1999 | 4 | 11 | 15 |
| TOTAL | 155 | 231 | 386 |

Fonte: autora

Figura 2 – Quantidade de matérias - Odebrecht e corrupção de 1990 a 1999



É possível perceber a concentração de matérias nos anos de 1992 e 1993. Em 1992, os dados indicam a associação com os escândalos de corrupção que culminaram com o impeachment do então presidente Fernando Collor de Mello e, posteriormente, com a Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) do Orçamento, que revelou o escândalo dos “Anões do Orçamento”, conhecido desta forma por envolver, sobretudo, deputados de pequenos partidos. No esquema, os parlamentares faziam emendas no orçamento com direcionamento de recursos para entidades filantrópicas ou laranjas e inclusão de grandes obras destinadas para a empreiteiras que pagavam propinas aos deputados.

Embora o jornal Folha de S.Paulo não seja objeto da análise quantitativa, o obituário do fundador da empresa Noberto Odebrecht, publicado no periódico em 19 de julho de 2014¹⁰, é ilustrativo ao rememorar esses dois episódios que marcaram a reputação da empreiteira na década de 1990. O jornal relembra que a Odebrecht teria contribuído para o esquema do tesoureiro PC Farias e foi acusada de manipular concorrências e a gestão do orçamento. Na época, o então senador e relator da CPI, José Paulo Bisol, chegou a afirmar que a Odebrecht dirigia um cartel de corrupção das empreiteiras e que era um Estado paralelo e secreto¹¹. A companhia reagiu classificando as acusações como levianas. Outra declaração célebre do falecido foi a resposta à pergunta se algum funcionário tinha cometido irregularidades. À qual, ele respondeu: “Se

¹⁰Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2014/07/1488680-norberto-odebrecht-aproveitou-as-privatizacoes-e-encarou-escandalos.shtml>, acesso em 17 de novembro de 2016.

¹¹ “Não é um poder paralelo. É superior. O Estado brasileiro é instrumento nas mãos dele”. Aspas de Bisol, de acordo com os jornais da época. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/1/27/brasil/38.html>, acesso em 17 de novembro de 2016.

cometeu, é porque foi forçado por aquele que ele tem satisfazer [o cliente], quase sempre o governo”.

A frase acima ilustra o agente privado como uma espécie de vítima do modelo existente. Ainda, assim, as práticas e as estratégias empresariais da Odebrecht caminharam, de um modo geral, *pari passu* ao Estado, sobretudo, se considerarmos os escândalos mais recentes que envolvem a empresa na operação Lava Jato. Se, por um lado, em muitos momentos, a Odebrecht sempre foi retratada como próxima a governos, passando por diferentes crises políticas e econômicas, por outro, em tantas outras ocasiões a empresa foi apontada pela imprensa pelo êxito na gestão dos negócios, tornando-se uma das maiores multinacionais brasileiras em atuação. Avaliar os discursos produzidos pela Odebrecht, enquanto agente econômico privado, na imprensa, ajudará a aprofundar a discussão e compreender melhor a narrativa empresarial construída junto à mídia. Trata-se da compreensão de um jogo complexo de tensões e apoios recíprocos estabelecidos entre três atores: mídia, agentes econômicos e agentes políticos.

5. Considerações finais

A despeito de sucessivos e crescentes escândalos de corrupção, o setor de construção civil se expandiu, fortaleceu e diversificou suas áreas de atuação, formando grandes conglomerados econômicos, independentemente das denúncias de corrupção. A expectativa é que, em etapa qualitativa subsequente da pesquisa, seja possível entender melhor a emergência deste tipo de escândalo e a forma pela qual os mesmos foram narrados ao longo do tempo. A hipótese é que os agentes privados apreendem e adotam as lógicas inerentes ao campo político tanto para gerir sua atuação quanto a reputação junto à imprensa e a opinião pública.

Identificar narrativas e dramaturgias próprias dos campos político e comunicacional apropriadas pelos agentes econômicos envolvidos nos escândalos de corrupção ajuda a compreender sua atuação nesta esfera de visibilidade pública. O que está em cena são as negociações de sentido, o jogo de transações e as narrativas para gerar um convencimento discursivo da opinião pública.

Se por um lado, o jornal (enquanto produto) tem nos escândalos políticos envolvendo essas empresas um forte apelo de noticiabilidade, por outro, os segmentos econômicos denunciados passam a enfrentar uma grave crise de reputação junto à opinião pública,

repercutindo nos negócios. As empresas não desejam visibilidade aos seus atos e práticas. A regra popular do “falem mal, mas falem de mim” não se aplica. Trata-se de pensar os impactos na reputação corporativa das companhias para entender os meios pelos quais as empresas estruturam suas narrativas quando expostas à crise para posteriormente tentarem restaurar a confiança perante a sociedade e, em especial, do mercado.

Os escândalos são potenciais esvaziadores de reputação e confiança. A conquista da reputação é um processo de longo prazo. Conseguir o reconhecimento de outros de forma estável depende da construção de uma rede e das apreciações dos outros, em especial, a imprensa. Portanto, ela é intrinsecamente contestável e frágil, estando sempre aberta a disputa ou desacordo. A reputação pode ser rapidamente esgotada pelo mau uso. Uma vez perdida, é muito mais complexo recuperá-la. Nas palavras de Thompson, “*a reputação pode ser, em algumas circunstâncias, um recurso não-renovável*”. (Thompson, 202, 298).

Gerir adequadamente a narrativa junto à opinião pública é central. As empresas devem minimizar danos à imagem desta exposição não requerida para garantir a permanência dos negócios no longo prazo e a sobrevivência das organizações. Ao passo que as empresas jornalísticas precisam manter, sobretudo, em escândalos longos, um permanente grau interesse para ter atenção de suas audiências. A mídia não cria a corrupção, mas estabelece um discurso sobre esta prática, fruto da investigação jornalística ou da prática do mero denunciismo. Pensar essa questão no que diz respeito às empreiteiras no Brasil apresenta diferentes níveis de complexidade. Não se trata apenas de um escândalo político. É todo um segmento econômico com profundas conexões políticas na berlinda da opinião pública.

Referências:

ALDE, A.; VASCONCELLOS, F. **Ao Vivo de Brasília: Escândalo Político, Oportunismo Midiático e Circulação de Notícias**. Revista de Ciências Sociais (Fortaleza), v. 39, p. 61-69, 2008.

CAMPOS, Pedro Henrique Pedreira. **Estranhas Catedrais: as empreiteiras brasileiras e a ditadura civil-militar, 1964-1988**. Editora da UFF: 2014.

GOMES, Wilson. **Transformações da Política na Era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

THOMPSON, John. **O Escândalo Político. Poder e visibilidade na era da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2002.

Flávia Thaís Sobrinho Souza Dias
Mestranda do PPGCOM, na Universidade Federal do Rio de Janeiro.

PERFORMANCES FEMININAS NAS FANFARRAS DE RUA CARIOCA
Artigo aprovado no G5 – Comunicação e Política

Rio de Janeiro
2016

Performances Femininas nas Fanfarras de Rua Carioca¹

Flávia Thaís Sobrinho Souza Dias²

Resumo

Apesar dos avanços sociais das últimas décadas, as mulheres seguem desempenhando um papel de menor destaque na sociedade, sofrendo vários preconceitos sociais. O feminismo no Brasil tem um histórico de lutas por cidadania e liberdade que vem ganhando um novo impulso. Apesar dessa luta, um dos universos que ainda é pouco acessível às mulheres é o das fanfarras. Assim, o presente artigo buscou analisar as representações femininas na música e na performance do carnaval carioca. O trabalho foi desenvolvido com o bloco Mulheres Rodadas e a banda Damas de Ferro, que se destacam no contexto das fanfarras cariocas. A análise de uma perspectiva sócio comunicacional buscou problematizar de que forma as questões de gênero emergem como performatividade nesses blocos de fanfarras.

Palavras-chave: Feminismo; Música; Fanfarra; Gênero

1. Introdução

Nos últimos anos, o Brasil tem passado por grandes momentos de manifestações populares políticas e socioculturais. A população quer poder de fala diante das atitudes do Governo e ir além dos votos nas urnas. Dentre muitos assuntos que estão em sendo discutidos pela sociedade, está o feminismo.

O papel exercido pela mulher na sociedade vem sendo contestado durante muitas décadas. O movimento feminista surgiu no início do século XIX reivindicando o direito da mulher enquanto cidadã. Depois a segunda onda feminista apareceu nos anos 50, lutando pela valorização do trabalho e contra ditadura militar. Até então as causas eram abrangentes e visavam justiça e igualdade perante o modo binário homem / mulher. Na década 70, inicia a terceira onda que está preocupada com a liberdade sexual feminina.

¹ Trabalho apresentado no XIII Póscom, de 23 a 25 de novembro de 2016, no GT 5 – Comunicação e Política.

² Mestrando em Comunicação e Cultura, na Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: flaviadiass@gmail.com.

Na década de 90, o entendimento sobre feminismo começou a mudar e se discute micropolítica, tratando necessidades específicas de classe, raça e gênero. O discurso não é mais abrangente e universal, mas tem diferentes vertentes de acordo com a demanda de cada grupo de mulheres que se identifica como classe baixa ou média, negra ou branca e o debate de gênero.

A discussão sobre o feminino, o “ser mulher” tem se intensificado e mulheres comuns que saíram as ruas porque não querem mais ser marginalizadas pela sociedade. A luta agora é pela possibilidade de cada uma “fazer escolhas” e não apenas seguir regras éticas ou morais estabelecidas. Campanhas na internet denunciam assédios e estupros em vias públicas, passeatas e manifestações pedem a legalização do aborto, redes sociais denunciam atitudes machistas no cotidiano de cada um.

Fala-se do empoderamento feminino que visa o controle da própria vida e escolhas por meio da autorrealização (Cornwall, 2013). A luta extrapola a igualdade de direitos civis, mas também tenta modificar o olhar de sociedade patriarcal e machista, na qual a mulher é constantemente julgada pelo Estado, família, religião ou outras pessoas.

Na nova onda pós-feministas (Cornwall, 2013; Butler, 2003, 2002; Louro, 2006), as manifestações ocorrem de diversas formas: campanhas nas redes sociais, grupos na internet, encontros presenciais, manifestações artísticas, etc. No Rio de Janeiro, é comum encontrar grupos ativista de diversas áreas que buscam a arte como forma de expressão.

A ocupação da ruas, típica da vida carioca, é utilizada como palco para propagação de ideias e mobilização de representações. Neste cenário de acontecimentos, destacam-se: banda de fanfarra Damas de Ferro e bloco de carnaval Mulheres Rodadas.

Os dois grupos serão utilizados como objeto dessa pesquisa, visto que se destacam pela representação feminina através da música, na cidade do Rio de Janeiro. Ambos são formados por mulheres instrumentistas, que viram na música uma forma de expressão de suas opiniões, e atuam no ritmo de fanfarras, ambiente predominantemente masculino.

Para compreender essas relações e a performática feminina no universo das fanfarras foram utilizados recursos da comunicação e da sociologia da cultura, atrelado aos recursos da história oral. Portanto, a pesquisa realizada foi sócio comunicacional, com técnicas de pesquisas como revisão bibliográfica, observação de campo e entrevistas em profundidade.

Dessa forma, a presente pesquisa pretende analisar de que forma o feminino aparece como performance comunicacional nos blocos de fanfarras carioca e como se dá a dimensão político-social do feminismo nesses espaços. Além disso, é importante tratar

dos trabalhos desenvolvidos por esses dois objetos e da posição das mulheres dentro das fanfarras. Assim também como é relevante o debate sobre a arte como possibilidade transgressora dos padrões da sociedade e da luta através da música e performance.

O trabalho é importante para área de comunicação pois busca retratar a nova onda pós-feministas e suas manifestações na cidade do Rio de Janeiro, abordando a arte como uma forma de comunicação e manifesto. Além disso, destaca a música e o corpo como poder de expressão dessas mulheres (SIQUEIRA; ALVES, 2008), tornando-os instrumentos para o discurso feminino.

Outro aspecto fundamental é a ocupação de praças e ruas para manifestações e mobilizações em prol do feminino, utilizando o ativismo musical (HERSCHMANN, 2014) já frequente na cidade. As ruas tornam-se palco de performances artística, despertando a consciência da população e propagando uma mensagem político-social.

2. Mulheres de destaque

Os grupos escolhidos como objetos de estudo surgiram há menos de cinco anos, portanto fazem parte do neofanfarrismo da cidade. Ambos nasceram com intuito de ser uma fanfarra com destaque para a mulher seja na atuação ou em suas pautas. Durante a pesquisa, observou-se que as participantes são, em maioria, de classe média e possuem de 19 a 46 anos. Muitas começaram a tocar instrumentos em outras fanfarras como Orquestra Voadora e Boi Tolo.

As fanfarras Damas de Ferro e Mulheres Rodadas atuam durante o carnaval carioca, fazendo cortejo ou somando com outras fanfarras. Elas também estão presentes em manifestações feministas em forma de apoio e representatividade na luta contra o machismo. As participantes de ambos grupos são bastante engajadas nas causas relativas ao feminino e querem fomentar esse protagonismo da mulher nos ambientes, até então considerados apenas masculinos.

As performances são muito presentes nessas fanfarras através das roupas, danças, teatralização ou manifestos. Nas apresentações, a caracterização é muito marcante seja nas fantasias luxuosas e sensuais da Damas de Ferro ou nas fantasias empoderadas e engraçadas do Mulheres Rodadas. O corpo é usado como instrumento de performance nas alas de danças e bambolê, além disso participantes e público escrevem frases feministas pelo corpo como forma de expressão.

A Damas de Ferro é a primeira brass band carioca formada só por musicistas profissionais ou amadoras. A banda surgiu há três anos e atualmente possui 13 integrantes

que dividem seu tempo entre a música, vida profissional e familiar. O grupo de mulheres é bastante diversificado com designers, artistas plásticas, engenheiras e cientistas sociais e possuem influências musicais diferentes, mas elas buscam mesclar as identidades pessoais de cada uma na construção de um repertório eclético com mpb, jazz, música do leste europeu, samba e rock n roll.

A ideia de ter uma banda só de mulheres foi da Carol Schavarosk, que já tocava trombone há um ano e se questionava sobre a posição das musicistas dentro das fanfarras, que eram em sua grande maioria liderada por homens. Ela participou da primeira turma de oficina da Orquestra Voadora e começou a busca por outras mulheres que tivessem interesse em formar uma banda.

O fator principal para entrar na banda não é quão bem você toca ou quanto tempo, e sim querer exercer esse papel de destaque e se comprometer com os ensaios semanais e shows. Dentre as integrantes, apenas três estudaram música na faculdade e as demais aprenderam instrumentos já adultas e inspiradas por amigos que tocavam em blocos de carnaval. Elas já frequentavam show e cortejos de fanfarras como Orquestra Voadora, mas além de ser apenas público, havia o desejo de estar no palco participando e contribuindo para música instrumental de rua.

Segundo a idealizadora, foi difícil encontrar outras meninas dispostas a entrar no projeto porque existiam poucas que sabiam tocar e que queriam estar nesse ambiente de fanfarra de rua. Vários fatores influenciam nesse processo: saber um instrumento para tocar novas músicas; estar nas ruas tocando sem segurança; sofrer julgamentos por participar do carnaval.

A banda, que começou com apenas 3 pessoas, enfrentou vários desafios como conseguir mulheres dispostas a ensaiar com frequência, elaborar arranjos para o repertório escolhido, e até mesmo comprar um instrumento sem que ninguém soubesse tocá-lo.

Além de integrantes da Damas de Ferro, as meninas são amigas e consideram a banda como um coletivo musical. Todas as decisões desde repertório até contrato de show são discutidas entre todas. Para algo ser aprovado, a maioria deve estar de acordo e não pode haver nenhuma que esteja totalmente descontente. Elas acreditam que é preciso ter a representatividade de todas.

O repertório da brass band é bem vasto e diverso, tocam desde samba, forró até rock. Para escolha das músicas, o critério utilizado é o gosto das integrantes e a montagem do arranjo. Apesar de ser uma banda feminina, não fazem restrições quanto a tocar músicas de cantores homens. Chico Buarque, Elvis Presley e Beatles estão em suas listas.

Já o bloco Mulheres Rodadas surgiu em 2015, após as manifestações indignadas sobre a foto em que um rapaz segurava um cartaz com os dizeres “Eu não mereço mulher rodada”. Logo o caso gerou muitos comentários na internet e um Tumblr foi criado, ironizando a expressão com animações e fotos de mulheres girando, acompanhadas com frases de humor. Há desde bailarinas executando belos giros até o desenho Frozen.

Na mesma linha bem-humorada, as amigas Renata Rodrigues e Débora Thomé criaram um evento no Facebook convocando “quem já rodou muito pelo carnaval, venha rodar com a gente na quarta-feira de cinzas”. O número de interessados foi crescendo e próximo ao carnaval já possuía mais de três mil pessoas confirmadas.

Preocupadas com a dimensão da brincadeira, elas chamaram alguns amigos músicos e definiram músicas relacionadas à luta contra o machismo. No dia marcado, o Largo do Machado estava lotado, reunindo cerca de duas mil pessoas. A música tema foi “A Roda”, de 1987 e outras composições que retratam empoderamento feminino.

Além da música, houve presença de pernaltas e bambolistas fazendo performance de giros e rodas coletivas. Muitas pessoas levaram cartazes com frases contra o machismo, com fotos de feministas famosas e questionando o que é ser rodada. As saias rodadas foram garantidas por mulheres e homens. Outras fantasias como mulher maravilha, princesa e encenações da famosa propaganda americana “We can do it” também estiveram presente no cortejo.

Para o desfile de 2016, os ensaios começaram em novembro de 2015. Os primeiros encontros, na praça Paris, tinham cerca de 20 pessoas presentes, sendo todos já músicos profissionais ou amadores. Os arranjos musicais foram elaborados pelos músicos Rômulo Cardoso, Richard Barros e a musicista Carina Rocha, pensando formas simplificadas já que mais músicos chegariam ao grupo próximo ao carnaval. Os ensaios eram sempre às sextas-feiras, de 19h às 22h, e os músicos se dividiam em grupos de acordo instrumento.

No início de 2016, esse grupo de músicos aumentou, atingindo até 63 pessoas que tocavam sopro (sax, trombone, trompete) e percussão (bumbo, surdo, caixa, alfaia, xequerê, agogô, ganzá). O repertório foi definido com as lideranças do bloco, que analisavam como a mulher era retratada em cada música e assim optavam pela inserção ou não. A música tema escolhida foi “A luz de Tieta” inspirada na primavera feminista e na luta das mulheres contra um projeto do Deputado Eduardo Cunha. O refrão sofreu pequenas alterações e questionava os direitos da mulher sob o próprio corpo “Eta eta eta o Eduardo Cunha quer controlar minha buceta.”.

Durante o pré-carnaval, o bloco ganhou mais integrantes que traziam trabalhos artísticos e performáticos como ala de bambolê, malabares e perna de pau. A inserção do bambolê no bloco vem para brincar com esse simbólico do “rodadas”, com coreografias que destacam ainda mais a liberdade feminina e com fantasias que representam Mulher-Maravilha, Frieda Kahlo, Madonna e outras mulheres famosas. No dia do desfile, outros artistas, em sua grande maioria mulheres, aumentaram esse grupo de bambolês, fazendo danças coletivas e individuais.

A penalta Raquel Potí esteve representando Leila Diniz, que foi homenageada pelo bloco. A artista usou uma réplica de fantasia do último desfile da atriz junto a Banda de Ipanema, em 1972. A roupa tinha estrelas cobrindo os seios e frutas na parte inferior. Na ocasião, Leila quase foi presa por atentado ao pudor porque amamentou a filha durante o cortejo e deixou os seios a amostra.

A proposta do bloco Mulheres Rodadas, não é ser composto somente por mulheres, e sim ser um espaço de expressão artístico para mulheres e levantar questionamentos e reflexões sobre o papel da mulher na sociedade. É notável que o bloco aparece nas mídias por causa do nome e de seu apelo, mas também consegue levar a outras pessoas esse deslocamento da representação da mulher nos blocos carnavalesco.

A intenção é incentivar mais mulheres a entrarem no mundo da música e se sentirem tão capazes quanto os homens de aprender instrumentos como sax, caixa, trompete e qualquer outro. Após o carnaval de 2016, o bloco criou uma oficina que ministra aulas instrumentais a baixo custo para mulheres.

A pretensão é que no próximo ano haja mais mulheres não apenas tocando instrumentos no bloco, mas em outras fanfarras também. As mulheres também podem ocupar posições de lideranças dentro das fanfarras como arranjadoras, maestrinas e comandos de alas.

3. Gênero em cena

A pós-modernidade compreende um período de mudanças políticas, econômicas e comportamentais, após os anos 60. Pode-se dizer que é uma época de reação ao que não deu certo do modernismo e representa a dissolução das fronteiras entre os povos. Ao longo dos anos, percebe-se que está acontecendo uma mudança estrutural na sociedade tornando-a descentrada, fragmentada e alterando a concepção do sujeito a partir de classe, local, gênero e etnia (HALL, 2006).

O pós-modernismo é um movimento que imita as práticas econômicas, sociais e políticas, mas com várias faces distintas. Com essas transformações e o descentramento, a identidade do indivíduo vai se tornando mais instável e o sujeito independente e auto constituído se fragmenta e desaparece devido aos processos sociais. Ao falar de centro é necessário pensar nos locais e sujeitos que estão nessa posição, que seria o homem ocidental branco, heterossexual, urbano e de classe média. Segundo Lucia Hutcheon (1991), essa posição, dita como maioria, vem sendo desafiada por inúmeros movimentos que visam as condições e papéis sociais de negros, mulheres, jovens, etnias, que estão às margens dessa sociedade e não são dominantes nas relações de poder.

Nota-se um distanciamento do que era entendido e aceito como origem e verdade universal e olha-se particularidade das várias minorias que foram marginalizadas durante todo esse tempo. Quem começa a aparecer são os sujeitos excêntricos (LOURO, 2006) que até então não eram reconhecidos como legítimos e sim como problemáticos.

Esses novos movimentos contestam as verdades tidas como absolutas pela sociedade. A posição central do sujeito é algo inventado, foi historicamente construído. Assim Michel Foucault (1979) chamava de veridicção, a verdade que é construída ao longo do tempo. Para o filósofo, do mesmo jeito que se constroem verdades, constroem-se sujeitos, a partir de discursos e práticas impostos de maneira sutil, que vão sendo aceitos como normalidades.

A partir do século XX, questiona-se temas relacionados à cultura, ciência, arte e estética, que até então eram incontestados. Para Hutcheon (1991), a nova relação de poder se dá a partir da diversidade “os negros e as feministas, os etnicistas e os gays, as culturas nativas e do “terceiro mundo” não formam movimentos monolíticos, mas constituem diversidade de reações a uma situação de marginalidades” (p. 89).

É nesse contexto pós-moderno e de boom dos movimentos sociais que desponta o feminismo. Durante décadas, grupos de mulheres vem se manifestando e questionando os seus papéis, muitas vezes submissos, na sociedade. São distintas lutas, por diversas visões e vertentes do movimento feministas. De modo geral, pode-se dizer que o objetivo é a desierarquização de gênero na sociedade, visando o fim de privilégios ou opressões.

Segundo Maria Amélia Teles (1993), as mulheres começaram a se incomodar com a posição que eram colocadas e na década de 20, surgem no Brasil as primeiras manifestações feministas que buscavam o direito ao voto e à vida pública nas cidades. A Federação Brasileira pelo Progresso Feminino brota para lutar também pelo direito ao trabalho sem autorização do marido.

A segunda onda feminista surge nos anos 50 especialmente com grupos de professoras universitárias que exigiam a valorização do trabalho feminino e lutavam contra a violência sexual. Por causa da ditadura militar formou-se o Movimento Feminino pela Anistia. Neste momento, as mulheres se articularam e criaram o jornal Brasil Mulher, que perpetuou o feminismo até a década de 80.

Antes disso, a filósofa francesa e ícone do feminismo Simone Beauvoir lançou o livro *O Segundo Sexo*, em 1949, desnaturalizando “o ser mulher”. Ela distingue o gênero do “sexo dado” (masculino e feminino), afirmando que há uma dissociação e não seria possível atribuir valores e comportamentos sociais de acordo apenas com o sexo. Essa seria a base da política feminista: dissociação de sexo e gênero, lutando pelos direitos civis e liberdade social das mulheres.

No entanto, a partir da década de 90 a discussão volta-se para a micropolítica, revelando diversas lutas distintas dentro do movimento feminista e não o concebendo mais como universal. O novo grupo da terceira onda entende que essa luta é maior, porém mais específicas. Engloba e também divide mulheres negras, brancas e índias; de classe média ou baixa; de regiões norte ao sul; de culturas conservadoras e contemporâneas.

Outra filósofa, Judith Butler (2003), fomenta mais essas críticas, questionando o conceito de mulher como único sujeito do feminismo. Ela propõe uma constituição do sujeito que não exige uma identificação no modelo binário (homem / mulher). Dessa forma, sua obra é uma tentativa de desnaturalizar o gênero. A ideia é um rompimento com a anatomia do corpo que não seria o sexo dado e também não limita o gênero. Sexo e gênero são intercambiáveis para Butler, pois ambos estão imbricados nas marcas dos construtos sociais. Admitir a existência do gênero seria consentir com as normas culturais impostas para cada corpo na sociedade.

A representação política é fundamental nas frentes de luta e por isso Butler questiona o sujeito feminino que será exposto. Assim seria necessário transgredir essa representação e, por exemplos transexuais estariam inclusos nessa luta feminista. Se o gênero está relacionado a performance e não ao “sexo dado” ou à cultura, o sujeito feminismo é mais amplo do que “mulheres”.

Nesse caso, o entendimento do sujeito se dá pela identificação atrelada a fantasia, implicando na prática da liberdade e gerando inúmeras identificações de gêneros, denominados por Butler de paródicos. Dessa forma, a relação sujeito-sociedade é mutuamente ativa, mas está presa pela organização de regras e leis sociais. Essa é chamada performatividade, na qual é impossível sofrer os discursos de gênero fora do

discurso já que é o próprio discurso que imprime o gênero. Para a autora, os corpos passaram a ser vítimas da generificação. Deve-se entender “a performatividade não como ato pelo qual o sujeito traz à existência aquilo que ela ou ele nomeia, mas, ao invés disso, como aquele poder reiterativo do discurso para produzir os fenômenos que ele regula e constrange” (BUTLER, 2001, p. 155).

Existem múltiplas formas “de ser”, mesmo que não haja classificação ou compreensão social. É necessário romper com as categorias pré-estabelecidas para dar espaço ao singular, sendo qualquer ser humano. A aceitação do papel social feminino mudou e a forma de se comunicar também

As ideias surgem a partir de algum acontecimento ou dado recolhido e são fomentadas por ONG's, instituições, grupos de mulheres e até mesmo entre amigas como foi o início do bloco Mulheres Rodadas e da fanfarra Damas de Ferro. O objetivo é levantar um debate sobre essas temáticas e mobilizar as mulheres em lutas.

Desde suas criações, tanto Damas de Ferro, quanto Mulheres Rodadas possuem um discurso voltado ao ativismo musical de rua (HERSCHMANN, 2010 e 2011). Esse tipo de manifestação visa a ocupação democrática do espaço urbano com música e manifestações artística, trazendo embutido um discurso em defesa de suas causas. Essas práticas musicais são iniciativas para “um caminho alternativo para que alguns jovens possam encontrar (...) formas para dar vazão a um conjunto de insatisfações e demandas bastante presentes no cotidiano” (HERSCHMANN; FERNANDES, 2014, p. 32).

Além da música, o contexto e os atores, há outro fator fundamental para que esse movimento dê certo: a experiência. A presença física e a participação seja cantando com o grupo, dançando, carregando placas de protesto ou humor, usando roupas específicas é de suma importância para se sentir integrado no grupo e na luta pelo feminismo. O simples fato de ambos objetos tocarem músicas que tratam sobre mulheres já é uma forma de discutir o assunto e colocá-lo em pauta seja para autorreflexão ou para mídia. Nesse caso, a produção sonora e a performance são os elementos principais que levam a experimentação a cada ato, garantindo a atenção e o engajamento do público, seja ele participante ou não.

Antes de mais nada, performance é uma expressão cênica, ou seja, é necessário estar acontecendo algo naquele momento e naquele lugar, diretamente ligada com a arte. Renato Cohen (2007) classifica-a como uma linguagem híbrida, estando no limite entre as artes plásticas e as artes cênicas. Possui características de origem da primeira e de finalidade da segunda. O artista é uma espécie de relator do tempo, no qual vive, que tem “condição de captar e transmitir aquilo que todos estão sentindo mas não conseguem

materializar” (p. 87). É função do atuante apreender informações explícitas e implícitas, codificá-las e repassar a mensagem ao público através da arte.

Para Cohen (2007), performance é uma free art, com sustentação no live art. O fio condutor é o ritual, construído a partir de idiossincrasias, que são as habilidades próprias, uma marca pessoal ou de grupo. As técnicas utilizadas são a livre-associação, indeterminação e uso livre de objetos, espaço e tempo. A ênfase maior é no discurso poético que no caso dos objetos de estudo seria a música.

Já Paul Zumthor (2000) acredita que a performance é um fenômeno que sai do contexto ao mesmo tempo que sempre encontra lugar nele, ultrapassando o andamento comum dos acontecimentos. É também o reconhecimento, pois realiza, concretiza e move algo que reconhece, da virtualidade para a atualidade, modificando o conhecimento.

A relação entre o contexto social que está inserido e a experiência vivida pelo indivíduo é a base para construção de significados. A história, a melodia e os novos arranjos das canções possuem um significado maior porque relacionam com a transmutação da condição social feminina. Não são apenas músicas escolhidas, mas transmitem uma mensagem política e são incorporadas de manifesto para conscientização de mulheres e homens. A “brincadeira” com o termo Mulheres Rodadas é uma proposta de humor para, na verdade, questionar o que seria “rodada” e encorajar cada mulher a assumir sua condição e liberdade sexual.

Partindo do pensamento que a política se faz presente em cada ação do homem e a arte (leia-se especificamente a música) está em cada cotidiano, logo a arte também é considerada política. Esses artistas podem ou não “levantar a bandeira” de alguma causa, mas ao fazê-lo de forma comunicacional e persistente são “capazes de intervir na sociedade e transformá-la naquela que desejamos” (BOAL, 2003, p. 156)

4. Conclusão

Desde suas criações, tanto Damas de Ferro, quanto Mulheres Rodadas possuem um discurso voltado a ocupação democrática do espaço urbano com música e manifestações artística, trazendo embutido um discurso em defesa de suas causas. Além da música, o contexto e os atores, há outro fator fundamental para que esse movimento dê certo: a experiência. Em cada cortejo realizado, o processo de construção e a participação da comunidade se mostram mais importantes do que o resultado. O espetáculo performático consegue transformar, mesmo que momentaneamente, aquele

espaço onde acontece e aproximar-se do público- participante, envolvendo-o na dança e na causa.

A arte política é questionadora, conscientizada e visa mudanças sócias, não apenas produtos estéticos ou apreciadores, mas para despertar o olhar para as questões de direitos sociais, políticos e civis de um grupo específico ou toda sociedade. Os grupos usam as práticas instrumentais e sonoras como potencial para debater o pós-feminismo e a condição do feminino dentro e fora do universo de carnaval carioca.

Em meio a tantos debates, a presente pesquisa constatou que a banda Damas de Ferro e o bloco Mulheres Rodadas são espaços de representação feminina nas fanfarras cariocas, que visam o protagonismo da mulher na música ou dança, repassando mensagens da luta feminista. Além disso, a partir de entrevistas em outras fanfarras e oficinas musicais, percebe-se que ambos objetos exercem um papel de incentivadoras para novas mulheres no meio musical.

Referências

- BOAL, Augusto. *O teatro como arte marcial*. Rio de Janeiro: Garamond, 2003.
- BOURDIEU, Pierre. Espaço social e poder simbólico. In: BOURDIEU, P. *Coisas ditas*. SP: Brasiliense, 2004.
- BUTLER, Judith. *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del sexo*. Buenos Aires: Paidós. 2002
- BUTLER, Judith. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- COHEN, Renato. *Performance como linguagem*. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- CORNWALL, Andrea. *Trilhas do empoderamento de mulheres*. Revista Feminismos, Salvador, v. 1, n. 2, 1 maio/2013. Disponível em: <http://www.feminismos.neim.ufba.br/index.php/revista/article/view/49>. Acesso em: 27/12/2015
- FERNANDES, C. S.; MAIA, J.; HERSCHMANN, M. *Comunicações e Territorialidades: Rio de Janeiro em Cena*. 1. ed. Guararema, SP: Anadarco, 2012.
- FERNANDES, Cíntia S. “Musicabilidade e sociabilidade: o samba e choro nas ruas-galerias do centro do Rio de Janeiro”. In: HERSCHMANN, Micael (org.). *Nas bordas e fora do mainstream*. São Paulo: Editora Estação das Letras e das Cores, 2011.

FERNANDES, Cíntia SanMartin. *Territorialidades nômades*: Comunicação, moda e música no Rio de Janeiro. Revista Eco Pós, Rio de Janeiro, v. 16, n. 3, p.4-18, 2013. Rio de Janeiro.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. 11. ed. Rj: Dpca, 2006.

HERSCHMANN, M.; FERNANDES, C. S. *Ativismo musical nas ruas do Rio de Janeiro*. IN: Encontro Anual da Compós, 23, 2014, Belém.

HERSCHMANN, Micael; FERNANDES, Cintia Sanmartin. *Música nas ruas do Rio de Janeiro*. São Paulo: Intercom, 2014.

HUTCHEON, Linda. *Poética do pós-modernismo*. Rio de Janeiro: Imago, 1991.

LOURO, Guacira Lopes. *Feminilidades na pós-modernidade*. 2006. Disponível em: <http://www.labrys.net.br/labrys10/riogrande/guacira.htm>. Acesso em: 23/12/2015

LOURO, Guacira. *O corpo educado: pedagogias da sexualidade*. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

SIQUEIRA, Denise da Costa de Oliveira; ALVES, Roberta de Souza Arcoverde. *Corpos, utopias*: Dança e teatro como alternativas de comunicação e cidadania. Em questão, Porto Alegre, v. 14, n. 1, p. 63-77. junho/2008.

TELES, Maria Amélia de Almeida. *Breve história do feminismo no Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1993.

ZUMTHOR, Paul. *Performance, recepção e leitura*. São Paulo: EDUC, 2000.

A subversão da “mulher” no feminismo

Uma análise crítica sobre a luta feminista presentificada em redes digitais¹

Jéssica Oliveira Pereira²

Resumo

Amparada nos estudos de Judith Butler (2015), este trabalho tem como objetivo analisar criticamente quais as noções de gênero que operam em páginas feministas no *Facebook*, a saber, as *fan pages*. São analisadas postagens que se contrapõem em relação ao assunto, com o não acolhimento de pessoas trans no movimento feminista, em contraponto a outras que, por exemplo, tem uma abordagem oposta. Os resultados apontam para um entrave que persiste na teoria feminista, no que diz respeito à “mulher”, justamente pelo caráter substancial do termo, que ainda não se tange por uma ideia de um “feminino” mais abrangente. Conclui-se, portanto, que a própria noção de “mulher” deve ser subvertida para que a teoria feminista se desenvolva de forma mais fecunda, não apenas no que diz respeito aos engajamentos operacionais da representação, mas também ao que diz respeito à uma mudança mais profunda da linguagem, de caráter normativo e emancipatório.

Palavras-chave: Gênero; Feminismo radical; Feminismo interseccional; Transfeminismo; Mulher.

1. Os feminismos em rede

“A revolução será feminista ou não será.” Assim se apresenta uma página (*fan page*) no *Facebook* intitulada “Feministas Revolucionárias” – uma das mais de 80 já encontradas com a temática feminista na rede digital. Com mais de 630 mil “curtidas”³, a publicação representa o alcance das práticas feministas em redes digitais. Suas publicações são compartilhadas também em quantidade abrangente (apesar dos esforços

¹ Trabalho apresentado no XIII Póscom, de 23 a 25 de novembro de 2016, no GT Comunicação & Política.

² Mestranda em Comunicação e Semiótica – PUC/SP. E-mail: jessicaoliveirapjw@gmail.com

³ A “curtida” ou *like* é a opção dada pelo *Facebook* para que os usuários possam acompanhar o *feed* da página. Ao curtir uma página, a usuária recebe as postagens da *fan page* na sua própria *timeline*.

de *softwares* diversos para contabilizar *posts* e compartilhamentos, os números sempre são mais amplos do que parecem ser, pois a rede possibilita inúmeras formas de distribuição de conteúdo que fogem a um controle imediato.)

“Não me Kahlo”⁴, “Ventre Feminista”⁵, “Blogueiras Feministas”⁶, são outras dessas páginas com maior destaque que não estão no *Facebook* à toa – não seria uma retomada do debate feminista, pois estes se mantiveram em diversos formatos em diferentes momentos históricos após sua inauguração a partir do século XVII, mas sim uma intensificação desse debate, ancorada nas peculiaridades e facilidades que a internet dispõe a favor do movimento e de qualquer conversação com propensão a ser em rede. Após a interatividade concebida no contexto da internet, o digital se mostrou como inserida numa esfera da realidade e assim, componente e estruturador de um espaço público que não mais dialoga apenas com culturas do espaço territorial, mas que dialoga de forma decisiva com uma cultura que se dá em um ciberespaço – a cibercultura (LEMOS, 2013).

Assim, vale destacar como a rede digital *Facebook* tem sido cada vez mais destacada no processo comunicacional. É de uso massivo⁷, permite um diálogo constante, além da superação dos limites físicos para a troca de saberes – o que aumenta a influência dos discursos feministas na sociedade (pelo menos aquela parcela com acesso à internet – apesar de que o discurso instalado ali pode reverberar além), e que também possibilita e legitima um imaginário coletivo construído a olho nú sobre as temáticas dos feminismos, suas interpretações e ações decorrentes do movimento. A presentificação do feminismo dentro do *Facebook* seria, então, uma estratégia dentro dessa ordem comunicacional. E mais, o grande banco de informação que se forma na internet além de mera produção acumulativa é também a formação de processos criativos e compartilhamento de imaginários que propiciam ou o reforço de consensos ou a criação de outros. Com isso, cresce nosso interesse em saber de que forma esses consensos ou dissensos são expostos ali, nesse corpus vivo e imbricado no nosso cotidiano.

⁴ <https://www.facebook.com/NaoKahlo/?fref=ts> Acesso em 25/06/2016.

⁵ <https://www.facebook.com/ventrefeminista/?fref=ts> Acesso em 25/06/2016.

⁶ <https://www.facebook.com/blogueirasfeministas/?ref=ts&fref=ts> Acesso em 25/06/2016.

⁷ Segundo pesquisas, oito em cada dez brasileiros utilizam a rede digital. Fonte: *Techtudo*. Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2016/01/facebook-revela-dados-do-brasil-na-cpbr9-e-whatsapp-vira-zapzap.html>

Nessa rede digital há um discurso combativo e de cunho libertário - em medidas diferentes - que nos guia a reflexões sobre essas manifestações feministas. A facilidade ao acesso a esses conteúdos faz com que nos aproximemos de temáticas que permeiam os diversos feminismos, e também de como eles divergem e de quais problemáticas em relação ao gênero são perceptíveis nesses conteúdos. Quais corpos seriam emblemáticos? De qual feminismo se fala? E ainda mais, o corpo feminino representado seria inserido no contexto de apenas um gênero ou poderia já ser contextualizado num movimento pós-identitário? Simone de Beauvoir (2009) e Judith Butler (2015) trazem estudos instigantes sobre gênero, em épocas diferentes, e sobre – o que nos interessa mais aqui – qual construção fundamenta o ser “mulher”. Guiadas por um pensamento crítico, falam no se “tornar” mulher; e que mulher seria um “produto intermediário entre o macho e o castrado, que se qualifica de feminino” (BEAUVOIR, 1980; p.2). Não obstante, Butler argumenta que o gênero é construído pela linguagem, logo que “não há relação necessária entre o corpo de alguém e o seu gênero” (SALIH, 2015; p. 67). Com abordagens diferenciadas, as duas autoras tornam-se similares quando chocam as estruturas de pensamento e descaracterizam a função substancial do sexo quando afirmam: o natural é uma ficção.

2. O problema do sujeito e a subversão da identidade

A linguagem e o discurso aparecem como muito mais determinantes de uma categorização do gênero do que a biologia. Assumir que a constituição de um ser “mulher” perpassa rituais culturais que perpetuam um gênero por repetição é enriquecer uma análise crítica que não se enclausura em um reducionismo, mas sim que assimila que a singularidade do que se diz “mulher” tem apresentado entraves para a teoria feminista. É por isso que logo no começo de sua obra “Problemas de Gênero”, Butler problematiza a identidade definida do sujeito do feminismo – esta entendida como aquela que compreende a categoria “mulheres”.

Para Butler, ainda que se coloque o substantivo no plural, não se consegue abranger todas as intersecções políticas e culturais que também são produzidas e mantidas dentro da noção de gênero. Por se simplificar a noção de “mulheres”, como sujeito do movimento feminista, tem-se uma armadilha: estas que se colocam como enunciadoras do feminismo são reprimidas pelas mesmas estruturas de poder por intermédio das quais se busca a emancipação. Ou seja, a categoria “mulher” é regulada ela mesma pelos

sistemas jurídicos de poder, em sua formação, definição e reprodução, de acordo com a orientação discursiva dessas instâncias.

Quando no *Facebook*, uma das páginas diz que a revolução só será se for feminista, surge o questionamento: será que esse feminismo a que se referem promove uma auto-crítica persistente, de forma que se questione esse sujeito por trás da teoria? Sabe-se, de acordo com as argumentações de Butler, que a busca de uma representação pode ser tanto operacional como normativa. A preocupação da autora, no entanto, é que a problematização da representação não chegue à linguagem, ou seja, de que se opere a representação em busca de visibilidade e legitimidade às mulheres como sujeitos políticos, mas não se alcance uma crítica à linguagem, lugar onde se revela e se distorce o que é tido como verdadeiro sobre ser “mulher”. Neste aspecto, sua crítica alcança a própria política da representação, pois esta regula a vida política de certa forma negativa: limitando, proibindo, regulamentando e controlando as representações de acordo com seus interesses, sob o pretexto de “proteger” os indivíduos. No âmbito do gênero, esses sujeitos seriam produzidos com “traços de gênero determinados em conformidade com um eixo diferencial de dominação” (BUTLER, 2015; p. 21), ou seja, presumivelmente masculinos.

O problema não se encerra aí. Considerar um sujeito estável e permanente nos discursos feministas é também presumir “a ideia de que a opressão das mulheres possui uma forma singular, discernível na estrutura universal ou hegemônica da dominação patriarcal masculina” (ibidem; p. 21). Ou seja, um feminismo que considera a unidade de um sujeito não só é ineficaz ao não acolher outros sujeitos que não este estável e substancial, mas também se perde nas suas problematizações e na identificação de quem (ou o quê) exerce as opressões de gênero. Um apontamento pertinente de Butler é que aplicar uma base universal, inclusive para o patriarcado, é uma forma de colonizar uma cultura distinta da qual se fala. O esforço de identificar um inimigo singular pode resultar em outras relações de subordinação, sejam elas heterossexistas, raciais e/ou de classe, etc. Sendo assim, seu objetivo crítico é formular, no interior de uma estrutura constituída, uma crítica às categorias de identidade que as estruturas jurídicas contemporâneas engendram, naturalizam e imobilizam.

Essas regulações estruturais invocam e fazem invocar o que a autora chama de ordem compulsória do sexo/gênero/desejo. Esta distinção entre sexo e gênero é fortemente criticada por Butler. Enquanto na concepção jurídica o gênero é concebido como a inscrição cultural de significado num sexo previamente dado, a própria

constituição discursiva do sexo é problematizada pela autora e por outras autoras expoentes do feminismo, a exemplo da própria Simone de Beauvoir, a qual defende que, na verdade, o corpo é uma situação e não uma facticidade anatômica pré-discursiva (2009; p. 76). O tornar-se mulher se sucede, então, sob uma compulsão cultural, sob uma experiência discursivamente condicionada e legitimada por estruturas de poder baseadas em estruturas binárias e que quando alcançam seus limites se tornam indiscerníveis.

“Homem” e “mulher” seriam, portanto, o que Judith Butler chama de “gêneros inteligíveis”: aqueles que são assimilados, que são de acordo com as regras socioculturais, que fazem sentido pela repetição dos discursos que os definem. Estes são sujeitos embasados por uma metafísica da substância, presumidos como pessoas substantivas com um atributo individual que os tornam essencialmente algo, que se manifestam em uma matriz cultural na qual certos tipos de “identidade” não possam existir (aqueles em que o gênero não decorre do sexo e aqueles em que as práticas do desejo não decorrem nem do “sexo e nem do “gênero”). No posicionamento feminista dessa noção humanista, o gênero seria como um atributo da pessoa, marcado como uma substância, um núcleo. Em contrapartida, outra posição feminista, de relação, contextual, teria um movimento diferenciado, no qual o gênero se refere sempre às relações construídas em que é determinado, um fenômeno inconstante e contextual, um ponto relativo de convergência entre relações cultural e historicamente convergentes. Esta última posição seria a defendida pelas autoras citadas aqui. Não à toa Beauvoir declara que o corpo feminino deve ser a situação e o instrumento da liberdade da mulher, e não uma essência definidora e limitadora (BEAUVOIR, 2015; p. 35).

3. Os feminismos interseccionais

Nas redes digitais, tem-se espaço para as segmentações do movimento, os feminismos interseccionais, estendendo as reivindicações de gênero a outras questões, como de raça (“Blogueiras Negras”⁸, “A Mulher negra e o Feminismo”⁹), de classe (“Nós, mulheres da periferia”¹⁰) e de outras próprias questões de gênero que não se aplicam ao sujeito-substância criticado pelas autoras, como é o caso dos transexuais, um dos sujeitos adjacentes que muito tem causado controvérsias dentro do movimento

⁸ <https://www.facebook.com/blogueirasnegras/?fref=ts> Acesso em 25/06/2016.

⁹ <https://www.facebook.com/Negra.Feminista/?fref=ts> Acesso em 25/06/2016.

¹⁰ <https://www.facebook.com/nosmulheresdapерiferia/?fref=ts> Acesso em 25/06/2016.

(“Transfeminismo”¹¹). Há, inclusive, uma página específica para as intersecções, que se apresenta com um manifesto, o qual ilustra o esforço de alguns segmentos do feminismo a identificar as especificidades presentes na luta, como pode ser observado a seguir:

MANIFESTO INTERSECCIONAL

(...) O conceito pode parecer difícil, mas é mais simples do que parece. Com a interseccionalidade, consideramos todas as formas de opressão individualmente, analisamos sua interação e trabalhamos para que elas deixem de existir.

Para isso, juntamos uma equipe que conta com as mais variadas características, entre pessoas trans, negras, indígenas, gordas, das mais diversas sexualidades e formas de vida, para trazer informação além de sua vivência e colaborar para a construção de uma vertente ainda tão nova. (Disponível em:

<https://www.facebook.com/feminismointersec/posts/474629872739194>

Acesso em: 25/05/2016).

Iniciativas como essa podem significar uma forma de resistência à ideia de unidade, uma norma inclusiva de solidariedade no âmbito da identidade. A partir daí, pode-se ter uma noção mais abrangente, de que as identidades podem ganhar vida e se dissolver, dependendo das práticas concretas que as constituam. Logo, é possível identificar um caminho de relativização da categoria “mulheres” – um caminho que entenda que a construção da feminilidade é também resultado de práticas discursivas cujas formas e regras compõem o inconsciente de saber de uma época, como sugerem os estudos foucaultianos. É no sentido de que “O feminino transita na sociedade como inferior, frágil, pouco racional” (MIGUEL, BIROLI, 2014; p. 102), que se teria uma teoria feminista mais fortalecida e frutífera - esta não fundamentada em uma percepção hermética da biologia ou em uma assimilação de uma identidade que seja unívoca e substancial, mas sim de um ponto de vista crítico e analítico sobre as manifestações e as formas de presença do ser “mulher”.

É por isso que a noção de Judith Butler (2015)¹², de que o gênero não é performado pelos indivíduos, mas de que, na verdade, o mundo, os outros, as instituições performam

¹¹ <https://www.facebook.com/Transfem/> Acesso em 25/06/2016.

¹² A autora profere essas palavras na palestra “Why Bodies Matter”, em Portugal. A conferência está disponível no Youtube e está dividida nas sete partes a seguir:

<https://www.youtube.com/watch?v=rD6vifFTDLY>

<https://www.youtube.com/watch?v=OVExYVYHe2I>

<https://www.youtube.com/watch?v=8ynnNqObcAo>

<https://www.youtube.com/watch?v=zp8k31EPef8>

<https://www.youtube.com/watch?v=MFZxDJ48Hh0>

<https://www.youtube.com/watch?v=QdHT-rx3yQg>

o corpo, são bastante pertinentes para a trajetória de uma pesquisa que visa problematizar um movimento social, político e filosófico, que se relaciona inerentemente à questão do gênero. Imergir nessas problematizações, a fim de se ter maior clareza do discurso e do que se pretende pelas várias facetas do movimento, pode representar um maior esclarecimento sobre o momento social ao qual passamos, além de poder contribuir para o próprio feminismo e seus discursos envolvidos.

Para Butler, então, seria necessário ao feminismo que se subvertesse a identidade da mulher. Ou seja, para que haja a liberdade da mulher, teria que se considerar a pluralidade de identidades e não pensar mais em uma matriz cultural que se baseia apenas em um código binário macho \times fêmea.

A historiadora brasileira Margareth Rago, influenciada pelos estudos de Foucault, compartilha da visão, a seu modo, e explora o fato de que a luta feminista não deve se bastar apenas no ponto de vista materialista, mas também no plano do simbólico, analisando os dispositivos sociais e da sexualidade para pensar a produção dos corpos e das identidades naturalizadas no mundo masculino.

Lutar contra a violência que sofrem as mulheres significa, a meu ver, não apenas enfrentar situações palpáveis como o estupro, a violência doméstica, a inferiorização, a humilhação e a exclusão física das mulheres, mas enfrentá-las também no plano simbólico e do imaginário social, transformando as formas misóginas e sexistas de pensar que hierarquizam o mundo e produzem regimes de verdade autoritários e excludentes. Significa dissolver as narrativas históricas masculinas, universalistas e binárias. (Disponível em: <http://territoriosdefilosofia.wordpress.com/2015/09/01/o-feminismo-acolhe-foucault-margareth-rago/> Acesso em: 30/03/2016)

É nesse sentido que surge o termo *queer*, proposto por Butler como saída dos enquadramentos binários do gênero e que considera um sujeito que é performativo, logo indaga o sujeito feminino como “uma entidade estável e evidente” (SALIH, 2015; p. 18). É um questionamento da forma como pensamos o sexo, a sexualidade, o gênero, e ainda, a linguagem. José Luiz Aidar Prado explica a visão da autora:

As identidades pós-tradicionais são construídas dentro desses fluxos semióticos em que o gênero é deslocado do sexo, por exemplo: “a interpretação cultural dos atributos sexuais é distinta da facticidade ou simples existência desses atributos. Não somente somos culturalmente construídos, mas em algum sentido construimo-nos” (Butler 2004; p. 23). (2006; p. 24)

É na leva do pensamento pós-estruturalista a obra de Michel Foucault é utilizada. De fato, muito o autor tem a contribuir para a teoria feminista. A análise do processo de disciplinarização do corpo; a maneira como ele é controlado por um biopoder, resultante em uma biopolítica; além dos modos de poder exercidos desde uma microesfera até as grandes instituições, e as problematizações acerca da sexualidade, são temáticas que Foucault aborda e que, junto com as outras autoras, nos ajudam a compreender e a problematizar de que maneira podemos verificar nos corpos retratados nas páginas do *Facebook* “a materialidade do poder se exercendo sobre o próprio corpo dos indivíduos” (FOUCAULT, 2014; p. 82). Este corpo, que é retratado na rede digital e é atravessado por discursos (estes não existentes sem a aplicação de um poder) é também fruto de algo que é externo a ele, que o controla simbólica e fisicamente.

Quando estes corpos são encarados na perspectiva da identidade, busca-se “coerência” e “continuidade” que não se aplicam à diversidade e multiplicidade dos gêneros – esta categoria dúbia que jamais é exibida plenamente em qualquer conjuntura considerada, como sustenta Butler. Ao encarar os corpos dessa maneira, não só se torna frustrada a tentativa de alcançar soluções no plano político, como também se enfraquece os laços com aqueles que fogem às normas de inteligibilidade socialmente instituídas e mantidas. A própria noção de “pessoa” seria questionada ao se ter seres “incoerentes” e “descontínuos”. Seriam vistos como gêneros ininteligíveis – estes com função essencialmente transformadora ao disseminar matrizes rivais e subversivas de desordem do gênero ao desafiar essa matriz de inteligibilidade, mas que representariam uma incoerência e até ameaça àquelas vertentes feministas que ainda são condicionadas pela regulação binária da sexualidade.

No Brasil, as feministas têm ampliado seus lugares de fala, tornando-se presentes, inclusive nas esferas tradicionais do poder político. A feminista negra Djamila Ribeiro, por exemplo, recentemente aceitou se tornar secretária-adjunta da Secretaria de Direitos Humanos e Cidadania de São Paulo; já o Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) tem abarcado a luta pelas mulheres em suas propostas políticas. Alguns exemplos: Sâmia Bomfim, feminista militante do partido, se elegeu vereadora também de São Paulo. Luiza Erundina, figura importante e simbólica ao constantemente desafiar a misoginia e machismo presentes no Congresso Brasileiro¹³ disputou a prefeitura paulista em 2016.

¹³ A deputada federal, acompanhada de outras mulheres parlamentares, ocupou a mesa do plenário afim de suspender uma sessão que iria votar a criação de comissões da Mulher, do Idoso, da Criança e do Adolescentes, da Juventude e Minorias. Erundina, em ato simbólico, sentou na cadeira do então

Luciana Genro, ex-candidata à Presidência da República, constantemente sai às ruas e inclui as temáticas feministas nos seus discursos. Ainda, o deputado federal assumidamente homossexual, Jean Wyllys, com seu projeto de lei Gabriela Leite¹⁴, provoca polêmica nos diferentes feminismos ao propor a regulamentação da atividade das profissionais do sexo.

Desconsiderando as artimanhas e jogos de interesse político, a conjuntura mostra que os feminismos estão cada vez mais imbrincados nas estruturas do poder. Há, como explica Miguel e Biroli, “uma aceitação das estruturas políticas vigentes e a redução da aposta utópica em formas radicalmente novas de ação coletiva. (2014; p. 95). Descartando um pessimismo infundado, mas abraçando a criticidade necessária para o fazer feminista, essas políticas e formas de enunciação podem ser positivas, mas, apenas se reconhecerem suas contradições e agirem perante essas contradições. A incompletude do sujeito “mulher” e de sua definição poderá vir a servir, como argumenta Butler, como um ideal normativo, livre de qualquer força coercitiva, não limitando as possibilidades de gênero, mas pluralizando e enriquecendo as propostas feministas.

4. Reflexões sobre o entrave da metafísica da substância nos feminismos

Basta entrar em contato com as páginas e grupos de discussão sobre feminismo que se tem um panorama geral dos discursos entrelaçados no contexto do movimento. O conflito do sujeito-substância é aparente e inclusive resulta em *fan pages* próprias para reivindicar um lugar de fala que contempla apenas aquela “mulher” considerada uma das dualidades do par binário da sexualidade. Nesse sentido, como já foi visto, a “pessoa” enunciativa nesses tipos de publicação seria aquela que é na medida em que não é o outro gênero. Seria, então, mulher por não ser homem. Sua unidade exige uma heterossexualidade estável e oposicional e sua possibilidade de gênero apenas se configura em relação ao masculino. O feminino, esse “Outro” abstrato não é vislumbrado nessa perspectiva. Há uma ilusão do feminino, uma alegoria repetida a qual só existe pela subjunção ao que se tem como masculino, que não alcança o que se necessita para uma verdadeira problematização do gênero.

presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, impedindo-o de continuar a sessão que não teria consultado a bancada feminina para resolver as questões ligadas diretamente aos direitos da mulher. Fonte: <http://www.revistaforum.com.br/2016/04/27/em-ato-de-insurgencia-a-cunha-erundina-senta-na-cadeira-da-presidencia-da-camara/> Acesso em: 27/06/2016.

¹⁴ http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1012829 Acesso em 27/06/2016.

No discurso das redes digitais, tem-se chamado essas feministas de “feministas radicais”, proveniente do termo em inglês “*rad fem*” - apesar de sua radicalidade só poder ser atribuída à agressividade do discurso, pois este segmento não pode ser considerado radical no sentido de transformação se perpetua a matriz heterossexual a qual se critica neste texto. A essa vertente do feminismo brasileiro tem-se atribuído uma perspectiva materialista histórica, na qual se considera as práticas, a instituição e o status construídos da linguagem como “bases materiais” da opressão da mulher. Nessa linha discursiva, por exemplo, há fortes críticas das mulheres cis às mulheres transexuais, por presumirem que estas, por serem dotados de uma aparato biológico denominado como masculino, não podem se colocar no lugar de fala da mulher. Em um evento promovido pela Marcha das Vadias do Rio de Janeiro¹⁵ para debater o turismo sexual e a regularização da prostituição, as participantes mulheres transexuais foram acusadas de serem homens fetichistas que não deveriam estar em um lugar de fala que busca problematizar a mercantilização do corpo da mulher.



Figura 1: Postagem da *fan page* “Feminismo Radical Didático” na qual as enunciatóricas criticam o machismo e o lugar de fala do que elas consideram ser uma mulher transexual, recorrendo ao determinismo biológico. Após verificação do perfil a que foi respondida a crítica, viu-se que Hugo Nasck considera-se ser de um gênero neutro. Disponível em: <https://www.facebook.com/feminismoradicaldidatico/posts/1715402652057352> Acesso em: 27/06/2016.



Figura 2: Resposta de uma feminista que apoia a presença das mulheres transexuais no debate do feminismo à interpelação de uma feminista radical. A postagem foi feita na página do evento sobre

¹⁵ https://www.facebook.com/events/1789641187922520/?active_tab=posts Acesso em: 27/06/2016.

Percebe-se que os entraves concernentes ao feminismo são linguísticos e estruturais. Estes só poderão ser superados quando houver a consciência crítica das práticas reguladoras da coerência do gênero. Segundo Butler, assimilar isso é notar que o gênero é um efeito substantivo e performativamente produzido. O que é tido como identidade, na verdade é efeito – um esforço para restringir a produção de identidades e representações em conformidade com o eixo da matriz heterossexual. Se sexualidade e poder são coextensivos, o sujeito estável e substancial defendido pelas feministas radicais não tem possibilidade de existir e de ser verossímil, pois este sujeito não pode ter acesso a uma sexualidade que esteja em algum sentido “fora”, “antes” ou “depois” do próprio poder e das estruturas que o compõem para sua realização e efetividade.

Não é à toa que, na Figura 1, as feministas radicais recorram ao argumento da pessoa que escreveu o *tweet* ter pênis, e também não é à toa que a pessoa dê palpite sobre como deve se portar o corpo da mulher. Como evidencia Foucault, “o que há de essencial em todo poder é que seu ponto de aplicação é sempre, em última instância o corpo. Todo poder é físico, e há entre o corpo e o poder político uma ligação direta” (2006; p. 18).

É o que também sugere Simone de Beauvoir ao reconhecer a que os corpos e suas sexualidades são submetidos:

Não é enquanto corpo, é enquanto corpos submetidos a tabus, a leis, que o sujeito toma consciência de si mesmo e se realiza: é em nome de certos valores que ele se valoriza. E, diga-se mais uma vez, não é a fisiologia que pode criar valores. Os dados biológicos revestem os que o existente lhe confere. (2009; p. 78)

Qual seria a saída, então, se somos sujeitos inseridos nessas mesmas estruturas que nos regulam? É improvável operarmos fora dessa matriz de poder, mas, como sugere Butler, é possível e pertinente que se opere criticamente nas relações de dominação provocando um deslocamento da lei. Há que se valorizar e se reconhecer que tudo o que desafia o gênero como substância, nuclear e monolítico é uma forma de intervenção, denúncia e deslocamento das reificações criadas pela dualidade macho x fêmea. Para o feminismo, é preciso encarar o fato de que “mulher” é um devir, uma estilização repetida do corpo, um conjunto de atos repetidos. Por isso, é preciso desconstruir a aparência substantiva do gênero e tudo o que causa estranhamento ao sujeito deve servir

como reflexão crítica a fim de identificar em qual matriz se insere o posicionamento do sujeito.

O desejo masculino, regulador da ordem social e moral, não pode continuar dominando o discurso feminista por meios de um determinismo que enclausura, em que tudo o que fuja à lógica binária seja estigmatizado como anormalidade. Retomando a frase “A revolução será feminista ou não será.”, apresentada como texto de entrada a quem acessa a *fan page* “Feministas Revolucionárias”, e que inaugurou este trabalho, pode-se adicionar um complemento crítico a fim de contribuir para a luta feminista. A revolução será feminista se subverter a “mulher”, ou não será.

Referências

BEAUVOIR, Simone de. *O Segundo Sexo I*. Revisão de Carlos Pinheiro. Lisboa: Quetzal Editores, 2009.

BUTLER, Judith. *Problemas de gênero: Feminismo e subversão da identidade*. Tradução de Renato Aguiar e revisão de Joel Birman. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

FOUCAULT, Michel. *Em defesa da sociedade*. Curso no Collège de France (1975-1976). Tradução de Maria Ermantina Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

_____, Michel. *História da sexualidade I*. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque e José Augusto Guilhaon Albuquerque. A vontade do saber. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

_____, Michel. *Microfísica do poder*. Organização, introdução e revisão técnica de Roberto Machado. São Paulo: Record, 2014.

_____, Michel. *O Poder Psiquiátrico*: Curso dado no Collège de France (1973-1974). São Paulo: Martin, 2006

LEMOS, André. *Cibercultura: Tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. *Feminismo e Política*. São Paulo: Boitempo, 2014.

PRADO, José Luiz Aidar. Regimes cognitivos e estésicos da era comunicacional: da invisibilidade de práticas à sociologia das ausências. In: MARKETING, Escola Superior de Propaganda e. *Comunicação, mídia e consumo*. São Paulo: Espm, 2006. p. 11-32.

RAGO, Margareth. *O feminismo acolhe Foucault*. 2015. Disponível em: <<https://territoriosdefilosofia.wordpress.com/2015/09/01/o-feminismo-acolhe-foucault-margareth-rago/>>. Acesso em: 1 set. 2015.

SALIH, Sara. *Judith Butler e a Teoria Queer*. Tradução de Guacira Lopes Louro. Belo Horizonte: Autêntica, 2015. Tradução e notas de Guacira Lopes Louro.

A participação das fontes e o conceito de mediação no radiojornalismo¹

Luan José Vaz Chagas²

Resumo

O presente artigo é um conjunto de reflexões sobre o processo de mediação segundo Silverstone (2002) e Martín-Barbero (2006) e a utilização das fontes no radiojornalismo. Parte-se do pressuposto de que a construção de significados em uma sociedade democrática passa pela diversificação de vozes e pontos de vista. Assim, a mediação, que não parte de um texto singular e no jornalismo é carregada de forças essencialmente políticas representadas pelos argumentos e interesses das fontes. Assim, a partir de uma pesquisa bibliográfica, realiza-se uma síntese das classificações de fontes nas teorias do jornalismo para debater a participação destes agentes na construção da notícia no âmbito radiofônico. O objetivo é relacionar os debates sobre o rádio como instituição social na democracia e as características da construção de sentido proporcionadas pela diversidade e pluralidade de vozes.

Palavras-chave: radiojornalismo; fontes; mediações; diversidade.

1. Introdução

O conceito de mediação, enquanto local de disputas, que atravessa diferentes instâncias sociais e envolve produtores e consumidores leva a diversas reflexões sobre a mídia na sociedade. O questionamento central que envolve o radiojornalismo, inserido no contexto do rádio expandido, é entender como a seleção e a participação das fontes são partes do processo de mediação das notícias. A imensidão de informações presentes nas mais diferentes plataformas de circulação radiofônica no dia a dia provocam percepções heterogêneas e híbridas. Os agentes que participam deste processo – jornalistas, fontes e ouvintes – se apropriam e resignificam diariamente as notícias de acordo com suas relações específicas.

¹ Trabalho apresentado no XIII Póscom, de 23 a 25 de novembro de 2016, no GT Comunicação e Política.

² Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ (PPGCOM-UERJ). Mestre em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Bolsista Faperj e membro do Grupo de Pesquisa “Mediações e Interações Radiofônicas”. Email: luaanchagas@gmail.com.

Com uma revisão bibliográfica, o artigo realiza um mapeamento da participação das fontes no processo de mediação em três movimentos: a) o conceito de mediação e as dinâmicas específicas que constituem o diálogo, a tradução e diferentes vozes do processo; b) o rádio expandido e a classificação das fontes nas teorias do jornalismo; c) uma proposta de abordagem sobre as relações entre a seleção das fontes e a diversidade e pluralidade de vozes no radiojornalismo. A síntese taxonômica das vozes que são utilizadas nas redações tem o objetivo de debater a participação de diferentes agentes na construção da notícia.

O objetivo é relacionar os debates sobre o rádio como instituição social na democracia e, expandido (KISCHINHEVSKY, 2016), na fase da multiplicidade da oferta (BRITTOS, 2002) sofre alterações nas dinâmicas de produção jornalística. A diminuição no número de profissionais, o jornalista sentado e ausente do palco dos acontecimentos e fontes cada vez mais profissionalizadas são questões que envolvem o atual contexto da pesquisa e da prática acadêmica. Dessa forma, reconhecer as especificidades da produção informativa radiofônica e a construção de sentido a partir dos agentes que nela participam, visa encontrar dinâmicas políticas localizadas que fornecem aspectos para compreender as mediações enquanto perspectiva macrosocial.

Mediações e o jornalismo

As tensões do cotidiano político, econômico e social noticiadas a cada instante e em ritmos cada vez mais velozes colidem com apresentação do conjunto de vozes e interesses presentes nas informações jornalísticas. A seleção dos acontecimentos, quem atua no processo tradução e no envolvimento social, a mediação específica de diferentes plataformas e o reconhecimento das audiências sobre tudo isso são partes da discussão. Neste emaranhado de mensagens midiáticas, a mediação é parte de uma reflexão que busca situar a pesquisa sobre estes processos.

Silverstone (2002) exemplifica essas questões ao reconhecer que a mídia possui uma participação essencial na vida diária, na experiência contemporânea que atravessamos. Desta maneira, se torna impossível escapar das notícias, dos eventos que são criados, recriados, da representação proporcionada, articulada e rearticulada pela própria audiência. Essa relação de apropriação e reapropriação, de entendimento e significação é também uma dependência da informação e do entretenimento diante das intensidades da experiência.

Ao considerar o intenso consumo destes produtos, em diferentes plataformas e dispositivos, o autor aponta os estudos voltados à mídia enquanto um processo, algo em curso, mas também pronto em diferentes níveis. Esse reconhecimento leva a insistir nas mudanças históricas e nas experiências sensoriais na vida cotidiana ao longo dos séculos XX e XXI com a introdução de objetos de consumo, como o rádio, a TV, o telefone e a internet. Por outro lado, implica também em olhar para um processo político e econômico desenvolvido por instituições dominantes, oriundos de traços fundamentais para entender a cultura da comunicação contemporânea.

Neste ambiente difuso e híbrido, entender a mediação significa olhar para os âmbitos que proporcionam fazer distinções e juízos diante da experiência cotidiana de acesso aos conteúdos da mídia. Silverstone (2002, p.33) compreende a mediação como o “movimento de significado de um texto para outro, de um discurso para outro, de um evento para outros” e as constantes transformações de significados em grande e pequena escala no contato com os textos midiáticos. A experiência individual e coletiva foge a uma circulação fechada e envolve a infinidade de intertextualidades provocadas pelos agentes que dela participam.

Para Steiner (apud SILVERSTONE, 2002), a tradução é um movimento hermenêutico baseado num quádruplo de confiança, agressão, apropriação e restituição. Nos moldes da mediação, essa base é relacionada por Silverstone (2002) por ser um processo nunca completo ou satisfatório e sempre em transformação. Na tradução, a *confiança* implica valores que queremos compreender e compartilhar, a crença nos significados; a *agressão* com a violência da apropriação, da posse dos significados alheios e as tentativas de compreensão; levar os significados para casa, a consumação e a domesticação que provoca a *apropriação*; por fim, a *restituição* com a reciprocidade no momento em que se devolvem os significados e produz acréscimos, algo diferente, novo.

A mediação como tradução e os jornalistas que selecionam as vozes participantes da notícia construída sobre os acontecimentos, seguem a mesma linha que aponta Silverstone (2002). Entender este processo é olhar para a mediação como algo que rompe o textual e está inserida em relações horizontalizadas, descrições da realidade através do tempo e do espaço, nem sempre fidedignas ao que realmente representa. Outra questão é a autoria no ato de traduzir a presença de diferentes

instituições, agências, grupos, tecnologias na mediação presentes em infinitos textos. Assim, segundo o autor, a importância de olhar para o processo como uma tradução está no investimento, nas reivindicações que passam pela mediação, nos ações e condições em que são produzidos os significados, as instabilidades e o fluxo das transformações.

Precisamos compreender esse processo de mediação, compreender como surgem os significados, onde e com que consequências. Precisamos ser capazes de identificar os momentos em que o processo parece falhar, em que é distorcido pela tecnologia ou de propósito. Precisamos compreender sua política: sua vulnerabilidade ao exercício do poder; sua dependência do trabalho de instituições e de indivíduos; e seu próprio poder de persuadir e de reclamar atenção e resposta. (SILVERSTONE, 2002, p. 43)

Esta compreensão parte de uma des-territorialização ao considerar o papel das fontes no processo, para além da construção da notícia somente focada nas rotinas e na produção jornalística. O ato de procurar nestes agentes específicos, o processo de mediação, busca fugir das considerações macrosociais presentes nas instâncias desenvolvidas por Martín-Barbero (2006; 2004) e sim cartografar as formas que se constituem as dinâmicas e relações na escolha e apresentação do conjunto de vozes. Desta forma, partimos do contexto apresentado pelo autor ao considerar os múltiplos processos sociais, culturais e econômicos, do contexto da produção para o consumo.

Martín-Barbero (2006, p. 292) define mediações como um campo que se constitui por dispositivos pelos quais a hegemonia transforma por dentro o sentido do trabalho e da vida comunitária. Assim, propõe o que chama de “mapa noturno para explorar o novo campo” baseado em três lugares: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. Ainda que soe vago na ótica apresentada pelo artigo, essa formulação, criticada depois inclusive pelo próprio autor, nos ajuda a fazer uma ponte entre o conceito formulado em “Dos meios às mediações” (2006) e depois em “Ofício de cartógrafo” (2004).

No primeiro caso, a análise realizada sobre o papel da televisão na América Latina leva a reconhecer na cotidianidade familiar questões como a “a proximidade e a magia de ver” (MARTÍN-BARBERO, 2006). Na proximidade de personagens e acontecimentos, os discursos familiarizam e aproximam até mesmo o que é mais remoto, gera transparência e contribui com aspectos relacionados à simplicidade, clareza e economia narrativa. Para o autor, nestes aspectos se fundamenta a marca da

hegemonia, em torno dos dispositivos que dão forma a um cotidiano familiar e espaço de relações e vivências.

A temporalidade social é permeada pela produção valorizada pelo capital e constituinte da cotidianidade, que repetitivo, acaba, recomeça em fragmentos que formam em uma matriz cultural organizada. Dessa forma se pensam as programações, cruzando a necessidade de gerar rentabilidade com gêneros e discursos proferidos no meio. Ou seja, a construção de uma estética da repetição na variação das indidentidades e o sentimento de duração, inaugurado nos folhetins do século XIX e presentes nos formatos midiáticos da atualidade (MARTÍN-BARBERO, 2006).

Por fim, o lugar da mediação que o autor propõe um debate sobre a participação da televisão na sociedade é a competência cultural: “Talvez em nenhum outro lugar o contraditório significado de massivo se faça tão explícito e desafiante quanto na televisão” (MARTÍN-BARBERO, 2006). A inclusão cultural, desativação de diferenças sociais, integração ideológica implicam socialmente ao considerar os gêneros, não somente da televisão, mas dos meios em si, em articular a serialidade temporal e a mediação entre produtores e consumidores, tanto nos aspectos das escolhas como na leitura.

Posteriormente, Martín-Barbero (2004) afirmou que o objetivo do mapa era indagar a dominação, a produção e o trabalho por meio das brechas do prazer. A fuga de perguntas que já estavam recorrentes nas investigações sobre os meios de comunicação e a cultural levam ao reconhecimento das mediações, entre os sujeitos, as zonas da realidade cotidiana que envolvem a dependência, apropriação e a invenção. Ao cartografar essas experiências, nas décadas de 1980 e 1990, o autor não subestima a mídia como algo onipotente e único, mas que é atravessado pela recepção, um lugar ambíguo.

Assim, as mediações, envolvidas pelas ações da mídia, são espaços envolvidos por diferentes vozes, por negociações de sentido, diferentes visões de mundo apresentadas pelo conjunto de agentes presentes nestes textos. A luta entre posições antagônicas na sociedade passa pela mediação dos núcleos familiares, da presença na vida em comunidade (MARTÍN-BARBERO, 2004). O radiojornalismo e as relações entre jornalistas e fontes, passam ainda por filtros sociais que envolvem as identidades sociais presentes no seio social.

Assim, olhar para as mediações implica também analisar como se dão as disputas de sentido entre a emissão, a recepção e as tecnologias. A formação de vínculos na produção textual é parte de uma rede complexa de signos em disputa (MARTÍN-BARBERO, 2004). Assim como o consumo cultural marca um lugar de participação simbólica das audiências, as apropriações e reapropriações são partes do reconhecimento e valor atribuído às vozes presentes nestes textos. O local de fala das fontes e o papel da pluralidade ou diversidade nos conteúdos se torna fator preponderante diante do reconhecimento das diferenças culturais presentes na sociedade.

Como afirma García Canclini (1990), é preciso enxergar que a hibridização dos estratos culturais da sociedade produzindo um pluralismo generalizado nem sempre contempla a diversidade social. O autor argumenta que a fluidez comunicacional, a descentralização e a multiplicação de serviços de mídia não estão disponíveis a todos e, mesmo como novas mídias, coexistem com velhos e novos dispositivos de concentração da hegemonia. Assim, a fragmentação dos públicos com uma segmentação desigual é o resultado pela descentralização comunicacional, traduzida na ausência de regulação dos mercados. Quando o poder público deixa de cumprir o seu papel, o acesso à informação e a bens culturais deixa de ser acessível para a maioria. Neste sentido, quando não se pensa nas diferentes vozes, a preponderância de quem fala é quem possui condições de conquistar a hegemonia das leis propostas pelo mercado.

2. As fontes e suas diferenças sociais

O processo de seleção de fontes e a transparência da origem das informações veiculadas pelos suportes informativos são discussões constantes na construção da notícia. Saber de onde vêm as notícias não é somente uma pergunta retórica, mas uma garantia da manutenção do jornalismo como instituição social e parte do conjunto de interesses públicos presentes em uma sociedade democrática. Os critérios de noticialidade e os valores notícia são atributos que proporcionam uma equação que garante a seletividade do conjunto dos acontecimentos e as vozes que produzem sentido sobre cada um.

Compreender a participação das fontes no processo de mediação é reconhecer também, como afirma Chaparro (2011), que o jornalismo se tornou um espaço de socialização de discursos particulares. Desta forma, a disputa, presente em todos os

campos da atividade humana, também se forma no interesse por fazer valer os interesses econômicos, políticos, sociais e culturais neste processo. Para isso, as fontes procuram profissionalizar essa relação com a instituição e formação de assessorias, agências e outros aparatos para garantir a presença e o acesso ao noticiário jornalístico.

O esforço de classificar as fontes atua no sentido de mapear as diferenças de interesse e participação destas vozes no conjunto de enunciados que produzem diariamente os meios de comunicação. Como afirma Pinto (2000), as fontes são pessoas, grupos, instituições, vestígios, falas, documentos, preparados, construídos ou não e recorrem aos jornalistas com táticas específicas: “As fontes remetem para posições e relações sociais, para interesses e pontos de vista, para quadros espaço-temporalmente situados” (PINTO, 2000, p. 290).

Analisar o conjunto de mensagens que o jornalismo seleciona e distribui diariamente é também um esforço de enxergar que relações estão em disputa na mediação destes sentidos. A atuação diferenciada de cada tipo de fonte demonstra a infinidade de formas de encontrar e posicionar esses agentes, porém nos leva a outros questionamentos, como a preponderância na escolha de fontes oficiais. Ou como apontam Hall et al (1999) em diferenças de abordagens entre as fontes primárias e secundárias na produção de significados sobre determinadas temáticas. A hierarquia da credibilidade que se choca com a objetividade ao preferir os setores oficiais da sociedade são foco da discussão dos autores.

É fundamental também para as fontes com o protagonismo que exercem na promoção dos acontecimentos a partir de diferentes disputas, como abordam Molotch e Lester (1999). Nesta linha de raciocínio, as zonas de confronto sobre problemáticas sociais em disputa na sociedade demonstram a necessidade de acontecimentos (*event needs*) na esfera pública. Neste conjunto, os autores dividem os agentes que produzem sentido nos media em: a) *News Promoters* (fontes oficiais ou oficiosas que provocam ou promovem notícias, ou até mesmo indivíduos com este potencial na sociedade); b) *News Assemblers* (jornalistas e o conjunto de trabalhadores dos media); c) *News Consumers* (consumidores da informação).

Como nosso foco recai sobre a discussão sobre o papel das fontes na cobertura eleitoral, vale ressaltar os acontecimentos de rotina, que segundo Molotch e Lester (1999) são produzidos intencionalmente por estes agentes. A questão continua com a diferença de status e relações de poder entre as fontes que são exercidas no acesso ao jornalismo e as estratégias de promoção das ocorrências na sociedade. Essa

possibilidade se dá por três formas: a) quando os promotores tem acesso habitual à mídia, como é o caso de fontes oficiais, altos funcionários do governo, declarações presidenciais; b) acesso disruptivo, na qual os acontecimentos promovidos tornam-se um problema para os poderosos em manifestações, ocupações e outras atividades das fontes; c) acesso direto com a investigação de dados promovidas pelos jornalistas com a criação de novas ocorrências (MOLOTCH e LESTER, 1999).

Nilson Lage organiza uma classificação a partir da confiabilidade, o que sucedeu inúmeros trabalhos sobre esse registro. Para o autor, elas são de natureza mais ou menos confiável, pessoais, institucionais, documentais ou então oficiais, oficiosas e independentes, ou então primárias ou secundárias. “Fontes primárias são aquelas em que o jornalista se baseia para colher o essencial de uma matéria; fornecem fatos, versões e números. Fontes secundárias são consultadas para a preparação de uma pauta ou a construção das premissas genéricas ou contextos ambientais” (LAGE, 2001, p. 65).

Para Chaparro (1994), as fontes são sujeitos institucionalizados, que se capacitam para produzir acontecimentos, geram conteúdos e interferem na pauta jornalística, transformam o jornalismo em espaço público dos conflitos e utilizam este ambiente para agir e interagir no mundo. Sant’anna (2009) avança no sentido de mapear como as mídias das fontes exercem o papel duplo de sensibilizar a pauta de jornais, emissoras de rádio e televisão e o próprio público que cultivam. Neste sentido, a internet que agrega esse conjunto de estratégias e o ciberespaço se torna fonte para os jornalistas, promovendo alterações em sua natureza e no próprio sistema de produção (MACHADO, 2003).

Schimitz (2011, p. 9) argumenta que é necessário diferenciar fonte de informação e de notícia. Enquanto qualquer informação está disponível a alguém, a relacionada à notícia precisa de um mediador que faça ou promova a circulação de seu conhecimento, seu saber ou testemunho. Segundo o autor, elas podem ser divididas em oficiais, empresariais, institucionais, populares, notáveis, testemunhais, especializadas e de referência.

Rossi (2013) apresenta um esquema de tipografia das fontes encontradas ao longo de um percurso teórico desenvolvido em sua dissertação de mestrado, o que envolveria mais de 30 formas de abordar estas diferentes vozes. Porém, no sentido de avançar para as zonas cinzentas deste percurso para nosso objetivo final, desde o início dos anos 1990, uma série de questões afeta a produção jornalística. A inserção de novas

tecnologias, o reposicionamento do mercado e o surgimento de novos atores, a fase da multiplicidade da oferta (BRITTOS, 2002) e a revolução das fontes (CHAPARRO, 1994) promoveram novas discussões. Esse ambiente inclui a organização estruturada de agentes externos à redação até a utilização de fontes convergentes.

Em pesquisas recentes, a ótica da participação das fontes no jornalismo foi aprofundada em diferentes vias em dissertações apresentadas em programas de pós graduação pelo país. Rutilli (2014), por exemplo, inseriu neste processo de taxonomização a utilização de fontes convergentes presentes em redes sociais, aplicativos de celular sobre serviços como trânsito e outras estratégias que alteram a dinâmica dentro da redação. Moletta (2016) mapeou as estratégias de movimentos sociais na produção de agências de notícias como materiais das próprias fontes nesta produção. E Chagas (2016), na pesquisa sobre a cobertura eleitoral, analisou a preponderância de fontes oficiais em emissoras de rádio ligadas a grupos políticos.

A classificação e tipificação das fontes possuem diferentes linhas de abordagem, ou então formas de análise de sua presença nos produtos jornalísticos. Porém, em poucos casos possui uma verificação situada e colocada em referência, não a localidade geográfica como pontua Wolf (2009), mas temática, fundamentada em determinadas coberturas. Assim, a proposta que segue em análise é parte deste conjunto, perpassa diferentes vias, mas ganha corpo no momento da cobertura eleitoral. Exerce um papel fundamental na defesa de interesses, como base dos agentes escolhidos enquanto fontes pelos jornalistas, mas que necessita de um aprofundamento na análise de suas estratégias quando está presente no ambiente comunicacional.

A seletividade das fontes, uma das principais bases desta discussão, é abordada por Ferraretto (2014) em sua classificação a partir de duas modalidades: internas e externas. As internas compreendem as equipes de reportagem, enviados especiais, editores, correspondentes, apuração dentro da redação. Já as externas são assessorias de imprensa, agências de notícias, informantes e a internet. A promoção da diversidade insere-se na possibilidade de equilíbrio entre internas e externas, entre oficiais e populares, em diferentes temáticas de interesses sociais.

Com um extenso trabalho de investigação sobre a recepção do principal telejornal do país, Mauro Porto (2007) coloca um papel central na pluralidade de enquadramentos e a na possibilidade de interpretação dos meios com a exposição

diferentes vozes nas informações. Os marcos interpretativos são partes fundamentais do modelo do cidadão interpretante, e como argumenta o autor, reforça o potencial de leitura dos cidadãos.

3. Considerações finais

O desequilíbrio no acesso ao temário noticioso é uma constatação em uma sociedade com as características econômicas atuais. Essa situação é verificada com ainda mais força em temáticas que envolvem interesses de todas as camadas sociais. O processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff em agosto de 2016, a crise pela qual passa o Estado do Rio de Janeiro após a concessão de diversos benefícios fiscais a empresas desde 2008, as ocupações chegaram a 2.114 escolas no país, além de 222 universidades somente nos meses de outubro e novembro. Todos estes assuntos envolvem a mediação do jornalismo, de valores notícia ou critérios de noticiabilidade que implicam a seleção de acontecimentos e fontes. Mas quem está na preferência dos jornalistas ou das empresas de comunicação?

A proposta que aqui se apresenta segue o reconhecimento dos meios em um processo de mediação horizontalizada, que passa pelo meio de comunicação, mas que também está na leitura realizada destes processos. Assim, no primeiro aspecto, a seleção das fontes, que contemplem a diversidade de enquadramentos sobre os temas leva a reduzir o desequilíbrio entre fontes oficiais e populares, entre empresariais e atores oriundos de movimentos sociais. A escolha das vozes presentes no noticiário vão além da classificação interna ou externa, como propõe Ferraretto (2014). Elas precisam ser transparentes nos estudos acadêmicos e na prática profissional para que possam também visualizadas pela audiência com suas diferenças.

A seleção qual o radiojornalismo em torno das fontes é específica relacionada ao meio, não restringida ao produtor, ou ao chefe de reportagem, mas a diversas funções dentro da redação. O processo de gatekeeping foge das características tradicionais apresentadas por White (1999), por exemplo, ou então das rotinas específicas de meios impressos ou online, como apresentada por Barsotti e Aguiar (2012). Neste sentido, como a mediação é também uma intensa disputa de sentido na sociedade, como afirma Martín-Barbero (2004), resta reconhecer, no caso do radiojornalismo, as diferenças entre as vozes que tematizam os debates sociais. Desta forma, fugimos dos aspectos macrossociais e teóricos das considerações de Silverstone (2002) e Martín-Barbero

(2004), no sentido de localizar no papel das fontes uma dinâmica específica, que reflete a escolha jornalística e a apropriação de diferentes agentes sociais do espaço midiático na democracia.

Referências bibliográficas

BARSOTTI, Adriana; AGUIAR, Leonel A. **Mobilizar a audiência: uma experiência contemporânea no jornalismo online**. Alceu, v. 13, n. 25, jul-dez, 2012.

BORRAT, Héctor. **Once versiones noratlánticas del 23-F. Análisi: Quaderns de Comunicació i Cultura**, Barcelona, no 4, p. 91-113, 1981.

BRITTOS, Valério Cruz. **O rádio brasileiro na fase da multiplicidade da oferta**. Verso & Reverso. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, ano 16, n. 35, p. 31-54, jul.-dez. 2002.

CANCLINI, Nestor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar y salir de la modernidad**. Miguel Hidalgo: Grijalbo, 1990.

CHAGAS, Luãn J. V. **Jornalismo e Esfera Pública: a cobertura eleitoral de 2014 pelas emissoras de radiodifusão em Guarapuava**. Dissertação (Mestrado em Jornalismo). Ponta Grossa: Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2016.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Cem anos de assessoria de imprensa. In: DUARTE, Jorge (org.). Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus Editorial, 1994.

FERRARETTO, Luiz A. **Rádio - Teoria e prática**. 1. ed. São Paulo: Summus, 2014.

HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o mugging nos mídia. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003.

MOLETTA, Cleber G. **A construção das notícias pelas assessorias de imprensa da Terra de Direitos, Conectas Direitos Humanos e Justiça Global**. Dissertação (Mestrado em Jornalismo). Ponta Grossa: Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2016

MARTÍN-BARBERO. **Ofício de cartógrafo: travessia latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Loyola, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Prefácio: Néstor Garcia Canclini, Tradução: Ronald Polito e Sérgio Alcides. 4.ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006.

MOLOTCH, Harvey & LESTER, Marilyn. A notícia como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.

PENA, Felipe **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PINTO, Manuel. **Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo**. In Comunicação e Sociedade, 2000. Braga: Vol. 14 (1-2), p. 277-294, Universidade do Minho.

PORTO, Mauro. **Televisão e política no Brasil: a Rede Globo e as interpretações da audiência**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007

ROSSI, Michele. **Fontes como indicadores de qualidade no produto jornalístico: discussão em matérias sobre o conflito na fazenda buriti nos jornais O Estado e O Progresso**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Campo Grande: Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, 2013.

RUTILI, Marizandra. **Rotinas produtivas e relação com as fontes no rádio informativo em ambiente de convergência: um estudo de caso de emissoras de Porto Alegre**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2014.

SANT’ANNA, Francisco. **Mídia das fontes: um novo ator no cenário jornalístico brasileiro: um olhar sobre a ação midiática do Senado Federal**. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2009

SCHIMITZ, Aldo A. **Fontes de notícias: ações e estratégias das fontes no jornalismo**. Florianópolis: Combook, 2011.

SILVERSTONE, Roger. Por que estudar a mídia? Tradução: Milton Camargo Mota. São Paulo: Editora Loyola, 2002.

WHITE, David. O gatekeeper: uma análise de caso na selecção de notícias. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2009.

Luiz Léo

Doutorando no PPGCOM na Pontifícia Universidade Católica do RJ

O “*meme*” na vida política brasileira e as eleições municipais cariocas 2016

Artigo aprovado no G5 – Comunicação e Política

Novembro de 2016

O “*meme*” na vida política brasileira e as eleições municipais cariocas 2016¹

Luiz Léo²

Resumo

As eleições de 2016 são as primeiras a ocorrer sob a determinação de um novo conjunto de regras, instituídas pela Lei 13.165. As mudanças incidem, sobretudo, na redução dos custos das campanhas, fazendo com que, o pleito de 2016 inaugure “novas” modalidades de ação, fortemente centradas nas redes. Em se tratando de um “ambiente aberto”, a participação dos “internautas” impõe desafios às estratégias eleitorais. O objetivo desta pesquisa é analisar as iniciativas dos cidadãos, relativas aos candidatos às eleições à Prefeitura do Rio, nos termos de uma narrativa própria do ambiente virtual: os “*memes*”. Com base em um recorte destas contribuições “espontâneas”, que se propagam conforme a ação dos usuários das tecnologias digitais, avaliamos as percepções ensejadas no campo das redes, acerca dos agentes de representação dos interesses coletivos, que conformam o atual modelo político carioca.

Palavras-chave: eleições, internet, “*meme*”, política, cidadania

Introdução

Eleições em tempos de redes não chegam a ser uma novidade. Há muito pesquisadores tem dedicado atenção às campanhas eleitorais digitais (Stromer-Galley, 2000; Bieber e Davis, 2003; Chadwick, 2006; Nielsen e Vaccari, 2013; Aggio, 2015). Seus estudos apontam para os diferentes desdobramentos do processo que leva à escolha dos candidatos, embora não haja consenso quanto ao efetivo papel que os avanços tecnológicos desempenham no envolvimento do público com o ambiente político.

Quando comparadas aos meios tradicionais, as ferramentas baseadas na internet carregam consigo a expectativa de que podem facilitar a interação entre candidatos e

¹ Trabalho apresentado no XIII Póscom, de 23 a 25 de novembro de 2016, no GT Comunicação e Política.

² Doutorando em Comunicação Social no PPGPUC-Rio. E-mail: lleo@puc-rio.br.

cidadãos. E ainda que esta evidência nem sempre consiga ser demonstrada, existe um esforço crescente dos políticos em associar diferentes mídias disponíveis, para expor suas ideias e projetos de campanha no ambiente digital (Kreiss, 2015).

Os eleitores, por seu turno, parecem igualmente propensos a manifestar suas posições, “dialogando” com seus potenciais representantes, seja para sugerir, criticar ou elogiar iniciativas. Se compreendidas como formas de participação democráticas (uma noção polêmica, marcada por divergências e contestações pelos autores) traduzem “um tipo de envolvimento estendido de indivíduos, em um processo político coletivo livre de decisão e/ou de tomada de decisão” (KOC-MICHALSKA et al, 2016).

Naturalmente, não é o objetivo deste artigo avançar na distinção dos diferentes paradigmas que norteiam a teoria democrática contemporânea. Na mesma medida, as limitações de espaço impossibilitam contrastar as definições que o campo teórico estabelece para determinar a relação entre comunicação e política –ou, mais especificamente, os modelos de comunicação política (Gurevitch, 2009), que traduzem o vínculo que se dá entre o público e a política (e todos os contextos a ela relacionados).

Assim sendo, observadas por uma perspectiva menos formal, as ações que julgamos ganhar relevo, em meio aos processos eleitorais das democracias representativas, no contexto das redes digitais contemporâneas, dialogam com aquilo que a teoria da mobilização ³ percebe, nas análises sobre as ações coletivas na sociedade e suas relações no campo político. Neste sentido, as formas de participação não tradicionais possuem um peso importante no ambiente político, facilitadas pela tecnologia digital e ambientes online. Um cenário que, potencialmente, estimularia o ativismo dos cidadãos.

A despeito das inúmeras possibilidades de enquadramento do fenômeno apontado, entre tantas incertezas, se evidência existe é quanto ao fato de que as eleições nunca foram tão “conectadas”. Extensivamente, e sob certos aspectos, a internet associada às tecnologias de informação e comunicação (TICs) poderia estar contribuindo para um exercício de cidadania mais abrangente –o que Peter Dahlgreen define como um (novo) “espaço

³ A reflexão sobre os movimentos sociais já atravessa alguns séculos, com diversas correntes teóricas e linhas de abordagem sobre o fenômeno. Dentre elas, a teoria da mobilização política, que tem forte influência da Escola de Chicago, especialmente através da obra de Herbert Blumer. Seus autores discutem temas ligados a oportunidades políticas, redes, mecanismos interacionais, cultura e identidade. São alguns de seus expoentes, Doug McAdam, Sidney Tarrow, Charles Tilly, John D. McCarthy, dentre outros.

cívico” (Dahlgreen, 2015). Nele, alguns indivíduos passariam a desempenhar maior protagonismo em determinadas circunstâncias da experiência coletiva.

A proposta deste estudo é examinar esta variável um tanto quanto imprecisa, que são as iniciativas dos cidadãos em rede. Em especial, aquelas relativas aos candidatos às eleições à Prefeitura do Rio, nos termos de uma narrativa própria do ambiente virtual: os “*memes*”. Com base em um recorte destas contribuições “espontâneas”, que se propagam conforme a ação dos usuários das tecnologias digitais, pretendemos apontar as percepções ensejadas no campo das redes, acerca dos agentes de representação dos interesses coletivos, que conformam o atual modelo político carioca.

Eleições 2016 e o marco digital

As eleições municipais brasileiras de 2016 foram as primeiras a ocorrer sob a determinação de um novo conjunto de regras, instituídas pela Lei 13.165, aprovada pelo Congresso Nacional em 29 de setembro de 2016. A chamada Reforma Eleitoral de 2015 alterou de uma só vez, as leis das Eleições (número 9.504/1997), dos Partidos Políticos (9.096/1995) e o Código Eleitoral (4.737/1965). Teve como principais consequências, a redução dos custos das campanhas eleitorais, a simplificação da administração das agremiações partidárias e o incentivo à participação feminina na política.

Contudo, são as mudanças incidentes sobre o financiamento das campanhas (associadas às regras mais rigorosas sobre prestação de contas e a diminuição do tempo de propaganda partidária) que impuseram ao pleito de 2016 a “necessidade” de inaugurar uma “nova” modalidade de campanha, fortemente centrada nas redes.

A razão é simples: a nova legislação estabelece que somente pessoas físicas (as jurídicas estão proibidas) doem dinheiro ou valores estimáveis em dinheiro para campanhas. Além disso, a lei passou a estipular um limite de gastos aos candidatos, com base no seu histórico de gastos declarados, em eleição anterior, na respectiva circunscrição eleitoral.

Mais do que isso, houve uma redução da campanha eleitoral para 45 dias, metade do tempo que vigorava até então. O período de propaganda dos candidatos no rádio e na TV também foi diminuído em 10 dias, passando de 45 para 35 dias. Não obstante, houve um reconhecimento explícito na lei, da internet como espaço legítimo para o desenvolvimento das campanhas, além da alusão às redes sociais, como canal para a divulgação de

posicionamento pessoal dos candidatos sobre questões políticas, sem caracterizar propaganda eleitoral antecipada, antes da data oficial de início da campanha ⁴.

A conjuntura legal, alinhada as transformações tecnológicas em curso, tornou quase natural a transbordamento das campanhas dos espaços tradicionais, para o que poderia ser denominado (não sem controvérsias) “esfera pública virtual” (Castells, 1999). Em se tratando de um ambiente “livre” e “aberto”, a participação dos “internautas” constitui-se um capítulo à parte não somente às estratégias de elaboração das campanhas, mas também à compreensão do próprio exercício da cidadania política na rede.

O “meme” como forma de ação política ?

O crescimento das pesquisas sobre a relação entre internet e participação política parece progredir, na mesma proporção em que o fenômeno da inclusão digital diminui o *gap* entre os conectados e os desconectados digitalmente. Consolidadas algumas das discussões preliminares do campo, os autores dedicam-se menos a examinar o papel que os mecanismos causais desempenham na intermediação entre aspectos específicos da Internet e resultados políticos (Farrell, 2012) e dão mais atenção aos efeitos práticos que o uso das tecnologias digitais por parte dos cidadãos exerce sobre a vida política.

Como propõe Karolina Koc-Michalska et al (2016), “o engajamento político cívico está no centro da pesquisa em ciências políticas, concentrando-se especialmente no comportamento de voto e no que são descritos como formas tradicionais de participação política: demonstrar, entrar em contato com representantes eleitos ou aderir a organizações políticas. Enquanto estes continuam a ser o núcleo da sociedade democrática, surgem debates sobre novas formas de participação oferecidas pelas novas tecnologias da era digital”. A questão é: “devemos reconhecer as ações facilitadas pelas oportunidades participativas oferecidas pelas novas plataformas de comunicação (como as redes sociais e os microblogs) como formas de participação política?”.

A indagação dos autores não é gratuita. Talvez em razão da originalidade, diversidade, amplitude e, por consequência, das dificuldades de mensuração impostas por algumas das ferramentas de rede, haja uma reserva, *a priori*, por parte da crítica, em aceitá-las, integralmente, como instrumentos, *per si*, de ação política. Se uma parte destes recursos já possui um lastro mais consistente de análises (como os sites, os blogs e, mais recentemente, as redes sociais), outros ainda são pensados de forma mais “marginal”.

⁴ Lei nº 13.165/2016, artigo 36-A.

É o caso dos “*memes*”. O dicionário Oxford emprega uma das possíveis definições para o termo, na linha postulada pela obra do biólogo inglês Richard Dawkins que cunhou a expressão (tomando emprestada a etimologia grega), pela semelhança com as palavras “gene” e “memória”, em seu livro “O Gene Egoísta”, de 1976. Ou seja: “Um elemento de uma cultura ou sistema de comportamento que pode ser transmitido de um indivíduo a outro por meios não genéticos, especialmente imitação”. E, ainda, “uma imagem, vídeo, parte de texto, etc., normalmente de natureza bem-humorada, que é copiada e se espalha rapidamente por usuários da internet, muitas vezes com pequenas variações”⁵.

Nesta segunda acepção, os “*memes*” tem experimentado um sucesso crescente entre os usuários das redes, constituindo uma espécie de “viralização” de informação, sintetizando ideias que alcançam ampla popularidade e intenso compartilhamento.

No campo da pesquisa, o fenômeno também repercute como objeto de interesse científico. Limor Shifman (2013) sistematiza uma das primeiras análises mais consistentes da origem e da natureza dos “*memes*” da internet. A autora posiciona as manifestações como legítimas representantes de uma nova forma de participação digital. Em particular, dá ênfase ao emprego dos “*memes*” como forma de participação política, por cidadãos e militantes, bem como ferramenta de campanha (analisando a corrida presidencial norte-americana 2008, para ilustrar como os “*memes*” podem ser utilizados como instrumentos de persuasão pelos candidatos a cargos públicos).

Além de seu emprego em caráter persuasivo, por autoridades, a autora identifica outras formas com que os “*memes*” podem ser apresentados na vida política: como instrumento para articular manifestações de movimentos sociais e da sociedade civil, como modo genérico de expressão política e de discussão pública e, de forma mais específica, nos regimes não democráticos, para subverter a ordem estabelecida. A classificação não é exaustiva, mas permite a fixação de certas categorias para o objeto.

Como objeto de estudos na área da comunicação, os “*memes*” dão forma a um projeto do departamento de Estudos Culturais e Mídia da Universidade Federal Fluminense, que visa aproximar os internautas das pesquisas sobre o universo dos virais: o Museu de Memes. Trata-se de uma plataforma *online* feita por professores e alunos da

⁵ Oxford Living Dictionaries (tradução livre). Disponível em <https://en.oxforddictionaries.com/definition/meme>. Acesso em 25 de setembro de 2016.

universidade que traz referências sobre pesquisas científicas na área ⁶. A iniciativa tem como precursor o *Museum of Hoaxes*, que existe desde 1997, em San Diego, dedicado a “preservar a memória dos enganos, travessuras e desinformações ao longo da história” ⁷.

A percepção dos “memes” como mera brincadeira, manifestação inconsequente ou tolice inofensiva não se coaduna com a verdadeira dimensão que o recurso pode representar, ao menos no ambiente político. Sua importância potencial baseia-se no entendimento de que as informações provenientes de familiares, amigos e pessoas mais próximas podem ser mais convincentes do que o que é gerado pelas elites políticas.

Tal noção atravessa o campo de estudos da interação social. Na obra clássica de Elisabeth Bott (1976), a autora emprega o conceito de rede para aquelas situações em que a categoria “grupo” é incapaz de traduzir a complexa mobilidade entre os sujeitos que estão se relacionando socialmente. Naturalmente, o faz em um ambiente pré-internet, para estruturar seus estudos sobre famílias e laços de parentesco. Bott divide as redes sociais em “abertas” ou “fechadas”, de acordo com o “estreitamento” ou a “frouxidão” dos laços existentes entre os diversos indivíduos que compõem a rede.

São estes laços que permitem aos membros de uma rede, mediante processos interacionais, estabelecer um regime de trocas, tanto materiais, quanto simbólicas, como as informações. Fundamentadas sob esta perspectiva, as trocas tornam-se elementos determinantes para a constituição do status e do prestígio dos membros da rede.

Na rede mundial de computadores contemporânea, a articulação das relações sociais é quase sempre transitória, impessoal e cercada de incertezas. Em tal contexto, os “memes” tem o potencial de se converter em um elemento de “unidade”, por transmitir mensagens simples e diretas, que se destacam por seu apelo imagético e conciso.

As pessoas se identificam com a peça de informação, legitimando-a ao propagá-la, com um grau de reconhecimento e adesão à causa proposta pelo objeto, como se fora sua. É nisso que reside a força dos “memes”: uma forma eficiente de difundir uma mensagem, alinhada com elementos da cultura popular, em linguagem prática e direta, sobre acontecimentos recentes e de interesse coletivo, com alguma leveza e senso de oportunidade. É uma equação reducionista, mas carregada de impacto.

⁶ Museu de Memes. Disponível em <www.museudememes.com.br>. Acesso em 20 de setembro de 2016.

⁷ *Museum of Hoaxes*. Disponível em <<http://hoaxes.org/>>. Acesso em 20 de setembro de 2016.

Naturalmente, há quem condene o recurso, por entender que contribuiria para uma superficialização do debate político. Em recente matéria para o jornal *online* Nexo, Ana Freitas entrevistou alguns especialistas no tema, que se dividem entre o entusiasmo e o pessimismo com relação aos “*memes*”. Na linha dos que entendem que os “*memes*” ajudam a lidar com frustrações e tornam a política mais ‘cool’”, está o professor da Escola de Comunicação e Mídia da Universidade de Montclair e especialista em “*memes*” políticos, Joel Penney, para quem “há humor, mas não é só isso. Geralmente, um ponto de vista é expressado através do humor. Os “*memes*” tentam influenciar uma rede de contatos e em geral se tornam uma espécie de peça de marketing político”⁸.

Eleições cariocas e “*memes*”

Reza a lenda que o carioca é um gozador por natureza. Síntese dos estereótipos consagrados pela academia (do “ser cordial”, de Sérgio Buarque de Holanda ao *persona* do “jeitinho”, de Roberto da Matta) acrescidos dos encantos paisagísticos e atmosfera descontraída da cidade, resultaria um cidadão sociável, hospitaleiro e bem humorado. Concepção crível ou não, fato é que não se nega tal vocação no ambiente *online*.

A eleição para a Prefeitura da cidade, para o quadriênio 2017-2020 não poupou os candidatos do escrutínio virtual, ora irônico, ora cruel por parte dos cibercidadãos. Ao examinar alguns dos “*memes*” mais repercutidos na rede, no período de 30 dias que antecederam as votações do primeiro turno, de 01 de setembro a 01 de outubro de 2016, é possível avaliar as percepções ensejadas no campo das redes, acerca dos agentes de representação dos interesses coletivos, que conformam o atual modelo político carioca.

O critério metodológico empregue para selecionar os dados para a pesquisa não seguiu nenhum rigor métrico *a priori* adotado por outros tipos de trabalhos do gênero. Ao contrário, preferimos a análise qualitativa, fundando a seleção da amostra da pesquisa com base na experiência pessoal do autor como usuário das redes, cientista político e eleitor dos candidatos analisados. Neste contexto, utilizamos a ferramenta de buscas do Google, com a chave de pesquisa “*memes* candidatos prefeito eleições cariocas 2016” (e algumas variações, constando os nomes dos candidatos e a cidade do Rio de Janeiro).

⁸ “Qual o papel dos *memes* na discussão política”, Nexo, 14 de maio de 2016. Disponível em <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/05/14/Qual-o-papel-dos-memes-na-discuss%C3%A3o-pol%C3%ADtica>>. Acesso em 12 de Setembro de 2016.

Com base nos resultados encontrados (que, naturalmente, refletem o algoritmo do motor de buscas da plataforma utilizada, como base no perfil de uso do pesquisador) selecionamos as informações a serem analisadas, de forma direcionada (ao menos dois “memes” para cada um dos seis principais candidatos, segundo as pesquisas ⁹). Assim, o propósito da escolha não se baseou em critérios numéricos (mais compartilhamentos, por exemplo) ou partidários (consoante às convicções políticas o autor), mas tão somente naquilo que julgamos simbolizar mais convenientemente o fenômeno em análise.

O que os “memes” dizem sobre os candidatos ?

Em razão da limitação do espaço, optamos pela descrição, por escrito, dos “memes” analisados. Sua correspondência imagética é colacionada no anexo I.

Surpreendentemente, o candidato com mais intenções de votos, Marcelo Crivella (PRB), parece ter sido o mais “poupado” da provocação do eleitorado, pelas vias digitais. Os “memes” abordando a temática religiosa (o candidato é bispo da Igreja Universal), só não foram páreo para a série de postagens surgida após o último debate televisivo, do primeiro turno, quando o candidato “cantou”. “Hj vim só cantar” (imagem do candidato com microfone nas mãos) tem um viés zombeteiro, mas também reflete o reconhecimento da liderança folgada as pesquisas, desde o início da corrida eleitoral.

O candidato que mais atraiu a atenção dos “internautas” foi Flávio Bolsonaro. Representante do PSC, terceiro colocado nas intenções de voto, representante de um pensamento ultraconservador, que tem no pai, Jair Bolsonaro, seu esteio, por si só já polarizaria os debates com os candidatos de “esquerda”, por sua postura agressiva e truculenta. No entanto, para deleite dos eleitores, o candidato teve um mal súbito, logo no primeiro debate televisivo, na Band e quase desmaiou ao vivo. O episódio rendeu uma enxurrada de “memes”, na linha do “Soldado que vai à guerra com medo de morrer é um covarde (frase sobreposta a imagem de Jair Bolsonaro) e no complemento da imagem (cena de Flávio sendo amparado pelos seus concorrentes), o texto: Aiii papi”. A reação imediata do público, em tom pejorativo, colocando em dúvida a virilidade do candidato e sua capacidade de enfrentar pressões se tornaram um estigma para sua campanha.

⁹ A pesquisa base utilizada como referência foi a de nº RJ-06567/2016, a primeira de uma série de pesquisas relativa às eleições para a prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, realizada pelo Ibope, registrada no TSE em 17/08/2016 e divulgada nos meios de comunicação em 23/08/2016. Disponível em < <http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/disputa-pela-prefeitura-do-rio-de-janeiro-comeca-com-crivella-na-lideranca/>>. Acesso em 01 de setembro de 2016.

Marcelo Freixo (PSOL), que empreendeu forte campanha das redes, sobretudo, em razão de suas limitações orçamentárias teve que lidar, quase todo o tempo, com os ataques dos adversários, em razão da acirrada disputa pela sua segunda colocação nas intenções de votos. Possivelmente, foi o candidato que mais dividiu as atenções do eleitorado, nas redes. Sua linha programática, inclusiva e orientada para as minorias, rendeu divergências que o acompanharam em todo o primeiro turno. Por um lado, aparece retratado como um “herói (em imagem de fundo com as mãos “ajeitando” o colarinho da camisa, mas dando a sensação dos punhos em riste), com direito a onomatopeias típicas dos quadrinhos ao fundo da imagem (“Pow”, “Bam”) e descrito como um dos personagens da “Liga da Justiça”, que irá lutar contra a polícia, bandidos, empresários –inclusive o Batman”. Por outro, aparece como uma espécie de oposto: “Quando for assaltado, aceite, pois o bandido é uma vítima da sociedade”. Teve que lidar com polarizações em tempo contínuo, dada a percepção ensejada como “radical”.

Na mesma linha de identidade pré-constituída, em razão de sua filiação partidária e posicionamento destacado na Câmara dos Deputados Federais, contra o *impeachment* da então presidente Dilma Rousseff, a candidata do PCdoB, Jandira Feghali, quarta nas intenções de voto, não teve vida fácil nas redes. Única mulher concorrente ao cargo de prefeita da cidade, Jandira foi alvo de diversas manifestações hostis, que ora colocavam em dúvida sua feminilidade, ora debochavam de sua aparência física. Entretanto, repercutiu mais o “*meme*” em que é retratada “acudindo” o candidato Flávio Bolsonaro (no episódio do quase desmaio, anteriormente descrito), ao lado do pai de Flávio (que aparece na imagem em lugar do candidato Osório, que é quem efetivamente consta na imagem original do acontecido) caracterizados como personagens da série “Chaves”, sob o texto: “Vamos, Tesouro. Não se misture com essa gentilha”.

Outro candidato que teve que lidar com os “fantasmas” que lhe assombravam desde antes do lançamento de sua candidatura (supostamente, como o candidato preferido do prefeito em exercício da cidade, Eduardo Paes), foi Pedro Paulo (PMDB). Suas ações na rede procuraram dissociá-lo do estigma de agressor, dado o episódio de violência doméstica em que se envolveu, com sua esposa, no passado recente. A contrapartida do público foi exatamente no sentido oposto. Quando não era traduzido pelos “*memes*” como “espancador de mulheres”, tinha sua relação com o prefeito questionada.

Por fim, o candidato que angariou a sexta posição na intenção dos votos dos eleitores, Índio da Costa (PSD) pretendeu projetar uma imagem de candidato “antenado” com os

novos tempos e engajado com os recursos tecnológicos para a administração da cidade. Conseguiu. Mas, às avessas. A percepção mais frequentemente associada ao candidato foi a de um “Steve Jobs genérico”, seja pela indumentária adotada em alguns debates televisivos (camiseta preta, à la Jobs), seja pela recorrência em propor a criação de aplicativos como solução para praticamente todos os problemas. Virou “*meme*” !

Conclusão

Não teríamos a ingênua pretensão de concluir que os “*memes*” foram mais ou menos determinantes no processo de escolha dos representantes à prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, nas eleições municipais de 2016. O mais correto seria dizer que as ações de participação política transcendem o voto, articulando-se em torno de processo complexo, que envolve variados ambientes, recursos e atores. Sem compreendê-los na sua integralidade, não há como estabelecer um sentido possível para a prática política.

O que pretendemos com este exame foi tão somente apontar as apropriações que os indivíduos são capazes de fazer, acerca de alguns dos elementos do mundo político, a partir de um conjunto de tecnologias digitais, de nova geração. Sem as mesmas, talvez fosse possível pensar em recortes semelhantes, ainda que, sem a mesma potencialidade. A existência das redes virtuais e suas possibilidades de interconexão entre os usuários tem tornado mais sofisticado o relacionamento entre o público e a política. E entre as formas de comunicação política resultantes desta transformação do paradigma tecnológico, os “*memes*” são um subproduto interessante a ser pensado, no rol de outras alternativas.

Como outros recursos atualmente em uso, no ambiente técnico contemporâneo, os “*memes*” oferecem uma forma diferente de participação cívica, em que os cidadãos são capazes de expressar suas opiniões políticas e se envolver em debates de interesse coletivo. Não se trata de reconhecê-los como melhor ou pior maneira de relacionar-se com o universo da política, mas de entendê-los como ferramentas importantes. Para tanto, é necessário avançar muito mais nas pesquisas, criando novas metodologias, sobretudo mais precisas, que possam dimensionar o quanto aqueles conteúdos produzidos por indivíduos comuns, podem funcionar como elemento catalisador junto a outros indivíduos que, ou não se sentem aptos a participar da vida política ou não conseguem partilhar seus pontos de vista nos meios de comunicação tradicionais.

Bibliografia

- AGGIO, C. Os candidatos ainda evitam a interação? Twitter, Comunicação Horizontal e Eleições Brasileiras. *E-Compós*, 18:1-22, 2015.
- BIMBER, B. e DAVIS, R. *Campaigning Online: The Internet in US Elections*. New York: Oxford University Press, 2003.
- BOTT, Elisabeth. *Família e rede social*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1976.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede - a era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo, Paz e Terra, 1999.
- CHADWICK, A. *Internet Politics: States, Citizens, and New Communication Technologies*. New York: Oxford University Press, 2006.
- DAHLGREN, P. The internet as a civic space. In: COLEMAN, S. e FREELON, D. (eds). *Handbook of digital politics*. Edward Elgen Publishing: Cheltenham, 2015. p. 17-34.
- FARRELL, Henry. The consequences of the internet for politics. *Annual Review of Political Science*, 15:35–52, 2012.
- GUREVITCH, M. et al. Political Communication – Old and New Media Relationships. *Annals of the American Academy of Political and Social Science (AAPSS)*, 625, 2009.
- KOC-MICHALSKA, Karolina et al. Civic political engagement and social change in the new digital age. *New Media & Society*, October, vol. 18, 9 1807-1816, 2016.
- KREISS, D. Digital Campaigning. In: COLEMAN, S. e FREELON, D. (eds). *Handbook of digital politics*. Edward Elgen Publishing: Cheltenham, 2015. p. 118-135.
- NIELSEN, R.K.; VACCARI, C. Do People ‘Like’ Politicians on Facebook ? Not really. Large-Scale Direct Candidate-to-Voter Online Communication as an Outlier Phenomenon. *International Journal of Communication*, 7(24):2333-2356, 2013.
- SHIFMAN, Limor Shifman. *Memes in Digital Culture*. MIT Press, 2013.
- STROMER-GALLEY, J. On-line interaction and why candidates avoid it. *Journal of Communication*, 50(4):111-132, 2000.

Anexo I



PRIVAÇÃO DO DIREITO AUTORAL: A VALORIZAÇÃO DO DIREITO MORAL NA PUBLICIDADE¹

Roberto Sá Filho²

Rafael Liporace³

Resumo

Cada vez mais a propriedade intelectual e suas vertentes, despontam como agentes de extrema importância na competitividade organizacional. Porém, a questão é demasiadamente complexa, principalmente quando a maioria das Leis foram desenvolvidas para produtos físicos e moldadas em lógicas de uma sociedade industrial. Desta forma, entre outros setores, destaca-se neste trabalho, o de publicidade e propaganda, que por oferecer um produto de vida útil efêmera não é abarcado de forma satisfatória pelas Leis em vigor. Embora pareça que a classe fique desamparada, o presente trabalho mostra que os trabalhadores se adaptaram aos novos tempos captando, de forma empírica e natural, valores da cibercultura, e consequentemente criando normas tácitas que acabam regulando de maneira informal o direito moral à produção criativa do setor.

Palavras-chave: Economia Criativa; Propriedade Intelectual; Direito Moral; Cibercultura; Publicidade.

¹ Trabalho apresentado no XIII Póscom, de 23 a 25 de novembro de 2016, no GT 5- Comunicação & Política.

² Mestrando em Gestão da Economia Criativa – ESPM-RJ. E-mail: beto.sa@globocom

³ Mestrando em Gestão da Economia Criativa – ESPM-RJ. E-mail: rafa@agenciaavera.com.br

“Enquanto a moeda de troca do século XX eram os produtos; no século XXI serão as ideias”

Steven Sheppard (Editor chefe da Business Week)

1. Introdução.

Durante a era industrial o modelo padrão adotado era o de servidão do empregado, privilegiando atividades desprovidas de criatividade. Entretanto, na sociedade pós-industrial ocorre uma mudança nesse paradigma, na qual, o trabalhador passa a ser reconhecido como indivíduo e a valorização de suas ideias e sua criatividade passaram a ser elementos determinantes no ambiente de trabalho.

Nesse contexto de valorização, a importância da proteção à criatividade, que se apresenta como bem intangível, mas é o ativo-chave dessa nova economia, se torna um assunto de extrema relevância e que se alastra por extensa bibliografia e discussões.

São os denominados ativos intangíveis - apropriados sob a forma de títulos, responsáveis pela geração de royalties, por meio da exploração de marcas e patentes, e copyright, pela reprodução de obras artísticas e literárias (MATIAS-PEREIRA, 2011, p.55)⁴

Em suma, a propriedade intelectual, que envolve a propriedade industrial, direitos autorais e diversas outras variantes ligadas à criatividade e ao conhecimento, pode ser resumida como um privilégio legal concedido pelo Estado aos inventores, autores e desenvolvedores, ou ainda a terceiros, pessoas ou empresas detentoras dos direitos de exploração, de um produto que tenha sido criado por intermédio da criatividade. O tema se torna ainda mais significativamente amplo, complexo e polêmico quando são consideradas possibilidades de inovações que geram vantagens competitivas para empresas, na qual o direito sobre patentes e produtos passam a representar maior rentabilidade para as corporações.

⁴ O autor cita o pensamento como extraído de outra obra de sua autoria (MATIAS-PEREIRA José. KRUGLIANSKAS, Isak. A Lei de Inovação como instrumento de suporte à política industrial e tecnológica do Brasil. Revista de Administração de Empresas (RAE- eletrônica), p. 1-18, abr./jul. 2005. Disponível em: www.rae.com.br). Porém, no acesso realizado em 29 junho de 2016, não foi encontrada nada referente a este pensamento no trabalho indicado pelo autor. Por isso a opção pela menção direta à obra na qual se encontra a passagem de texto citada.

Todavia, dentro deste vasto território, concordando com a afirmativa de Gracioso; Penteado (2008, p.53) de que “A verdade é que na economia de mercado não se compreende crescimento sem propaganda”, o presente trabalho se direciona para outro ponto menos visitado, a propriedade intelectual em publicidade e propaganda, que devido à características peculiares, comparadas ao contexto das indústrias criativas, como o de apresentar um produto final com vida útil mais efêmera e normalmente sem muitas possibilidades de rendimentos futuros, necessita de um olhar específico sobre suas aplicabilidades, necessidades e resultados.

Aprofundando nesse recorte, busca-se traçar uma argumentação em favor dos profissionais dessa categoria, trabalhadores da classe criativa que, mesmo sem receber remuneração financeira direta pelo produto gerado de sua criatividade, necessitam que o mercado os reconheça constantemente como autores dos mesmos para validar sua capacidade criativa, e permitir que estes profissionais se desenvolvam profissionalmente em suas carreiras.

Para alcançar esse objetivo, além de um aprofundamento bibliográfico no assunto, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com seis profissionais de publicidade⁵, todos com no mínimo 15 anos de atuação no mercado.

Entretanto, antes de adentrar-se nas análises, argumentações e conclusões, após esse capítulo introdutório, faz-se então necessário, um bloco de análise da propriedade intelectual no Brasil, e outro, de propriedade intelectual na economia criativa.

Desta forma, compreendendo problemas comuns em áreas afins, espera-se colaborar para que outros setores possam apropriar-se de soluções, ou da norma tácita, encontradas por profissionais de publicidade e propaganda. Uma classe de profissionais que, como será explicitado ao longo do trabalho, desenvolveu um “código de direito moral” para defender seus interesses. Pois, mesmo que não recebam um retorno financeiro direto pelo produto gerado, entendem que o reconhecimento pela autoria é importante, já que o sucesso econômico neste setor depende de sua capacidade de criar campanhas publicitárias que são comprovadamente criativas e eficazes para seus clientes (WIPO, 2011)⁶.

⁵ Alguns recortes serão utilizados ao longo do trabalho. Mas, as entrevistas na íntegra encontram-se transcritas no Apêndice.

⁶ Transcrito de: “The economic success of an advertising enterprise depends on its ability to create advertising campaigns that are demonstrably effective for clients” (WIPO, 2011, p.35)

2. Propriedade Intelectual

2.1. A propriedade intelectual no Brasil

Como afirma Matias-Pereira (2011), a gestão das políticas públicas de proteção à propriedade intelectual apresenta-se como um instrumento importante para apoiar o crescimento econômico do país. Por sua vez, quando existem deficiências na gestão das políticas nesta área, seus efeitos tendem a afetar a competitividade das empresas.

No Brasil, cabe ao Estado desenvolver uma política de proteção à propriedade intelectual. De maneira que os direitos estão definidos no art. 5º, XXVII, XXVIII e XXIX, da Constituição Federal de 1988 (BRASIL, 1988).

Entretanto, a gestão do sistema de proteção à propriedade intelectual do Brasil não é consistente, podemos dizer até que o país caminha muito lentamente nessa área e como ressalta MATIAS-PEREIRA (2011), que no Brasil ainda não conseguimos desenvolver um sistema de administração pública de gestão do sistema de propriedade intelectual compatível com as exigências das demandas num mundo globalizado. Acrescenta-se a isso, o fato que nos últimos anos aconteceram algumas tentativas favoráveis ao incentivo da proteção intelectual, principalmente voltadas para a área de inovação. Dentre as leis aprovadas, destacam-se a Lei de Inovação (Lei 10.973, de 2004) e a Lei do Bem (Lei 11.196, de 2005), que concedem incentivos fiscais a empresas que invistam em pesquisa e desenvolvimento de inovação tecnológica, porém foi suspensa em 2015, mostrando as discontinuidades em políticas do setor, aumentando as incertezas de empresas que poderiam investir no setor, já que cria dúvidas sobre o resultado de investimentos feitos em desenvolvimento de novos produtos e ideias. Em resumo, esses fatores expõe a falta de prioridade governamental no que tange ao tema.

2.2. A propriedade intelectual na economia criativa.

No Brasil, toda essa discussão (sobre indústrias criativas), que teve início nos países desenvolvidos na década de 1980 e se fortaleceu na década seguinte, só germinou no começo do século XXI. De toda maneira, é crescente no país a produção de estudos voltados para a compreensão das características da economia criativa, e de como ela pode se tornar um vetor de desenvolvimento econômico e urbano. (MEDEIROS JUNIOR; GRAND JUNIOR; FIGUEIREDO, 2011, p.4)

Para os diversos setores abarcados pela nova economia, a criatividade tem papel fundamental no processo estratégico e competitivo do negócio, seja pela sua capacidade de criar produtos ou apenas solucionar problemas. Desta forma, entende-se que “a lógica econômica do conhecimento é diferente da que rege a produção física. (...) A batalha do século XX, centrada na propriedade dos meios de produção, evolui para a batalha da propriedade intelectual do século XXI. (DOWBOR, 2009, p.7). Ou seja, a economia criativa, ao emergir, exige cada vez mais surjam novas formas de pensar nas de Leis de propriedade intelectual, para que se adequem não só as necessidades de setores baseados no intangível, mas também em áreas conectadas à era digital, principalmente quando entende-se que “a internet é o tecido de nossas vidas” (CASTELLS, 2003, p.7). Afinal, Leis que parecem idiotas, dificilmente são cumpridas. Ou, será necessário penalizar diversos estudantes que recorrem a formas de acesso à informação por xeroxes e downloads que podem ser considerados ilegais.

O fato é que dentro da economia criativa se encontra um paradoxo entre a valorização do produto intelectual, através da proteção à propriedade intelectual, e a disseminação do conhecimento livre, em que se pede mais abertura à obras e conhecimento. Fato bem abordado por Dowbor (2009):

Somente teremos acesso digital a uma obra 70 anos depois da morte do autor (por exemplo após 2050 para Paulo Freire). O que significa que 90% das obras do século passado ficarão indisponíveis para pesquisa digital, isto quando a realização de lucros sobre o *copyright* se limita quase integralmente aos 5 ou quando muito 10 anos depois da publicação. Imenso prejuízo social para pequenos lucros privados. A solução não é liquidar os direitos de propriedade intelectual, mas limitá-los a 5 anos prorrogáveis por mais 5 pelo dono dos direitos, caso ache que vale a pena. Grande parte das obras se tornaram indisponíveis porque não se consegue sequer identificar o dono dos direitos, isto para quem está disposto a pagar para reeditar. (DOWBOR, 2009. p.3)

Conclui-se então, que aos milhões de brasileiros criativos que buscam meios de acesso e capital para obterem sua subsistência através da exploração da sua própria criatividade, o esforço será ainda maior sem uma proteção rápida, barata e eficiente. Se as leis não estão atendendo aos que já estão estruturados nessa nova economia, então dificilmente atenderão aos que estão tentando emergir neste vasto oceano.

3. A percepção virtual do “direito moral” na publicidade

Um dos grandes trunfos da publicidade é o ineditismo, ou seja, contar a uma história de uma maneira que nunca foi contada antes, e desta forma surpreender e cativar o público. As campanhas, em sua grande maioria, são efêmeras, não duram muitos meses na mídia, em alguns casos, o tempo de produção de uma ideia publicitária é maior do que a sua permanência nos veículos de comunicação (GRACIOSO; PENTEADO, 2008).

Apesar dos fatores supracitados, que demonstram a busca pelo ineditismo, tenham sido confirmados pelos relatos da maioria dos entrevistados, o consenso entre eles é que casos de “coincidências criativas” ou plágios são considerados comuns na área.

E, mesmo que a autoria do produto criativo seja de extrema importância, o desconhecimento de Leis, a descrença em suas aplicações, a demora e os custos financeiros são fatores que afastam esse profissional de um processo mais legitimado, como revelado por um dos entrevistados:

“Vou te confessar que eu não procuro os meios legais tradicionais, porque é demorado, caro, principalmente caro.” (Entrevistado 1)

Por este afastamento de uma legislação formal, o ecossistema publicitário criou normas tácitas que valorizam o inédito e colocam tudo aquilo que já foi feito renegados a uma categoria de “proibido”.

“Se já foi feito, vira uma regra, é mais ou menos como um acordo de cavalheiros. “Foi feito? Então amigo, pula pra outra.” (Entrevistado 2)

“Não pode! Isso já foi feito, pensa em outra coisa.” (Entrevistado 6)

Da mesma forma que Lévy (1999, p.129) afirma que “as comunidades virtuais exploram novas formas de opinião pública”. É possível então fazer uma análise de que a “punição” aos infratores da regra tácita é feita pela própria comunidade publicitária, hoje fortemente conectada pela internet.

“O mercado já repudia, e isso que é interessante” (Entrevistado 2)

“Depois da internet, fica muito difícil você passar incólume a esse tipo de situação”. (Entrevistado 4)

“Porque é muito feio o profissional que copia.” (Entrevistado 6)

Da mesma forma que a comunidade “julga” as cópias e seus autores, ela também valida, ou até consagra os detentores do “direito moral” pela autoria da ideia, ou do trabalho. Afinal, mesmo que não tenha nenhuma validade legal ou financeira, ser reconhecido como autor, ou provedor, da ideia publicitária de forma moral é importante para a carreira desse profissional.

“Copiar, é copiar. O ser copiado não, você acaba virando uma referência.”
(Entrevistado 2)

“Pode ser uma grande coisa ser copiado. Pode ser um sinônimo, um sinal de enaltecimento. Pô fulano copiou, deve ser bom.” (Entrevistado 1)

Esse julgamento virtual pela comunidade publicitária corrobora a importância dessa conectividade. Por isso, mesmo que de maneira empírica e natural, esta classe mostra ter adotado o conceito de que “a conectividade permite que você busque mais independência, enquanto a independência é uma motivação para que você se torne cada vez mais conectado.” (DAVIS; MEYER, 1999, p.113), e faz do ambiente digital seu meio de proteção ao reconhecimento da autoria original de um trabalho como foi exposto por todos os entrevistados.

“Eu registro tudo. Eu registro na internet, ponho no site, imprimo. O que eu conseguir de gerar dado, data.” (Entrevistado 1)

“Se você coloca uma coisa legal nas redes sociais hoje, ainda mais quem é do mercado criativo, que normalmente todo mundo se segue, as pessoas costumam replicar aquilo. E sempre replicando e dando crédito para quem fez”. (Entrevistado 2)

“Quem cacareja primeiro. É aquela coisa, se você se fez estar presente primeiro que o outro, alguém alguma hora vai dizer: Opa! Peraí, isso aqui já foi feito! [...]Acho que a melhor maneira é colocando na rua e divulgando. [...] Normalmente em sites, todos os sites especializados”. (Entrevistado 3)

“É deixar os trabalhos expostos, divulgados sempre que possível.”
(Entrevistado 4)

“Eu acho que quando você divulga o seu trabalho em algum lugar, num site, no seu portfólio [on-line], você coloca no seu portfólio e de certa forma está lá registrado, é uma forma de provar que você já fez aquilo”. (Entrevistado 5)

“Se você não tem a facilidade de estar nas grandes mídias, de colocar na revista Veja, na Rede Globo. De alguma forma tentar dar vazão dentro dos seus canais de comunicação. São suas redes sociais. [...] É uma maneira de você, pelo menos, registrar que isso já foi feito antes de outra pessoa.” (Entrevistado 6)

Em uma das entrevistas surgiu um relato que resume o pensamento captado ao longo das pesquisas, mostrando que, para esta classe de profissionais, faz mais sentido confiar na aclamação dos pares do que na legislação vigente, já que o ambiente digital permite essa prática de forma mais econômica em relação os meios jurídicos tradicionais.

“Hoje é muito fácil você acabar com um plágio no on-line. [...] O próprio público desmoraliza aquele cara. Então não tem porque eu pagar mil Reais.”
(Entrevistado 1)

4. Argumentação

A propriedade intelectual certamente proporciona propriedade, mas raramente garante ou mesmo oferece posse, com a qual quero dizer controle físico exclusivo sobre a propriedade. (HOWKINS, 2013, p. 45)

Como exposto nos capítulos anteriores, a criatividade tem papel fundamental no processo estratégico das organizações, mas no Brasil, a fragilidade no cumprimento da Lei, os altos custos de legalização, o tempo estendido para conclusão do processo e o resultado final alcançado, desacreditam o sistema como forma de proteção aos direitos intelectuais no setor de propaganda.

A solução encontrada, de forma natural pelos profissionais do setor é o de proteção à propriedade do “direito moral”, já que o trabalho produzido em si, ou seja, anúncio ou a ideia publicitária, não oferecerá nenhum recurso financeiro futuro, mas sim, o reconhecimento dos pares pela autoria de bons trabalhos, e isto irá gerar oportunidades de emprego, promoções e valorização profissional.

Desta forma, mais que o amparo legal, o reconhecimento pelos pares torna-se algo de extrema relevância. Não só pela fiscalização e legitimidade da autoria, como também pelo enaltecimento do que é bom, do que é criativo, do que é novo.

Verifica-se desta forma, que a postura adotada por esses profissionais, corrobora as afirmativas sobre a cibercultura apontadas por Lévy (1999, p.128) de que “a recompensa (simbólica) vem, então, da reputação de competência que é constituída a longo prazo na “opinião pública” da comunidade virtual”, confirmando também às teorias de Castells (2003) “A internet pode ser o alicerce organizacional de uma cultura específica.

A partir daí, pode-se então concordar em parte com Gracioso; Penteado (2008, p.236), quando afirmam que “as sociedades mudam devagar e a propaganda acompanha e reflete a sociedade”, isso porque, na era digital a sociedade acelerou, “a comunicação e a computação quase instantâneas, por exemplo, estão reduzindo o tempo e nos concentrando no aspecto da velocidade” (DAVIS; MEYER, 1999, p.6), mas a propaganda e a comunidade publicitária, se adaptaram refletindo sim essa nova sociedade da interconexão.

Em geral, as entrevistas realizadas demonstram que a comunidade publicitária já se moldou a algumas mudanças no modelo social geradas pela era digital. Principalmente no que tange a formação de sua imagem social-profissional.

Os atores sociais têm, em grande medida, controle sobre os materiais que optam por deixar visíveis nos seus sites de redes sociais, não se tratando, portanto, de uma hipereposição aleatória do eu, uma vez que que jogam com o que desejam deixar a mostra e o que desejam ocultar, performatizando discursiva e materialmente suas identidades nos sites. (POLIVANOV, 2014, p.53)

E acrescentando ao supracitado que, o crescimento e a valorização de outras áreas da economia criativa geram novos modelos de negócios, fica implícito a necessidade de novos “contratos” de direitos autorais.

Assim como exposto por Castells (2003) de que hoje a internet é algo inerente às nossas vidas. E ainda, considerando que a “a cibercultura é fractal. Cada um de seus subconjuntos deixa aparecer uma forma semelhante a sua configuração global.” (LÉVY, 1999, p. 142), o presente trabalho deixa uma pergunta para futuros estudos: Será que o

modelo adotado por profissionais desse setor, que se mostram eficientes para as suas necessidades, podem ser aplicadas a outros setores?

Obviamente, faz-se necessário a construção de um arcabouço legal que contribua para uma maior legitimidade do sistema. Mas, considerando que mesmo em mercados mais adequados a prática de propriedade intelectual, a demora na análise dos pedidos, elevação do custo de registro e até expedição de patentes duvidosas já prejudicam bastante o funcionamento do sistema, um novo modelo que valorize, principalmente, o “direito moral” pode ser entendido como solução para diversos setores além da publicidade, como a arquitetura, grafite, gastronomia, produção de eventos, entre outros.

5. Conclusão

Da mesma forma que a sociedade agrícola foi transformada pela industrial, a sociedade industrial está sendo transformada pela sociedade da inovação, do conhecimento e da criatividade. E nesse cenário, a parte intangível da economia cresceu sem fazer alarde, mas mudando profundamente a maneira que o homem interage com mundo (DAVIS; MEYER, 1999). Diversos setores da sociedade vivem um processo de constante recriação, renovação e reinvenção. Mas, deixando no ar uma pergunta: Como oferecer proteção rápida, eficiente e barata para os diferentes setores da economia criativa que não são atendidos pelas atuais discussões de propriedades intelectuais e direitos autorais?

Para isso, não se deve entender o sistema de propriedade intelectual apenas como uma proteção ao inventor ou criador de algo. Tal sistema, colabora no sentido de regulamentar, organizar, divulgar e estimular a oportunidade de transformar criatividade, nosso bem intangível, em um produto tangível que se torna real, através de negócios criativos. Sobretudo quando o trabalhador do setor criativo precisa produzir continuamente, para construir sua imagem perante a sua comunidade num ambiente digital em que “os atores sociais constroem (e reelaboram constantemente) suas narrativas de vida de modo autorreflexivo, ou seja, o “eu” torna-se um projeto reflexivo” (POLIVANOV, 2014), para que possam manter seu valor de mercado atrativo à novos projetos e oportunidades.

Para isso, as diversas faces em que podem apresentar-se os produtos criativos exigem olhares distintos na aplicação das normas que regimentam direitos autorais. Ao mesmo tempo em que Dowbor (2009) desenvolve a ideia de que a economia criativa necessita de Leis mais simples:

Não é nem interessante nem viável simplesmente eliminar os sistemas atuais de cobrança de direitos sobre a economia criativa. Mas a progressiva redução e simplificação desta selva de cobranças deve ser empreendida, liberando o imenso potencial criativo latente na sociedade. (DOWBOR, 2009. p.21)

Entende-se, pelas entrevistas realizadas, que para os profissionais de propaganda dificilmente um amparo legal irá superar as soluções encontradas pelo mercado, pela ausência de custo, a desburocratização e praticidade do modelo.

Sugere-se então que, a solução adotada de forma natural pelos profissionais da publicidade, embasados na necessidade de obter um “direito moral” sobre a autoria do trabalho serve de parâmetro, ou pelo menos de sugestão, para outras classes que necessitem mais de reconhecimento sobre o produto criativo executado, do que o retorno financeiro perene sobre o aquilo que já foi realizado. E, para finalizar, este estudo entende que para o publicitário, o reconhecimento por seus pares, feito principalmente através de um relacionamento virtual, constitui-se uma grande riqueza, maior inclusive do que o anúncio, o produto do publicitário, que apresenta uma vida útil efêmera.

Assim, embora o trabalho reconheça que surja uma nova dúvida para pesquisas futuras sobre como a produção intelectual, registrada de maneira informal na internet, interfira na formação identitária do profissional em relação aos seus pares, fica a certeza de que a capacidade de gerar sempre novas ideias torna-se o ativo-chave e diferencial competitivo para o profissional pertencente a esta classe de trabalhadores da economia criativa.

6. Referências

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, Senado, 1988.

CASTELLS, M. A Galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

DAVIS, Stan; MEYER, Christopher. *Blur: a velocidade da mudança na economia integrada*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

DOWBOR, Ladislau. *Da propriedade Intelectual à Economia do Conhecimento*, São Paulo 2009. Disponível em <www.dowbor.org> Acesso em: 04 de maio de 2016

GRACIOSO, Francisco. PENTEADO, José Roberto Whitaker. *Propaganda Brasileira*. - 3.ed. - São Paulo: Mauro Ivan Marketing Editorial, 2008.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

MATIAS-PEREIRA, José. Política de ciência, tecnologia e inovação: uma avaliação da gestão do sistema de proteção à propriedade intelectual no Brasil. *Independent Journal of Management & Production*, v.2, n.2, p.44-75, 2011

MATIAS-PEREIRA, José. KRUGLIANSKAS, Isak. A Lei de Inovação como instrumento de suporte à política industrial e tecnológica do Brasil. *Revista de Administração de Empresas (RAE-eletrônica)*, p. 1-18, abr./jul. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-56482005000200003> Acesso em 29 de jun dez. 2016.

MEDEIROS JUNIOR; Hécio; GRAND JUNIOR, João; FIGUEIREDO, João Luiz. A importância da economia criativa no desenvolvimento econômico da cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Coleção de Estudos Cariocas. 2011. Disponível em: <http://portalgeo.rio.rj.gov.br/estudoscariocas/download/3067_A_importancia_da_economia_criativa_no_Rio_de_Janeiro.pdf> Acesso em: 04 mai 2016.

POLIVANOV, Beatriz. *Dinâmicas identitárias em sites de redes sociais: Estudo com participantes de cenas de música eletrônico no Facebook*. Rio de Janeiro: Multifoco, 2014.

WIPO. *Managing Intellectual Property in the Advertising Industry*. Creative Industries - Booklet No.5. 2011. Disponível em: <http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/1021/wipo_pub_1021.pdf>. Acesso em: 20 Jun. 2016.

Do “Príncipe Eletrônico” ao rizoma dos bárbaros: os poderes da mídia¹

Vladimir Lacerda Santafé²

Resumo

No artigo a seguir, falamos da passagem dos poderes próprios a um contexto geopolítico onde o Império estava por se formar, contrapondo os tipos de mídias e seus controles e fugas correspondentes. Temos como pano de fundo o mapeamento desses poderes e os tipos de resistências que atuam em cada poder. É importante lembrar que os conceitos utilizados na análise dos fenômenos correspondentes, por mais que descontextualizados, como é o caso do mito em Barthes, só adquirem sua consistência necessária ao serem reatualizados, transformados, “traídos”.

Palavras-chaves: poder; mídia; política; epistemologia; movimentos sociais.

O *príncipe* é aquele que possui a *virtú*, “o poder de efetuar mudanças e controlar eventos”, que inventa ou desenvolve essa *virtú*, além de se empenhar em desvendar as tramas, os jogos de força, que constituem essa *virtú*. Em outras palavras, o *príncipe* é aquele que articula as relações políticas e econômicas, ligando-as à hegemonia cultural ou *superestrutural*, da produção e da concentração dos signos que formam a cultura. A citação de Marx acima não foi por acaso, pois na essência de sua produção, reside o *misticismo do mundo das mercadorias*, e a formação de *ideologias* inseridas e constituintes do mundo capitalista, este, no entanto, ao sofrer em suas bases transformações que reorganizam suas relações de produção, tende a produzir novas personagens e sujeitos da história. No capitalismo atual, onde a produção do simbólico confunde-se com a produção de mercadorias, onde a mais-valia se *absolutiza* ao ponto de perdemos a noção do seu “valor real”, antes mediado pelo tempo de trabalho, hoje inserido num tempo virtual desmedido, só determinável pelo movimento das ações e suas múltiplas determinações, a *imagem* torna-se social e o social espetáculo.

¹ Trabalho apresentado no XIII Póscom, de 23 a 25 de novembro de 2016, no GT Comunicação e Política.

² Doutorando em Comunicação e Cultura pela UFRJ. E-mail: vladimirsantafe@gmail.com.

O moderno *príncipe* é aquele que, além de alterar e manipular as consciências, direcionando as relações políticas e econômicas de uma sociedade, desafiando os clássicos poderes Legislativo, Executivo e Judiciário, *satanizando* movimentos e partidos, também deve influenciar e moldar as mentes e o senso-comum da sociedade que hegemoniza, a opinião corrente. Só o sec. XX poderia criar uma indústria de manipulação das consciências, o capitalismo levou ao seu limite a subordinação da cultura à indústria. A ambigüidade do termo não é por acaso, os meios materiais utilizados pelo *príncipe* são investidos de uma ética utilitarista que visa apenas o lucro, independente das variáveis que se estabelecem entre o produto e o consumidor, entre o consumo e a realização dos desejos individuais e coletivos. Aliás, esse último aspecto é imprescindível em seu projeto de conquista e, paradoxalmente, nas “armas” utilizadas pela multidão para barrar essa conquista, não se pode pensar um *príncipe* no mundo globalizado sem os meios facilitadores para a expansão dos mercados e das informações - os tecidos conectivos que formam a biopolítica. O uso e a produção das tecnologias são inseparáveis de um projeto político, seja ele qual for, “as grandes potências industriais não produzem apenas mercadorias, mas também subjetividades”³.

Assim como o *príncipe partido* de Gramsci, o *príncipe eletrônico* deve dar um caráter homogêneo à classe que defende e reproduz, aliás, o *príncipe eletrônico* tem como tarefa principal o arranjo da produção e reprodução como efeito das demandas e da legitimação do seu poder. Ele deve ser um *intelectual orgânico*, deve distribuir os órgãos do Estado segundo as suas funções específicas e segundo uma moral específica. O *discurso de verdade* pronunciado por um juiz ou por uma autoridade qualquer em relação a um determinado fato político de fundo social, por exemplo, esse *discurso* tem mais valor de verdade que a mesma fala articulada por qualquer outro, mesmo que esse outro tenha sofrido as injustiças de que *fala* o juiz na pele, mesmo que ele tenha sofrido os efeitos do acontecimento em seu corpo; esse discurso tem um vínculo de coesão com a sociedade como um todo, estrutural ou *maquínico* ⁴, vínculo não menos inocente que o comprometimento do juiz com o poder vigente. Esse *príncipe*, no capitalismo cognitivo, tem outro nome, ele já não está delimitado pelo Estado-nação, já não representa as elites nacionais que o criaram, “ele é incapaz de controlar, do ponto de vista do capital, os

³ NEGRI, Antonio e HARDT, Michael. *Império*, p. 51

⁴ Entendendo-se o próprio Estado, desde a sua invenção no período neolítico, *Urstaat* ou *Çatal Hüyük*, na Anatólia, como um “sistema de *servidão maquínica*: a primeira “megamáquina”, como assinala Mumford. Prodigiosa vitória de um só golpe: os outros Estados serão tão-somente abortos em relação a esse modelo”. In *Mil Platôs - Capitalismo e Esquizofrenia*, Vol. 5, DELEUZE, G. e GUATTARI, F. p. 116.

mecanismos de reprodução da sociedade”⁵, o *príncipe* tornar-se *imperador*, que em sua autoprodução, tem nos meios de comunicação o seu poder de legitimação e sua produtividade. Esse não-lugar sobre o qual se concentra a soberania e garante o desenvolvimento capitalista no cenário global chama-se *Império*⁶, e aqueles que resistem a ele, participando de suas engrenagens, espalhados em seu *corpo* multifacetado e esparso, fomentando a vida em todas as suas esferas, são os *bárbaros* que desejosos por sua libertação e pela distribuição das imensas riquezas que circulam nas *redes imperiais*, organizam-se, e afirmam sua potência enquanto multidão.

As indústrias de comunicação, através de suas redes ramificadas e de seus centros de ressonância, produzem as mercadorias que serão consumidas e os sujeitos que as consomem, é uma grande máquina biopolítica que canaliza o *imaginário*, neutralizando todas as contradições através de equilíbrios autogeradores e autorreguladores segundo as relações desiguais que delimitam a sociedade de classes. Há um poema de Roque Dalton, poeta e lutador salvadorenho, que expressa bem essa relação desigual entre as leis e o povo: “*Las leyes son para que las cumplan los pobres. Las leyes son hechas por los ricos para poner un poco de orden a la explotación. Los pobres son los únicos cumplidores de leyes de la historia. Cuando los pobres hagan las leyes ya no habrá ricos*”. (XVI. Poema)

Ainda nesse aspecto o *catártico* adquire dois sentidos, ambos universalizantes, no primeiro supera-se a consciência corporativa, determinada pela divisão social do trabalho no sistema capitalista, para alcançar a consciência da classe produtora, penetrada por relações de exploração e dependência que a burguesia moldou no decorrer dos séculos, no primeiro é a luta de classes que está em jogo e as táticas necessárias à superação dialética do domínio burguês, o partido deve substituir o Estado como organismo de poder; no segundo, o sentido universalizante é determinado pela idéia-slogan da política como espetáculo, espetáculo catártico, onde os homens se liberam de suas tensões e se deixam penetrar pelas idéias difundidas pelos meios de comunicação; tal qual uma grande rede, uma grande caixa de ressonância onde as idéias dominantes, seus focos comunicacionais, suas teias de normalização e seus encadeamentos, ultrapassam o aparelho e se imiscuem em outros espaços de integração social e nos espaços abertos que os ligam, enredados na aceleração das imagens e das informações, na produção de consensos determinados pelo fluxo do capital.

⁵ NEGRI, Antonio. *5 lições sobre o Império*, p. 49

⁶ NEGRI, Antonio. *5 lições sobre o Império*, p. 52

Ao contrário do que muitos relatos pós-modernistas gostariam que acontecesse, entretanto, a máquina imperial, longe de eliminar narrativas principais, na realidade as produz e reproduz (em particular, narrativas principais ideológicas) para validar e celebrar o próprio poder. Nessa justaposição de produção pela linguagem, produção linguística da realidade e linguagem de autovalidação reside uma chave fundamental para a compreensão da eficácia, validade e legitimação do direito imperial. (NEGRI, Antonio e HARDT, Michael. *Império*, p. 53)

Não que o espectador seja passível a qualquer informação, ao contrário, com a “democratização” proporcionada pelos novos dispositivos de controle, o espectador passa a fazer parte da matéria, produz suas próprias informações, torna-se ativo, mas o *príncipe eletrônico*, assim como os seus antecessores, deve dominar a fortuna, os imprevistos de uma campanha eleitoral, por exemplo⁷. Para isso ele se utiliza de mecanismos os mais sofisticados, das pesquisas estatísticas aos artifícios publicitários. O *príncipe* deve ter o controle sobre a fúria dos rios, suas inundações e suas consequências dramáticas para o poder, suas estruturas, seus fluxos de crenças e seus meios de conservação e reprodução social. Nesse ponto específico encontra-se outra diferença entre os *príncipes* históricos de Maquiavel, de Gramsci e de Octavio Ianni, o *príncipe eletrônico* pretende conservar o poder, ainda que através da inovação incessante das técnicas, que mobilizam as forças de reação ao poder, da mobilização frenética das mídias por mudanças tecnológicas e em seus modos de apreensão das subjetividades, o que, no fundo, é um movimento correlato, as tecnologias sempre produzem formas de subjetivação, assim como são influenciadas por elas. Já os *príncipes* anteriores tinham um projeto contra-hegemônico, progressista, considerando-se as forças políticas e o desenvolvimento histórico da época. Enquanto o *príncipe* de Octavio Ianni contribui e produz diretamente a mistificação das massas, sem intermediários que traduzam as suas *palavras de ordem*, o *príncipe gramsciano* quer tornar as massas conscientes dessa mistificação, ao passo que o *príncipe maquiaveliano* quer disponibilizar as armas e o dinheiro ao povo, mapeando os “caminhos” que ele precisa trilhar para chegar e conservar o poder. Todos se pretendem reformadores intelectuais e morais, essa reforma, inclusive, deve constituir a estrutura do trabalho e

⁷ Esse poder, no entanto, já não é tão absoluto como antes, na verdade nunca foi. Hoje, com a internet e a democratização relativa dos meios de comunicação, as indústrias de informação já não têm o mesmo poder que tinham em 89, na eleição em que Lula disputou o pleito presidencial com Fernando Collor, onde o *pool* de emissoras, encabeçado pela Rede Globo, manipulou descaradamente o último debate entre os candidatos, além de ter inventado matérias difamatórias sobre o candidato do PT.

do modo de produção da sociedade como um todo. Com o advento das sociedades de controle e a passagem das *disciplinas* para os grandes espaços abertos, os mecanismos que antes disciplinavam, passam a organizar diretamente o *cérebro* (sistemas de comunicação, redes de informação, a produção simbólica e imagética das sociedades) e englobam a vida total dos indivíduos - biopoder. É a passagem da “subordinação formal para a subordinação real do trabalho ao capital” (Marx). É o controle total do poder sobre a vida da população, os seus processos biológicos e temporais, onde o tempo torna-se imensurável, e o poder global. Mas a globalização dos seus “tentáculos” é uma *faca de dois gumes*, se por um lado o poder tornou-se mais forte, as resistências, agora organizadas em rede, também amplificaram as suas intervenções e com isso, “resistem melhor” e sem a determinação de um centro representativo, como o partido ou o sindicato. “A multidão desafia a representação porque é uma multiplicidade indefinida e imensurável – ela é um agente social que age”⁸. Há muitos partidos ou nenhum, há muitos sindicatos e movimentos que antes não tinham voz nessas instâncias representativas e hoje, através das redes e da horizontalidade do poder que, por um lado, quer organizar e homogeneizar as forças sociais, mas por outro, desprende um poder de reação e criação dos movimentos que as sociedades disciplinares jamais poderiam imaginar. Há uma intensificação das disciplinas e uma flexibilização absoluta das redes que corroem as disciplinas e abrem espaços de liberdade onde nenhuma norma é capaz de alcançar, reelaborando a própria produção de subjetividades que antes estava parcialmente atrelada à indústria cultural e liberando os movimentos que estavam à sua margem. Atualmente, as relações entre insurreição, resistência e poder constituinte são contínuas e participam da mesma *expressão política*, já não há etapas a cumprir, mas práticas a construir. Os túneis da toupeira são substituídos pelas ondulações da serpente⁹, a personagem *marxiana*, a toupeira revolucionária que escava seus túneis acompanhando os tempos e ressurgue nas insurreições populares para inflamar as revoluções estava ligada à modernidade, na época era preciso agir clandestinamente para fugir às disciplinas, hoje os mecanismos disciplinares se dissipam nas redes como ondulações, onde o poder do Império pode ser atacado de qualquer ponto do globo. Toda manifestação contra a ordem global “fere o Império de morte”, que para continuar a se expandir, precisa reorganizar-se a partir dos limites impostos pelas ondas *multitudinárias*. Os vínculos da multidão são horizontais e autogestionários, mas o seu

⁸ NEGRI, Antonio. *5 lições sobre o Império*, págs. 125 e 126

⁹ NEGRI, Antonio e HARDT, Michael. *Império*, p. 76

ataque ao poder é frontal, dado que sua capacidade de reação está ligada às *infinitas* conexões que formam o Império, todo evento insurrecional provoca um choque em seu sistema. “As resistências deixam de ser marginais e tornam-se ativas no centro de uma sociedade que se abre em redes; os pontos individuais são singularizados em mil platôs”¹⁰.

Na sociedade disciplinar, portanto, a relação entre o poder e o indivíduo permaneceu estável: a invasão disciplinar de poder correspondeu à resistência do indivíduo. Em contraste com isso, quando o poder se torna inteiramente biopolítico, todo o corpo social é abarcado pela máquina do poder e desenvolvido em suas virtualidades. Essa relação é aberta, qualitativa e expressiva. (NEGRI, Antonio e HARDT, Michael. *Império*, p. 43)

O *príncipe eletrônico* é invisível e ativo, não é nem monolítico nem homogêneo, ele é *orgânico* e *coletivo*, e apresenta, em geral, a visão dos blocos de poder hegemônicos. Seus aparelhos trabalham no sentido da *recepção pública total* e da *eliminação da atitude crítica*, assim como do estabelecimento dos consensos: democracia representativa, livre mercado, liberdade de expressão para os que podem pagar por ela. Em Gramsci, o *príncipe* é o partido da classe operária, suas semelhanças com o *príncipe eletrônico* são puramente formais. Assim como o *príncipe*, o partido da classe operária deve ser orgânico e “instrumentalizar” o operário visando a superação do corporativismo e a tomada da *consciência de classe*, nacional-popular, o partido seria catártico e universalizante, assim como o *príncipe eletrônico*. E ambos hegemonizariam os *espaços de decisão* dos Estados. No caso do *príncipe gramsciano*, seria necessário o estabelecimento de um poder contra-hegemônico que disputasse, segundo as estratégias de uma “guerra de posições”, a sociedade civil e as brechas que o Estado permite àqueles que o querem suprimi-lo. Esse projeto, no entanto, rivaliza com os contrapoderes da multidão, pois almeja substituir um poder hegemônico por um outro, não alterando os mecanismos micropolíticos que sustentavam o poder anterior. O *poder* entendido aqui como parte de uma relação de forças que não só reprime, mas incita e induz, um *poder produtivo*, tal qual o projeto da burguesia do sec. XIX que visava “constituir uma força produtiva cujo efeito deve ser superior à soma das forças elementares que a compõem”¹¹. Hoje o poder tem outra face, apesar de conservar as características dos regimes anteriores, aristocrático, monárquico e democrático, os

¹⁰ NEGRI, Antonio e HARDT, Michael. *Império*, p. 44

¹¹ DELEUZE, G. *Foucault*, p. 98

modos do poder imperial¹² são parte de uma transformação radical nas relações de produção do capital, por um lado, e de outro, dos antagonismos produzidos pela luta de classes, pelas rebeliões e pressões dos trabalhadores em seus locais de trabalho, os conselhos operários, a autogestão da produção, pelos estudantes que queimaram seus livros na Sorbonne e ganharam as ruas, pelos homens e mulheres que enfrentaram as disciplinas e forçaram o capitalismo a se reestruturar, minorias que recriaram o mundo e *continuam a recriá-lo*.

Os modos de legitimação do poder imperial se dão, respectivamente, pelos elementos típicos do poder tradicional, a extensão do poder burocrático adaptado fisiologicamente ao contexto biopolítico, e uma racionalidade definida pelo *evento*, pelo “carisma”, matérias da comunicação, que surge nas intervenções imperiais¹³. Há pouco tempo atrás assistíamos um desses *eventos*, a reação ao 11 de setembro, o pior ataque terrorista da história norte-americana, e a série de intervenções que culminaram na ocupação ao Afeganistão, um dos principais redutos políticos da Al-Qaeda, e posteriormente na ocupação do Iraque, uma guerra cujo artifício da portabilidade de armas químicas para justificar a invasão, foi desmascarado pela inexistência das mesmas e a consequente anexação dos poços petrolíferos do Iraque, um dos maiores produtores do mundo, às multinacionais norte-americanas. Além das empresas de produção e refinamento de petróleo norte-americanas, outras empresas, hegemônicas pelo capital *estadunidense*, também exploraram os escólios da guerra, principalmente as empreiteiras e a indústria armamentista. É interessante constatar que a maioria das empresas que exploraram o pós-guerra no Iraque eram de congressistas do país invasor, mas, como qualquer grande empreendimento no capitalismo contemporâneo, tinham entre os seus acionistas os maiores investidores da terra, incluindo empresas de capital misto, onde a nacionalidade de origem não importa, e sim o valor de suas ações. O capital e sua dinâmica é internacional, apesar dos marcos regulatórios do mercado financeiro continuarem nacionalizados, é possível falar numa supremacia militar norte-americana no mundo, mas não do domínio absoluto dos Estados Unidos sobre o conjunto das nações¹⁴, já não estamos no *imperialismo*, estamos no Império, as fronteiras nacionais já não são obstáculos para o desenvolvimento e a reprodução,

¹² Nas palavras de Negri: “o Império é uma forma ilimitada de soberania que conhece apenas fronteiras flexíveis e móveis. O Império é monárquico, aristocrático e democrático”, in *5 lições sobre o Império*, p. 116

¹³ NEGRI, Antonio e HARDT, Michael. *Império*, p. 59

¹⁴ Do artigo O Mundo G-Zero, publicado no Estadão.com.br, de Ian Bremmer (presidente do Eurasia Group e autor de *The End of The Free Market*) e Nouriel Roubini (professor de economia da Universidade Nova York e coautor de *Crisis Economics*):

<http://www.estadao.com.br/noticias/suplementos,o-mundo-g-zero,713249,0.htm>

subjativa inclusive, do capitalismo. Por isso a importância e a justificação das intervenções militares na mídia global, na “consciência” dos cidadãos que constituem o Império, todas as ações militares precisam do respaldo da comunidade internacional, com o prejuízo de um isolamento que asfixiaria as economias nacionais, mesmo quando uma grande potência econômica e militar assume a dianteira do processo, no Iraque os norte-americanos, na Líbia, a França, provavelmente em função dos seus interesses, prioritários na geopolítica atual do poder imperial, pelo petróleo líbio, é a aliança imperial que está ali representada. É preciso manter certo equilíbrio na economia das principais nações, ou a economia-mundo desaba, essa interdependência entre as economias das nações, inclusive, é o que caracteriza a geopolítica na atualidade. Não estamos desprezando o poder das *multidões* na derrubada dos governos autoritários do mundo árabe, a primavera árabe tem no sangue derramado dos seus mártires a sua justificação e urgência políticas, mas é fato que os poderes imperiais se apropriaram de parte do processo. O bombardeio às cidades líbias em resposta aos ataques de Kadafi aos civis, além de hipócrita, é tão criminoso quanto as ações do ditador líbio. A guerra preventiva é o que caracteriza a política do Império para o mundo, quando as suas tropas não estão “cuidando” dos conflitos étnicos na África subsaariana ou militarizando a América Latina com o argumento de combater o tráfico de drogas e a proliferação de guerrilhas, ou os dois componentes conjuntamente, se mobiliza a partir de guerras cujo alvo principal é o terrorismo e a defesa das “liberdades democráticas”: o evento Bin Laden é um exemplo. A morte de Bin Laden mobilizou toda a mídia comprometida com o poder das corporações transnacionais, incitando a paixão da população contra o seu inimigo maior, o terrorismo internacional, e justificando as suas intervenções militares e os recorrentes desrespeitos aos direitos humanos que o Império “promove” em sua defesa dos “direitos democráticos”. Não que Bin Laden e seus apoiadores mereçam o nosso respeito. Bin Laden é um facínora tão conservador quanto o pior cristão fundamentalista pró-Bush. Bin Laden e o terrorismo internacional é o duplo do poder e da “influência ocidental” que ele quer destruir. Ambos são funções complementares da soberania imperial, ele não quer destruir o Império, mas fundar o seu próprio império de fundamentalistas islâmicos, algo próximo das intenções que alguns correligionários ultraconservadores do governo Bush expressavam quando defendiam um império de cristãos puros, reavivando as guerras santas da Idade Média.

Esse tipo de intervenção contínua, moral e militar, é a forma lógica do exercício da força que deriva de um paradigma de um Estado de exceção permanente e de ação policial. As intervenções são sempre excepcionais, apesar de ocorrerem continuamente; elas tomam a forma de ações policiais, porque são voltadas para a manutenção de uma ordem interna. Dessa forma, a intervenção é um mecanismo eficaz que mediante ações policiais contribui diretamente para a construção da ordem moral, normativa e institucional do Império. (NEGRI, Antonio e HARDT, Michael. *Império*, p. 50)

A síntese política e o espaço social do Império são determinados pela comunicação, pelas indústrias de comunicação que expandem os seus domínios e os justifica simbólica e imagetivamente, é um poder que enquanto produz, organiza, e enquanto organiza, fala e expande-se enquanto autoridade¹⁵. A comunicação, no entanto, torna-se fluxo. Com a instauração de mecanismos de controle imanentes à sociedade global, ela age por meios flexíveis e ondulatórios, a teoria das cordas nos seria útil para uma análise “coerente” dessa nova comunicação, são informações díspares, assimétricas, que encontram um nó górdio na vibração dos diferentes tons a partir da constituição de novas partículas, os *tons* da rede são os indivíduos que a utilizam, as partículas seriam as informações materializadas na comunicação. “O diagrama da nossa época, a Época do Império, é a rede”¹⁶, não foi uma grande empresa de comunicação quem primeiramente noticiou a morte de Bin Laden, mas um indivíduo que na hora do ataque das tropas norte-americanas à fortaleza do terrorista estava *twittando* os acontecimentos para os seus “seguidores”¹⁷.

O poder do Império reside no poder do *virtual*¹⁸, um virtual tão poderoso quanto precário, um virtual que não das rédeas do próprio poder que o engendra, um virtual que faz do *tempo* um “problema da criação”. A rede engloba e controla, através de seus *fios*, o movimento dos grupos, sujeitos, automóveis, aeronaves, os dispositivos que a compõe estão espalhados por todos os tecidos da sociedade, mas há brechas, há reações adversas, na forma de vírus, a Al-Qaeda, de Bin Laden, organizava-se em tentáculos diversos pelo mundo, planejando os seus terríveis atentados a partir de suas células móveis, mas assim como a Al-Qaeda¹⁹, também os zapatistas e sua desterritorialização

¹⁵ NEGRI, Antonio e HARDT, Michael. *Império*, p. 52

¹⁶ NEGRI, Antonio. *5 lições sobre o Império*, p. 249

¹⁷ Ataque a Bin Laden saiu primeiro no Twitter (Reuters):

<http://br.noticias.yahoo.com/noticias/ataque-bin-laden-saiu-primeiro-no-twitter-140042215.html>

¹⁸ NEGRI, Antonio e HARDT, Michael. *Império*, p. 58

¹⁹ Tentáculos da AL-Qaeda (Último Segundo):

do capitalismo na construção de formas comunitárias alternativas²⁰. No contexto atual, o partido *gramsciano* perde sua razão de ser, está fora de seu tempo. Houve um dia em que os homens e as mulheres em busca de justiça e dignidade se organizavam em partidos e viam em seu crescimento, na apropriação dos espaços políticos da sociedade, uma *alavanca* para uma sociedade justa e igualitária. Mas os tempos mudaram, o partido tornou-se mais uma célula de reprodução do sistema, ele já não é o lugar onde pensávamos e construíamos um futuro de liberdade e justiça para todos com vistas a uma sociedade melhor. Hoje o pior da sociedade se adere à forma-partido. O partido *estatizou-se*, esqueceu a vida que o fazia mover-se e superar os preconceitos e as injustiças da sociedade que pretendia superar, as suas estruturas já não comportam os movimentos da multidão. Há *ainda sonhadores que sonham a vida inteira*, como escrevera Brecht, em suas fileiras, mas as inovações políticas já não passam pelo partido. Elas passam antes pelas lutas que formam o nosso poder constituinte, avesso às relações soberanas, lutas que passam por um *dever minoritário* que impede a formação de *transcendências*, dentre elas o partido.

A força das *multidões* são como os nômades desterritorializando a própria terra em seu movimento contínuo, a partir de suas linhas de fuga, suas rotas que entrecruzam os oceanos, suas “personagens malditas” que respiram o ar impuro dos porões para conquistar a liberdade em terras distantes, com muita luta e suor. É a sua força que constrói e derruba os impérios.

A multidão é a verdadeira força produtiva de nosso mundo social, ao passo que o Império é um mero aparelho de captura que vive apenas da vitalidade da multidão - como diria Marx, um regime vampiro de trabalho inerte acumulado que sobrevive sugando o sangue do ativo. (...) O governo do contexto biopolítico imperial deveria, portanto, ser visto em primeira instância como uma máquina vazia, uma máquina espetacular, uma máquina parasita. (NEGRI, Antonio e HARDT, Michael. *Império*, págs. 80-81)

<http://ultimosegundo.ig.com.br/mundo/alqaeda+atua+por+meio+de+franquias+ao+redor+do+mundo/n1300138518294.html>

²⁰ Enlace Zapatista: <http://enlacezapatista.ezln.org.mx/>