



VOLUME 18

RUTH REIS  
DANIELA ZANETTI (ORGS.)

# Pesquisas em Comunicação:

desafios do presente nas mediações digitais





Esta obra foi selecionada para integrar a “Coleção Pesquisa Ufes”, a partir de Chamada Pública feita pela Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação (PRPPG) da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes) aos programas de pós-graduação da universidade.

A seleção teve por base pareceres que consideraram critérios de inovação, relevância e impacto.

O financiamento da Coleção foi viabilizado por meio do Programa de Apoio à Pós-Graduação (Proap) da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) e de recursos do Tesouro Nacional.



**Universidade Federal  
do Espírito Santo**



**Editora Universitária - Edufes**

Filiada à Associação Brasileira  
das Editoras Universitárias (Abeu)

Av. Fernando Ferrari, 514  
Campus de Goiabeiras  
Vitória - ES · Brasil  
CEP 29075-910

+55 (27) 4009-7852  
edufes@ufes.br  
www.edufes.ufes.br

**Reitor**

Paulo Sergio de Paula Vargas

**Vice-reitor**

Roney Pignaton da Silva

**Chefe de Gabinete**

Zenólia Christina Campos Figueiredo

**Diretor da Edufes**

Wilberth Salgueiro

**Conselho Editorial**

Carlos Roberto Vallim, Eliana Zandonade,  
Eneida Maria Souza Mendonça, Fátima Maria  
Silva, Graziela Baptista Vidaurre, Isabella Vilhena  
Freire Martins, José André Lourenço, Marcos  
Vogel, Margarete Schat Góes, Rogério Borges  
de Oliveira, Sandra Soares Della Fonte, Sérgio da  
Fonseca Amaral

**Secretaria do Conselho Editorial**

Douglas Salomão

**Administrativo**

Josias Bravim  
Washington Romão dos Santos

**Seção de Edição e Revisão de Textos**

Fernanda Scopel, George Vianna,  
Jussara Rodrigues, Roberta  
Estefânia Soares

**Seção de Design**

Ana Elisa Poubel, Juliana Braga,  
Samira Bolonha Gomes, Willi Piske Jr.

**Seção de Livraria e Comercialização**

Adriani Raimondi, Dominique Piazzarollo,  
Marcos de Alarcão, Maria Augusta  
Postinghel, Maria de Lourdes Zampier



Este trabalho atende às determinações do Repositório Institucional do Sistema Integrado de Bibliotecas da Ufes e está licenciado sob a Licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional.

Para ver uma cópia desta licença, visite <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>.



#### **Diretora da MC&G Editorial**

Maria Clara Costa

#### **Secretaria do Conselho Editorial**

Helena Pires

#### **Seção de Edição e Revisão de Textos**

Carlos Otávio Flexa | Natalia Natalino |  
Roberto Azul | Joyce Guimarães

#### **Seção de Design**

Glaucio Coelho | Victória Sacagami

#### **Conselho Editorial**

Alexandra Santos Pinheiro | UFGD | Brasil  
Angélica Ferrarez de Almeida | UERJ | Brasil  
Antonio Liberac C. Simões Pires | UFRB | Brasil  
Arlindo Nkadibuala | UniRovuma | Moçambique  
Juan Miguel González Velasco | UMSA | Bolívia  
Luciano Brito | UFRB | Brasil  
Mária Alice Resende | UFRB | Brasil  
Núria Lorenzo Ramírez | UB-GREC | Barcelona  
Rosy de Oliveira | UFRB | Brasil  
Thayse Figueira Guimaraes | UFGD | Brasil

#### **Preparação de texto**

Carlos Otávio Flexa

#### **Projeto gráfico**

Edufes

#### **Diagramação e capa**

Glaucio Coelho

#### **Revisão de texto**

Carlos Otávio Flexa  
Joyce Guimarães

Fotografia da capa:  
banco de imagens Shutterstock.

Esta obra foi composta com  
a família tipográfica Crimson Text.

#### Dados Internacionais de Catalogação na publicação (CIP)

P474 Pesquisas em comunicação : desafios do presente nas mediações digitais [recurso eletrônico] orgs. Ruth Reis e Daniela Zanetti. — Vitória : EDUFES ; Rio de Janeiro : MC&G, 2021. Dados eletrônicos (e-Pub). — (Coleção Pesquisa UFES ; 18).

Inclui bibliografia.

ISBN: 978-65-88077-00-9 [coleção]

ISBN: 978-65-88077-35-1

1. Comunicação de massa - Aspectos políticos - Brasil. 2. Comunicação de massa - Aspectos sociais - Brasil. 3. Educação - Aspectos políticos - Brasil. 4. Letramento informacional. 5. Alfabetização midiática. I. Reis, Ruth. II. Zanetti, Daniela. III. Título. IV. Coleção.

CDD: 306.42

Biblioteca Priscila Pena Machado CRB - 7/6971

RUTH REIS  
DANIELA ZANETTI (ORGS.)

# Pesquisas em Comunicação:

Desafios do presente nas mediações digitais



 **EDUFES**

Vitória, 2021

# Lista de gráficos, figuras e tabelas

## GRÁFICOS

<b>Gráfico 1:</b> Avaliação do governo Dilma Rousseff 2011-2015 .....	27
<b>Gráfico 2:</b> Perfil dos entrevistados .....	29
<b>Gráfico 3:</b> Principais impactos da crise econômica .....	30
<b>Gráfico 4:</b> Ação do governo e crise econômica .....	31
<b>Gráfico 5:</b> Grau de confiança em grupos, organizações e instituições .....	33
<b>Gráfico 6:</b> Relação entre níveis de participação nos protestos e vínculos com .....	34
<b>Gráfico 7:</b> Finalidades do uso das redes sociais.....	35
<b>Gráfico 8:</b> Fontes de informação sobre as manifestações.....	36
<b>Gráfico 9:</b> Nível de confiança nas fontes de informação .....	39
<b>Gráfico 10:</b> Fonte de informação sobre temas específicos.....	40
<b>Gráfico 11:</b> Tipos de engajamento nas redes .....	41
<b>Gráfico 12:</b> Comparativo de postagens sobre assuntos gerais e sobre covid-19 .....	209
<b>Gráfico 13:</b> Engajamento por tipo de postagem .....	212

## FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Comunidade “Escola Sem Partido” no Orkut .....	56
<b>Figura 2:</b> “Mensagem de um Professor da UFBA a seus alunos” 18 de abril de 2016 .....	62
<b>Figura 3:</b> Questão do Enem. 24 de outubro de 2015 .....	63
<b>Figura 4:</b> Flagrando o doutrinador .....	66
<b>Figura 5:</b> “Volta às aulas com o ESP” 23 de janeiro de 2020 .....	67
<b>Figura 6:</b> “Doutrinação é crime?” 17 de janeiro de 2016 .....	68
<b>Figura 7:</b> Visualização 1 do tipo <i>ImageCloud</i> .....	169
<b>Figura 8:</b> Visualização 2 do tipo <i>ImageCloud</i> .....	171
<b>Figura 9:</b> Visualização 3 do tipo <i>ImageCloud</i> .....	174
<b>Figura 10:</b> Histórias selecionadas.....	184

<b>Figura 11:</b> Presidente Bolsonaro durante entrevista coletiva no Palácio do Planalto .....	190
<b>Figura 12:</b> Indígenas Yanomami em aldeia em Roraima.....	192
<b>Figura 13:</b> Cemitério São Luiz na Zona Sul de São Paulo .....	194

## **TABELAS**

<b>Tabela 1:</b> Cineastas e suas produções.....	144
<b>Tabela 2:</b> População das cidades Espírito Santo e distância da capital, Vitória.....	208
<b>Tabela 3:</b> Categorização dos conteúdos e proporção de ocorrências de cada categoria.....	210

# Sumário

<b>Apresentação.....</b>	<b>13</b>
--------------------------	-----------

## PARTE I PODER E DISPUTAS EM REDE

<b>Comunicação e participação política: mediações em rede no Brasil de 2016.....</b>	<b>20</b>
--	-----------

*Ruth Reis*

*Gustavo Cardoso*

*Tiago Lapa*

*Joana Azevedo*

Introdução .....	20
Mobilização em rede.....	23
A crise econômica como motor .....	28
Participação e ativismo.....	33
Hábitos de comunicação e mobilizações .....	35
Conclusão .....	41
<b>Referências.....</b>	<b>44</b>

<b>Da “desideologização” ao combate à doutrinação: o surgimento do movimento Escola sem Partido e sua ação nas redes .....</b>	<b>48</b>
--	-----------

*Frederico Carneiro*

*Alexandre Curtiss Alvarenga*

O nascimento do ESP e sua estratégia de ação.....	49
Os vilões responsáveis pela doutrinação .....	53
A emergência do ESP no ciberespaço e na mídia .....	55
O ESP .....	57

Considerações finais .....	68
<b>Referências.....</b>	<b>70</b>

***Ethos, pathos e logos: o discurso político atualizado nas redes.....*** 74

*Stéphane Figueiredo Ferreira*

*Ruth Reís*

<i>Ethos, pathos e logos no discurso político.....</i>	76
--	----

Discurso político e debates em rede .....	79
---	----

Considerações finais .....	83
----------------------------	----

<b>Referências.....</b>	<b>84</b>
-------------------------	-----------

***YouTube e desinformação: apontamentos e caminhos teóricos .....*** 87

*Thamara Machado Pinto*

*Daniela Zanetti*

Sobre crises e desinformação: o surgimento da <i>Internet</i> e a era da pós-verdade .....	88
---	----

A plataforma: cultura participativa, habitantes e ferramentas .....	92
---	----

<i>Youtube</i> e desinformação: o elo entre algoritmos e radicalismos .....	96
---	----

Considerações finais .....	103
----------------------------	-----

<b>Referências.....</b>	<b>105</b>
-------------------------	------------

## PARTE II

### AUDIOVISUAL E NEGRITUDE

**Negros de pele clara: construção de identidades negras**

<b>no <i>Youtube</i> .....</b>	<b>110</b>
--------------------------------	------------

*Luiz Dantas*

*Daniela Zanetti*

O mito da democracia racial e a divisão entre pretos e pardos.....	112
<i>Youtube</i> e esfera da visibilidade pública .....	115
Identidade negra, representação e Exu.....	118
Considerações finais e perspectivas.....	120
<b>Referências.....</b>	<b>124</b>

**Rupturas no campo audiovisual brasileiro:  
um emergente cinema negro.....128**

*Adriano Monteiro*

*Daniela Zanetti*

Tons mais escuros: narrativas negras e identidade .....	131
Novos agentes, tensões e novas configurações do campo.....	136
Atrás das câmeras: desafios e rompimentos.....	143
Algumas conclusões.....	150
<b>Referências.....</b>	<b>154</b>

**PARTE III  
IMAGENS E NARRATIVAS MIDIÁTICAS**

**Narrativas políticas e imagens-técnicas em tempos  
de pós-verdade.....159**

*Fábio Gomes Goveia*

*Tasso Gasparini de Souza*

*Johanna Inácia Honorato*

O caso estudado .....	161
As imagens-técnicas nas redes sociais: metodologia .....	163
#showdopavão, memes e guerra de narrativas .....	166
Análise .....	168

Considerações finais .....	175
<b>Referências.....</b>	<b>178</b>

<b>Fotojornalismo, narrativa e crítica: a pandemia da covid-19 no Brasil em três atos.....</b>	<b>180</b>
--	------------

*Vitor Jubini Venturin*

*Ruth Reis*

O fotojornalismo como informação e sentido .....	185
Fotografias da covid-19 no Brasil em três atos.....	189
Considerações finais .....	195
<b>Referências.....</b>	<b>197</b>

<b>Transformações no ecossistema jornalístico e o deserto de notícias no Espírito Santo.....</b>	<b>200</b>
--	------------

*Rita Benezath*

*Ruth Reis*

Deserto de notícias .....	203
Jornalismo local .....	204
Redes sociais.....	206
Comunicação comunitária .....	207
A notícia nos desertos .....	208
Considerações finais .....	212
<b>Referências.....</b>	<b>214</b>

<b>Jornalismo do bem na era das <i>fake news</i> .....</b>	<b>216</b>
--	------------

*Caroline de Marchi Pignaton*

<i>Fake News versus</i> jornalismo do bem.....	217
Considerações finais .....	224
<b>Referências.....</b>	<b>226</b>
<b>Índice .....</b>	<b>228</b>
<b>Sobre os autores.....</b>	<b>231</b>

# *Apresentação*

Os artigos reunidos nesta coletânea foram produzidos em diferentes fases de investigação científica e compõem um retrato atual de parte dos estudos desenvolvidos no âmbito do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes) em suas duas linhas de pesquisa: Comunicação e Poder e Estéticas e Linguagens Comunicacionais. Também inclui contribuição de uma das parcerias internacionais que vêm sendo desenvolvidas pelo programa ao longo de sua trajetória iniciada em 2014.

Os temas trazidos neste livro refletem uma particularidade dos estudos de comunicação que são inerentes à própria natureza do campo: o desafio de compreender o presente, por meio de uma seleção de recortes da nossa vivência, encontrados numa esfera pública cada vez mais midiaticizada. Compreender os fenômenos contemporâneos implica equipar-se de sensibilidade, perspicácia e demarcações teóricas e metodológicas para perceber os fios que formam a trama de um tempo imediato e fugidio, porque sempre em fluxo. Para conseguir encontrá-los, temos que nos colocar numa perspectiva intempéstiva, como propôs Nietzsche, promovendo um afastamento em relação ao momento vivido, e, também, nos permitir lançar olhares retrospectivos ou prospectivos, para que possamos

visualizá-lo ao buscar a gênese que configura as emergências contemporâneas. Os textos reunidos na primeira parte deste livro apostam nessa possibilidade.

Em *Comunicação e participação política: mediações em rede no Brasil de 2016*, Ruth Reis, Gustavo Cardoso, Tiago Lapa e Joana Azevedo discutem os processos de mobilização política ocorridos no Brasil em 2016, procurando explorar as suas afinidades com movimentos de protesto ocorridos noutras partes do mundo e, principalmente, compreender como a comunicação em rede e as suas conexões com a comunicação de massa contribuem para a participação política no contexto contemporâneo. Para tanto, tomam como base uma pesquisa sobre percepções em relação ao processo político e sobre comportamentos comunicacionais.

Frederico Carneiro e Alexandre Curtiss Alvarenga recuperam e analisam uma parte da trajetória do Escola Sem Partido (ESP), movimento que balizou uma parte das estratégias da nova direita brasileira direcionada ao universo da educação. Num estudo que teve como objetivo analisar as estratégias discursivas utilizadas pelos líderes desse movimento, principalmente no *Facebook*, apresentam neste texto, intitulado *Da “desideologização” ao combate à doutrinação: o surgimento do “Escola Sem Partido”*: um histórico ESP, demonstrando como suas ações tentam alinhar o campo educacional brasileiro a um pensamento ultraneoliberal e, ao mesmo tempo, incitar um clima de denúncias e ameaças contra escolas, professores e pensadores, como fez com Paulo Freire, ao elegê-lo inimigo número um da Educação.

Também temos a contribuição de Stéphane Figueiredo e Ruth Reis, que, em *Ethos, pathos e logos: o discurso político atualizado nas redes*, retomam os três cânones da retórica aristotélica e o adotam como modelo teórico para pensar o engendramento do discurso político no ambiente comunicacional atual, que tem nas redes digitais a sua centralidade. Seus estudos se voltam preferencialmente para o marketing político, que tem sido desafiado a se renovar a cada momento histórico e a cada mudança nas tecnologias de linguagens da comunicação.

Para refletir sobre a cultura da desinformação, que ganhou força e evidência na última década, Thamara Machado Pinto e Daniela Zanetti, em *YouTube e desinformação: apontamentos e caminhos teóricos*, apresenta uma revisão de literatura sobre pós-verdade, notícias falsas e conceitos correlatos ao tema, reunindo produções e reflexões que estabelecem parâmetros de análise para sua pesquisa sobre vídeos viralizados nas redes digitais que disseminam informações falsas acerca dos incêndios que tem devastado a floresta amazônica no Brasil.

A segunda parte deste livro traz reflexões sobre o protagonismo de atores sociais negros no campo do audiovisual brasileiro, este compreendido de forma ampla, pois abrange tanto o cinema e a TV quanto conteúdos produzidos para plataformas digitais. A partir de diferentes perspectivas metodológicas, os dois textos oferecem subsídios para adensar discussões acerca da relação entre comunicação e questões étnico-raciais.

Luiz Dantas e Daniela Zanetti, no artigo *Negros de pele clara: construção de identidades negras no YouTube*, propõe um percurso teórico-metodológico que sugere vias para se pensar, entre outros tópicos, os colorismos que pautam o debate público sobre a identidade negra hoje no Brasil. Para tal, considera a entidade religiosa de matriz africana Exu — o orixá da comunicação e da linguagem — como uma “sensibilidade analítica” aplicada ao processo da pesquisa, esta dedicada a examinar canais de *youtubers* que se identificam como negros de pele clara e elaboram reflexões sobre essa condição.

O artigo de Adriano Monteiro e Daniela Zanetti, *Rupturas no campo audiovisual brasileiro: a emergência de um cinema negro*, trata de uma determinada produção audiovisual brasileira contemporânea que pode ser configurada como parte de um emergente Cinema Negro, apesar da histórica pouca presença de agentes negras e negros nas instâncias de reconhecimento e produção audiovisual. O estudo que fundamenta o texto se baseou em revisão bibliográfica e em entrevistas com quatro jovens diretoras e diretores de destaque no

setor atualmente, e demonstra, por outro lado, que as disputas travadas no interior do campo por maior representatividade e garantias de “lugar de fala” têm resultado em maior protagonismo negro nas telas, nas redes e plataformas digitais e também em espaços de tomadas de decisão.

Na terceira parte deste livro, encontramos exemplos de que em alguns momentos a pesquisa em Comunicação nos impõe apenas observar, registrar e descrever as formas, os movimentos e rastros deixados por tudo o que passa, já que não se pode entrar mais de uma vez no mesmo rio, como nos alertou Heráclito. As *timelines* das redes sociais digitais que fluem em velocidade curso das informações exigem métodos inovadores e argúcia na análise. Fábio Gomes Gouveia, Tasso Gasparini de Souza e Johanna Inácia Honorato oferecem um exemplo de como acionar processos de pesquisa algorítmica para compreender o presente e a constituição de narrativas políticas por meio das imagens nas redes sociais digitais. Em *Narrativas políticas e imagens-técnicas em tempos de pós-verdade*, eles realizam um estudo das imagens que circulam nas redes sociais sob formas de memes e nos colocam diante de um dos objetos-do-futuro que Flusser teorizava ainda no início dos anos 80: as imagens-técnicas. O recorte estudado com métodos digitais compreende uma coleção de imagens indexadas pela hashtag #showdopavão, que trata das denúncias do jornalista Glenn Greenwald (*The Intercept*) sobre a politização da operação Lava Jato.

A pandemia da covid-19, que ainda nos assombra enquanto concluímos este livro, é outro exemplo dos fenômenos do presente que nos impõe o exercício de extrair de suas ocorrências ameaçadoras os vestígios que poderão contribuir para que formemos uma compreensão do que se desenrola à nossa volta. Assim fazem Vitor Jubini Venturin e Ruth Reis, em *Fotojornalismo, narrativa e crítica: a pandemia da covid-19 no Brasil em três atos*, ao nos apresentar a força das narrativas realizadas por três fotojornalistas que ilustram e convertem em materialidade visual aspectos importantes do período em

que vivemos hoje. O autor apresenta algumas considerações a respeito da representação fotográfica sobre as temáticas emergentes da pandemia, ressaltando como a imagem produzida sob os paradigmas do jornalismo contribui para a construção da compreensão sobre o fenômeno atual e os conceitos que potencializa.

No artigo *Transformações no ecossistema jornalístico e o deserto de notícias no Espírito Santo*, Rita Benezath e Ruth Reis faz um movimento em direção ao vazio dos chamados “desertos de notícias”. Em quatro comunidades do estado do Espírito Santo assim classificadas, ela busca mapear e registrar as alternativas encontradas para promover processos comunicacionais diante de uma situação em que a informação se transforma em caso de “vida ou morte”, como é o caso da pandemia de covid-19. Esse é o primeiro olhar de um projeto que propõe mapear as mudanças nos hábitos de produção e consumo de informações sobre a atualidade e questionar se impactam no exercício da cidadania como apregoam autores que estudam as mudanças no campo do jornalismo, com o desaparecimento ou transformações dos jornais.

Em busca das novas formas e propósitos no campo da comunicação jornalística, Caroline de Marchi Pignaton, em *Jornalismo do bem na era das fake news*, discorre sobre um programa editorial para o jornalismo que se propõe a promover a cidadania e envolver o cidadão na solução de determinadas causas. Mesmo seguindo os cânones do jornalismo clássico, como a objetividade e a estética da imparcialidade, o “jornalismo do bem” se ocupa até mesmo de temas que estão fora da agenda convencional da imprensa, buscando sempre pautas comprometidas com as necessidades das comunidades em que os veículos atuam.

A pesquisa em Comunicação tem sido instigada a buscar modelos teóricos e metodológicos e a descobrir e testar formas inovadoras ou já conhecidas, visando perscrutar seus objetos de estudo com o intuito de deslindar todas as transformações pelas quais atravessa. A mudança de base tecnológica e de reconfiguração das forças (econômicas,

sociais, políticas) que movem a grande máquina da comunicação contemporânea repercute em diversas dimensões da vida: na sociabilidade cotidiana, nas formas de exercício da ação política, na produção e consumo dos bens culturais, na produção na circulação de informações entre outras. Os estudos reunidos neste livro agregam distintas metodologias e propõem reflexões teóricas importantes para aprofundar o debate acerca de várias questões contemporâneas à luz das teorias da comunicação e em articulação com conceitos como discurso, narrativa, redes, algoritmos, imagem, poder, informação, democracia, identidade, participação política, entre outros.

Importante salientar que algumas das pesquisas que compõem esta coletânea contam e contaram com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Espírito Santo (Fapes) e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), por meio de bolsas e recursos financeiros.

*Ruth Reis*  
*Daniela Zanetti*  
*(Organizadoras)*

**parte 1**

**Poder e  
disputas  
em rede**

# *Comunicação e participação política: mediações em rede no Brasil de 2016*

*Ruth Reis*

*Gustavo Cardoso*

*Tiago Lapa*

*Joana Azevedo*

## INTRODUÇÃO

O ano de 2016 foi ímpar. O *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT) encerrou seu segundo mandato, conquistado em 2014, e deu cabo ao um ciclo de governos de linhagem popular iniciado em 2005 pelo ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT). As manifestações nas redes sociais na *internet* e nas ruas, no Brasil, em 2013, encorajaram um processo de disputa pela hegemonia política que desencadearam tanto a derrubada de Rousseff, quanto a eleição do presidente direitista Jair Bolsonaro,

em 2018. Este período compreendeu uma das mais longas e agudas crises da história política recente do Brasil.

Na cena principal desse processo não estavam apenas os políticos, mas também o Poder Judiciário e o Ministério Público, com forte e politizada presença, os tradicionais veículos de comunicação jornalísticos e novos atores que despontavam nas plataformas de redes sociais, acionando seus próprios recursos de comunicação e mobilização. O campo da comunicação se mostrou em franca agitação. Foram vistos também velhos conhecidos dos momentos de ebulição política, a exemplo das organizações de direita, centro ou esquerda, partidos e suas figuras públicas e movimentos sociais. Como cada processo de mudança tem as suas marcas históricas, este não poderia ser diferente e traz elementos próprios da etapa de desenvolvimento vivida na segunda década do século XXI. Um destes é a forma que assume a produção da participação popular no contexto de uma máquina de comunicação que tem o seu centro situado na internet e nas redes sociais que plataformas como *Twitter* e *Facebook* proporcionam.

A intensificação das mobilizações por meio dessas plataformas fez com que não mais se duvidasse da sua importância para a produção da vida social e política brasileira (CASTELLS, 2013; GUTIÉRREZ-RUBÍ; ESCOLAR, 2014). Os lúdicos *flashmobs* da primeira década dos anos 2000 foram apenas um ensaio divertido para as mobilizações populares da segunda década deste século, capazes de mudar o xadrez da política e as formas de protesto em diversos pontos do mundo, estabelecendo uma interligação entre o espaço público urbano e a mobilização digital (MARKHAM, 2014; MOLNÁR, 2014, MALINI E ANTOUN, 2013). A *internet* e as múltiplas conexões que produz, tornaram-se uma interface decisiva para a condução das questões cívicas e políticas (BENNETT, SEGERBERG E KNÜPFER, 2017).

Neste texto, discutimos os processos de mobilização ocorridos no Brasil em 2016, buscando identificar afinidades com movimentos realizados noutras partes do mundo e as percepções das pessoas sobre o contexto político brasileiro e seus comportamentos e respostas diante

das inovações que vivenciavam especialmente em relação às conexões entre a comunicação em rede e a comunicação de massa (CARDOSO, 2007) intercedem para a produção da política na atualidade. Num primeiro momento, situamos as particularidades e motivações das mobilizações no Brasil que tiveram a internet como instrumento, usando como método a pesquisa bibliográfica e documental.

Depois, analisamos as práticas e percepções sobre a apropriação dos instrumentos de comunicação disponíveis na internet para participação na vida política. Os dados utilizados nessa fase foram recolhidos no âmbito de uma pesquisa internacional denominada *Networked Cultures Survey 2016*, realizada pelo Centro de Investigação e Estudos de Sociologia do ISCTE-IUL (Instituto Universitário de Lisboa), em 17 países europeus e no Brasil, durante o segundo trimestre de 2016, momento em que havia uma franca ebulição política nas ruas brasileiras. A partir dos resultados dessa sondagem, discutimos as conexões entre a produção da ação política *on-line* e *offline*, tentando entender em que medida as novas configurações em rede apontam para uma transformação dos processos de participação pela ação direta dos cidadãos.

Nesse sentido, um conjunto de autores faz distinção entre ações agregativas com uma direção comum geralmente presenciais, e aquelas que representam um esforço coletivo de organização e coordenação por meio de instrumentos de comunicação. No contexto da comunicação em rede, isto remete para a distinção entre lógica de agregação, geralmente dependente de estruturas institucionais e identitárias consolidadas — e lógicas de redes — articulações fluidas e temporárias (JURIS, 2012). No mesmo sentido, remete para o que Bennett e Segerberg (2012) chamam de lógicas de conectividade e lógicas de coletividade.

No Brasil, como em outras partes do mundo, ocorreram, nos anos dez, diversas modalidades de apropriação das plataformas de redes sociais por parte de uma miríade de atores mais próximas das lógicas de rede e de conectividade, que produziram diferentes

respostas institucionais suscitadas tanto pelos protestos de rua quanto os desencadeados pela rede. Lapa e Cardoso (2016), aludindo a McLuhan, que, em 1964, proclamou que “o meio é a mensagem”, argumentam a este respeito que, na sociedade contemporânea, o princípio organizativo reticular e a consciência de que qualquer um pode participar e alimentar ativamente esse princípio corresponde à principal mensagem trazida pela *internet*.

## MOBILIZAÇÃO EM REDE

A experiência de ações políticas transversais por parte dos movimentos sociais brasileiros ampliou-se desde a primeira década do milênio, quando já se identificavam mudanças na natureza das mobilizações e da promoção de lutas em prol dos direitos sociais. Mobilizados em torno de questões específicas ou guiados por uma matriz identitária (CASTELLS, 2013), os movimentos sociais articulam-se em rede como forma para conduzir a ação política numa condição de diversidade típica da sociedade globalizada, apresentando-se como atores de novas formas de governança e de negociação com o Estado e o mercado. As ações desencadeadas na primeira década deste século legitimavam a mediação com a esfera pública e realizam debates transversais por meio de fóruns,<sup>1</sup> associações, conferências e manifestações presenciais como marchas e ocupações (SCHERER-WARREN, 2006).

Nos primeiros dez anos do século XXI, a *internet* e as redes sociais, ainda incipientes, eram pouco exploradas como mecanismos de mobilização e ação política, devido à sua ainda limitada abrangência e carência de interfaces para trocas comunicacionais, como, por exemplo, as atuais plataformas de redes sociais, como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*. As primeiras experiências foram marcadas pelo uso do

---

1 Como, por exemplo, o Primeiro Fórum social Mundial realizado em Porto Alegre em 2001, para debater alternativas à globalização neoliberal.

*e-mail* e dos blogues, que dominavam as interações *on-line*, quando o número de pessoas inseridas no mundo virtual era ínfimo em relação ao atual, e estávamos na primeira fase de desenvolvimento da internet. Nada comparado aos fenômenos contemporâneos das conexões virtuais por meio de plataformas de redes sociais.

Desde 2011, diversas cidades brasileiras começaram a se familiarizar com as primeiras manifestações convocadas por meio da *internet*, promovidas por estudantes, visando, principalmente, a defender a gratuidade e a melhoria do transporte coletivo. O Movimento Passe Livre (MPL), criado em 2005, durante o *I Fórum Social Mundial*, em Porto Alegre, era o protagonista dessa bandeira. Mas somente em 2013, em São Paulo, é que se deflagrou a mais grandiosa mobilização, dirigida pelo MPL, contra o reajuste das passagens do transporte coletivo, que levou milhares de pessoas às ruas, convocada por meio da internet. No curso de duas semanas do mês de junho, o número de participantes cresceu exponencialmente, contudo, os responsáveis pelas convocações mudaram, com o MPL e sua pauta relacionada à mobilidade retirando-se do centro dos processos. As reivindicações, antes pontuais em torno do preço das passagens, transformaram-se numa agenda mais extensa, que exigia a melhoria dos serviços públicos em geral e o fim da corrupção.

Foi nesse momento em que o Brasil conheceu o impacto das primeiras grandes mobilizações, semelhantes às dos movimentos que eclodiram noutras partes do globo, cujas características já foram descritas por Castells (2010): ausência de líderes, recusa da presença de partidos ou sindicatos, convocação pela internet e criatividade nos modos de expressão. Não se recorreu às acampadas, que marcaram os movimentos na Islândia (2009), na Tunísia (2010-2011), o dos *Indignados*, na Espanha (2011), o *Occupy*, nos EUA (2011) ou a *Revolução de Lótus*, no Egito (2011). Quando ainda nas mãos do MPL, a opção, em São Paulo, foi por movimentos de rua rápidos, curtos e vigorosos que almejavam deixar os sistemas policiais atarrantados e credibilizar seu lema sintetizado na frase: “se a tarifa

não baixar, a cidade vai parar” (ORTELLADO, JUDENSNAIDER, & PIAZZON, 2013).

Os sentidos e o viés político do que ficou conhecido como Jornadas de Junho de 2013 ainda estão em discussão, mas os desdobramentos posteriores já são bem conhecidos. A descoberta da potência das redes incentivou novas mobilizações. Em 2014, ativistas nas ruas e nas redes encontraram na Copa do Mundo de Futebol, que o Brasil sediou, a motivação para novos protestos. Sob o lema #NaoVaiTerCopa, condenavam os investimentos do governo na ampliação de aeroportos, estádios e toda a infraestrutura necessária para receber a Copa de Mundo e também as Olimpíadas, que aconteceram no ano seguinte, no Rio de Janeiro. A contraparte desse movimento era condensada pela *hashtag* #VaiTerCopaSim, que ecoava nas timelines das plataformas de redes sociais.

Os protestos então já haviam adquirido outros contornos, com demandas de cunho mais político, e novos atores nos processos de mobilização. No *Twitter*, um bom termômetro do ativismo digital, a associação entre as *hashtags* #NaoVaiTerCopa e #ForaDilma revelavam o fortalecimento de segmentos antigoverno que sustentavam um discurso contrário ao Partido dos Trabalhadores (PT), da ex-presidente Dilma Rousseff, e de condenação ao que era considerado como a bolivarização do Brasil (MEDEIROS, 2016), numa referência ao projeto político que se desenvolve na Venezuela. Nesse cenário de turbulências realizou-se a eleição presidencial de 2014, em dois turnos. Os 51% de votos obtidos por Dilma Rousseff contra Aécio Neves (PSDB) confirmavam a polarização que já se registrava no Brasil. O Congresso Nacional eleito foi o mais conservador da história recente do país, com o crescimento das bancadas ruralista, militar e fundamentalistas religiosas (DA SILVEIRA, 2014).

No período entre 2013 e 2016, o predomínio dos movimentos do arco de oposição ao governo Dilma Rousseff nas plataformas de redes sociais, como *Facebook* e *Twitter*, tornou-se evidente. A partir de 2013, o investimento na preparação de novas lideranças políticas

conectadas com o contexto atual e com uma posição mais conservadora foi intenso. Ficou bem evidenciada a apropriação do vigor das lutas dos primeiros momentos das Jornadas de Junho, dinamizadas por grupos estudantis situados no campo da esquerda. Os novos movimentos que despontaram no campo conservador, como o Revoltados Online, o Vem Pra Rua e o Movimento Brasil Livre (MBL), empregaram a mesma estética e reorientaram os sentidos associados e algumas bandeiras das grandes mobilizações ocorridas no mundo.

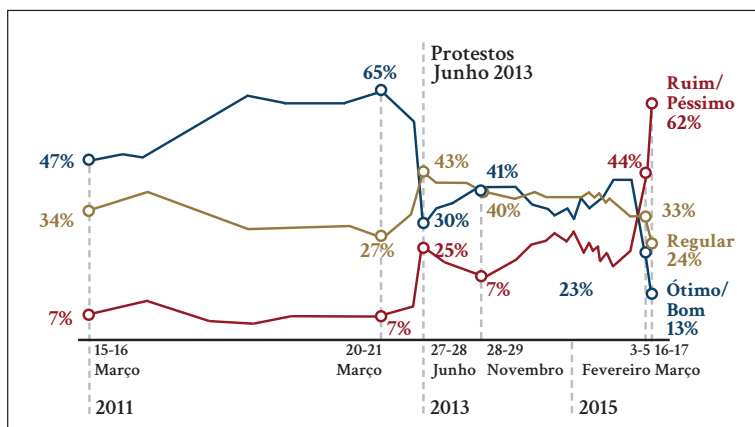
No cenário eleitoral, emergiram lideranças saídas dessas novas organizações (algumas eleitas em 2014), e foi facilitada a vitória de políticos que vinham de uma trajetória empresarial ou aqueles sem atuação eleitoral anterior, sob o abrigo do discurso contra os políticos tradicionais, como, por exemplo, o prefeito de São Paulo, João Doria (PSDB). Esse novo conjunto de militantes e os seus líderes, que surgem desse caldo político, passa a ser conhecido como “a nova direita brasileira” (AMARAL, 2015; CHALOUN & PERLATTO, 2016; FUCS, 2017). Os protestos de 2015 e 2016 focaram-se no *impeachment* de Dilma Rousseff e tiveram como centro os discursos anticorrupção e de apoio à operação Lava Jato.<sup>2</sup>

O inegável impacto dos movimentos redes-ruas sobre a percepção da população em relação ao governo foi mapeado por diversos institutos de pesquisa, que registaram a linha vertiginosamente descendente traçada nos gráficos do histórico da popularidade da gestão de Dilma Rousseff, em 2013 e 2015 (Gráfico 1).

---

2 A Operação Lava-Jato, desencadeada pelo Ministério Público Federal, visando o combate à corrupção, foi iniciada em 2009, em Londrina (PA). Em 2014, passou a investigar relações com a Petrobras envolvendo figuras proeminentes da política. Conferir Ministério Público Federal (s.d.).

Gráfico 1: Avaliação do governo Dilma Rousseff (2011-2015)



Fonte: DataFolha

O que parecia ser uma possibilidade remota logo após a eleição de 2014 tornou-se iminente. Mesmo recebendo o apoio de parte da população brasileira e de diversas personalidades internacionais para permanecer no cargo, Dilma Rousseff teve seu *impeachment* aprovado pela Câmara dos Deputados e pelo Senado. Com o governo nas mãos do vice-presidente, Michel Temer (PMDB), apoiador do *impeachment* de Dilma,<sup>3</sup> a sequência dessa reviravolta consistiu na rápida adoção de uma agenda neoliberal, com o congelamento de despesas públicas por vinte anos, fim do monopólio estatal da exploração de petróleo no pré-sal, flexibilização nas leis de terceirização de mão de obra e do trabalho e reforma das modalidades de proteção social, entre outras medidas.

3 Denúncias de corrupção apresentadas pela Procuradoria Geral da União em 2017 voltam à artilharia do discurso anticorrupção para o presidente, Michel Temer, que tenta se esquivar de uma eventual destituição do cargo. Esse movimento expõe divisões do campo do Judiciário, antes com a sua atenção voltada principalmente para políticos ligados ao PT, PP e parte do PMDB.

As turbulências que marcaram a política brasileira nos anos dez estão longe de acabar. A capilaridade, a individualização do processo de comunicação e a eficácia na produção das mobilizações por meio das redes geraram um clima político diferente do registrado em outros momentos da vida política brasileira, quando o cotidiano das disputas se circunscrevia às lideranças das instituições que operam o campo político, fossem elas estatais ou da sociedade civil. O atual modelo comunicacional (em rede), movido a muitas mãos, proporciona mudanças na forma como as pessoas se integram nos processos políticos e como este alcança a base da sociedade. Hoje, as divisões e disputas que estão em jogo afetam grupos de familiares e amigos, estremecendo ou fortalecendo afinidades, e exigindo a reconfiguração dessas microrrelações em que estão imersos os indivíduos contemporâneos. Constrói-se uma nova forma de subjetivação política. De fato, nos espaços *on-line*, não estamos diante apenas do que Habermas (1984) idealizava, de uma participação estritamente racional e polida de cidadãos ávidos por expressar suas ideias e opiniões, sob a regência do *logos*, na esfera pública. As manifestações de ódio e violência, o radicalismo e a incitação às polarizações e à exclusão também são encontrados, talvez de forma até mais enfática do que nas interações presenciais. De todo modo, estamos num momento rico de presença digital nas várias dimensões da vida cotidiana.

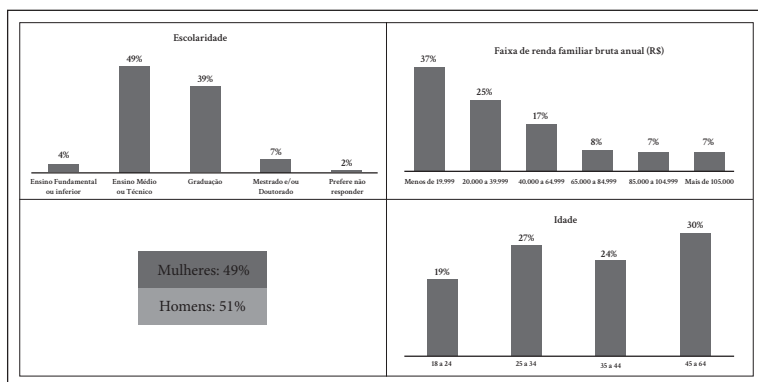
## A CRISE ECONÔMICA COMO MOTOR

Para compreender o caráter disruptivo dos movimentos populares contemporâneos é necessário também procurar identificar os fatores que os alimentam e legitimam. Estes não se esgotam na constatação da disponibilidade de tecnologias de comunicação e informação (TIC) facilitadoras entre os sujeitos que encenam os processos políticos. A concepção de uma relação produtiva e codeterminada entre máquina e humanos, como propõe Latour (2012) e a emergência da internet são, de fato, elemento forte nos acontecimentos políticos

destes últimos anos, mas uma perspectiva apenas determinista tecnológica não contribui para a compreensão do conjunto de fatores que gravitam no contexto das relações que estabelecem o social.

Portanto, inquiriremos alguns outros aspetos que intercedem nos processos de mobilização no Brasil por meio da análise de resultados da pesquisa *on-line*, aplicada no segundo trimestre de 2016, abrangendo um universo de quinhentos utilizadores de internet entrevistados no Brasil, cujo objetivo foi identificar padrões de comportamento comunicacional, político e cultural nas redes sociais mediadas pela internet, cujo perfil de participantes está descrito no Gráfico 2.

Gráfico 2: Perfil dos entrevistados

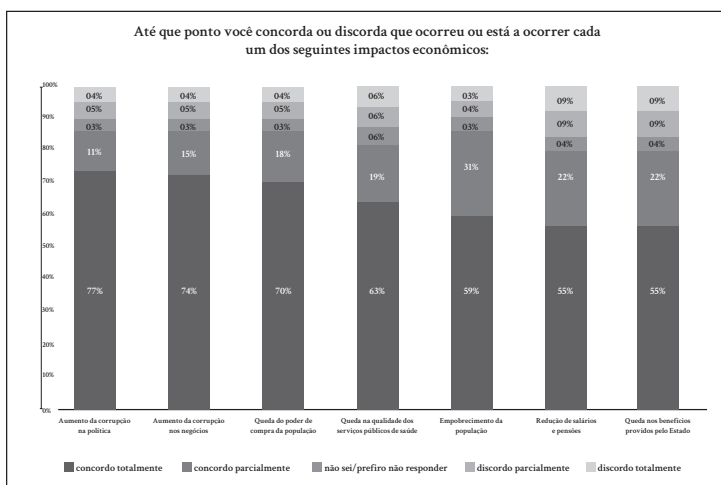


Fonte: Networked Cultures Survey, 2016.

É possível perceber no Gráfico 3 que a força das mobilizações no Brasil resultou de uma combinação de questões que envolvem o medo dos efeitos da crise econômica, a percepção de correlações entre a crise e a corrupção envolvendo políticos e empresários, além da baixa confiança no governo e em outras instituições nacionais e internacionais. Embora o achatamento salarial e a perda de qualidade dos serviços públicos sejam mencionados aparecem como impacto

mais alarmante da crise econômica o aumento da corrupção na política e nos negócios, ficando demonstrado que reverbera na maioria a agenda dos movimentos conservadores.

Gráfico 3: Principais impactos da crise econômica

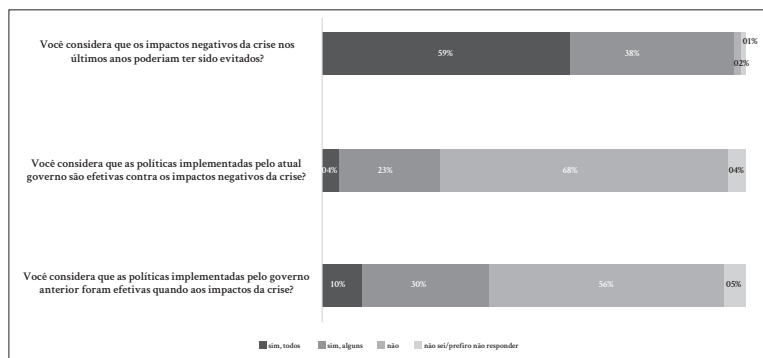


Fonte: Networked Cultures Survey, 2016.

A responsabilidade do governo pela crise foi indicada pela maioria dos entrevistados: 95 % acreditam que os impactos negativos dos últimos anos poderiam ter sido evitados em parte ou na totalidade (Gráfico 4). A taxa de desemprego chegou a 8,3 % em junho de 2015, aumentando para 11,2 % em junho de 2016, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Não faziam eco junto à população as explicações providas principalmente dos gestores governamentais de que a redução do ritmo da economia era mundial e afetava o Brasil como também a outros países, e de que as medidas adotadas pelo governo dariam conta de superá-la. Mesmo depois da saída de Dilma, o crescimento brasileiro foi baixo ou inexistente, a taxa de desemprego

continuou crescendo, ultrapassando, nos últimos meses de 2020, a marca de 14 %, alimentada também pelos impactos atuais da pandemia de coronavírus.

**Gráfico 4:** Ação do governo e crise econômica



Fonte: Networked Cultures Survey, 2016.

Destaque-se que os governos de Luís Inácio Lula da Silva (2003-2010) e de Dilma Rousseff (2011-2016), ambos do PT, correspondem a um intervalo na série de governos de corte conservador e liberal. Lula e Dilma frearam as denominadas medidas de austeridade, que se expressam em cortes orçamentários, com redução de recursos para serviços públicos, reduções salariais e desregulamentação das relações de trabalho, aumento de idade para aposentadorias, entre outras ações restritivas. Mas todas foram prontamente retomadas após a saída de Dilma.

Embora não tenham adotado um perfil de mudanças sociais profundas, os governos Lula e Dilma assumiram um conjunto de compromissos sociais promotores de maior equidade social num momento em que o país alcançou uma condição econômica internacional favorável, que o levou a tornar-se a sexta economia mundial em 2011 e deve completar 2020 no 12º lugar, segundo

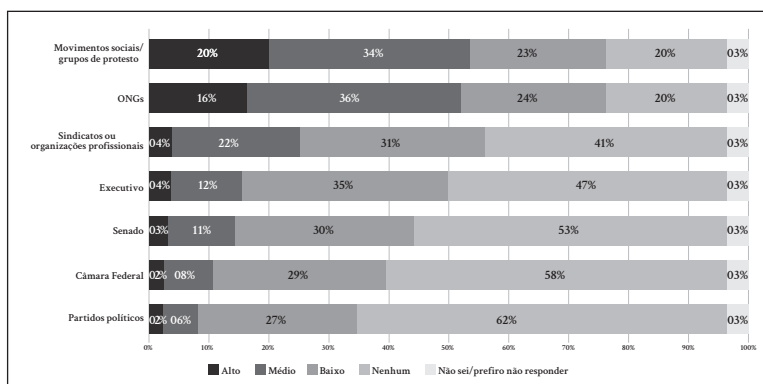
projeções feitas por pesquisadores a Fundação Getúlio Vargas.<sup>4</sup> As prioridades de investimento desses dois governos visavam prover aos estratos mais desprivilegiados melhoria de condições de vida e acesso a bens materiais e simbólicos até então disponíveis somente para a classe média. Diferentemente das manifestações ocorridas na Europa e no Oriente, o foco principal dos protestos no Brasil de 2013 a 2015 não foram medidas de austeridade, uma vez que estas começaram a ser implementadas essencialmente depois da saída de Dilma Rousseff, nos governos que se seguiram, liderados por Michel Temer, entre 2016 e 2018, e Jair Bolsonaro a partir de 2019.

Observa-se que a crise econômica em curso no Brasil, aliada ao discurso anticorrupção, acentuou a insatisfação da população para com representantes políticos, organizações sociais ou políticas e entes governamentais. No momento em que o processo de *impeachment* avançava a passos rápidos no Poder Legislativo, cresceu a credibilidade dos movimentos sociais, grupos de protesto e organizações não governamentais, nos quais mais de metade dos entrevistados para esta pesquisa depositava um grau de confiança alto ou médio (**Gráfico 5**). O *impeachment* de Dilma Rousseff era apontado por parte dos participantes dos protestos, que defendiam a sua destituição, como solução para a crise econômica e a retomada do crescimento, e como medida extrema de combate à corrupção.

---

4 Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/2020/11/09/brasil-deve-deixar-o-ranking-das-dez-maiores-economias-do-mundo-em-2020>

Gráfico 5: Grau de confiança em grupos, organizações e instituições



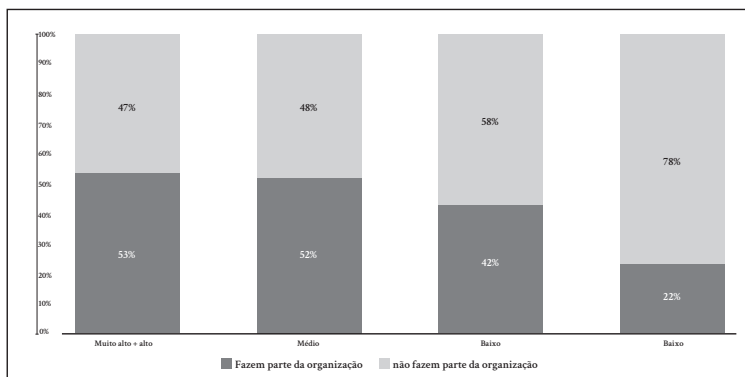
Fonte: Networked Cultures Survey, 2016.

## PARTICIPAÇÃO E ATIVISMO

Diversos autores têm apontado resistências de manifestantes a lideranças centralizadas e à maior parte das formas de organização política que marcaram as lutas do século XX (CASTELLS, 2013; BENNETT E SEGERBERG, 2012; GOHN, 2014). De fato, a maioria dos entrevistados que participaram das manifestações de rua afirma não pertencer a nenhuma organização, no entanto, não é desprezível a presença de pessoas vinculadas a algum tipo de associação. Com efeito, do universo de quinhentos participantes na pesquisa, 58,4 % declaram ter tido algum grau de participação nas manifestações de rua. Quase metade desses participantes, 48,6 %, afirmam pertencer a algum tipo de organização, entre sindicatos, partidos políticos, ONGs ou outras formas de clubes e organizações. Estes dados permitem concluir que as mobilizações para manifestações de rua não prescindem de formas de organização presenciais, algumas das quais mais tradicionais, como sindicatos e partidos políticos e que este tipo de vínculo é diretamente proporcional à intensidade da participação. Dos que afirmaram ter participação intensiva nos protestos, mais da metade pertencia

a algum tipo de organização, proporção que diminui à medida que reduz o nível de presença nas manifestações (Gráfico 6).

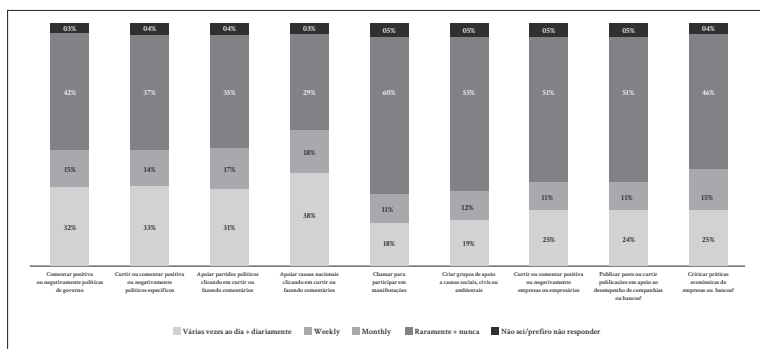
**Gráfico 6:** Relação entre níveis de participação nos protestos e vínculos com organizações



Fonte: Networked Cultures Survey, 2016.

O ativismo *on-line* — desenvolvido essencialmente com ferramentas digitais (GINDRE, 2016) —, também é observado na pesquisa, embora se verifique que a maioria prefira não exercitá-lo ou o faz com baixa frequência, especialmente quando se trata de convocar outras pessoas para algum tipo de manifestação presencial. O uso das redes também foi frequente para projetar críticas positivas ou negativas a políticos, partidos e a políticas governamentais ou outras medidas. Esta era uma prática semanal para mais de 50 % dos entrevistados, e diária para mais de 30 %. Empresas e empresários também foram objeto de manifestações *on-line*, embora em menor escala do que o estado ou os políticos (Gráfico 7).

Gráfico 7: Finalidades do uso das redes sociais



Fonte: Networked Cultures Survey, 2016.

## HÁBITOS DE COMUNICAÇÃO E MOBILIZAÇÕES

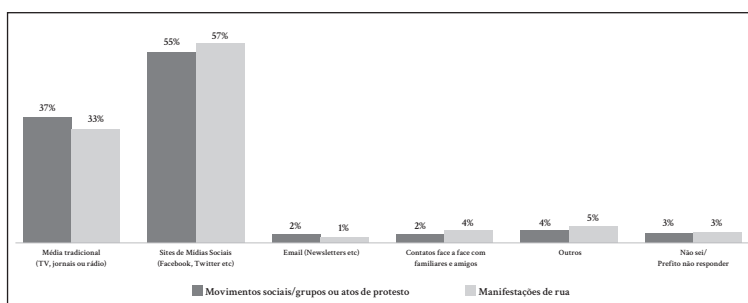
A comunicação em rede tem encontrado no Brasil um território fértil para sua proliferação desde os tempos do *Orkut*,<sup>5</sup> mas os meios de comunicação de massa tradicionais ainda se mostram fortes. Nos eventos políticos de 2016, percebeu-se tanto a emergência de uma vigorosa atividade nas redes sociais com presença de novos enunciadores,<sup>6</sup> assim como dos grandes grupos da grande mídia tradicional na produção das narrativas que influenciaram o processo de *impeachment*, em articulação com partidos e representantes políticos, corporações empresariais e sindicais, além de entes estatais. Durante as movimentações políticas de 2016, as plataformas de redes sociais prevaleceram, para mais de 50% dos entrevistados,

5 Rede social *on-line* pertencente ao *Google*, criada em 2004, e desativada dez anos depois. Foi uma das primeiras experiências de uso massivo de plataforma de rede social no Brasil.

6 Exemplo: Vem pra rua, Revoltados *On-line*, Movimento Brasil Livre (MBL), Endireita Brasil, defendendo o *impeachment*, e as frentes Brasil Popular e Povo Sem Medo.

como a primeira fonte de informação sobre as formas de mobilização política da sociedade (Gráfico 8). Mesmo assim, foi através dos meios tradicionais que mais de 30 % dos respondentes obtiveram informações sobre movimentos sociais e manifestações de rua, demonstrando o grau de presença da grande mídia tradicional na disseminação deste tipo de informação.

Gráfico 8: Fontes de informação sobre as manifestações



Fonte: Networked Cultures Survey, 2016.

Essa presença da mídia tradicional pode ser explicada não apenas pelo grau de noticiabilidade que os protestos alcançaram, mas também pela função colaborativa que os principais grupos de mídia desempenharam nas coberturas dos protestos em 2015 e 2016, com um viés positivo em relação aos grupos que defendiam o *impeachment* da ex-presidente e crítico em relação aos seus apoiadores. O papel do campo da comunicação no processo e no desfecho das lutas políticas no Brasil tem sido central desde o início da segunda metade do século XX, com forte influência dos grandes canais e redes de comunicação, que designamos aqui de grande mídia tradicional. Se em outros países, as mobilizações se apropriavam das redes sociais para produção autônoma de suas lutas e também para capturar a atenção dos veículos tradicionais (CASTELLS, 2010),

no Brasil, em geral, estes intervieram diretamente, direcionando e fulanizando o discurso do combate à corrupção, e adotando um viés editorial seletivo e de confronto com os segmentos políticos mais próximos da ex-presidente.

Ao assumir o combate à corrupção como um valor em si mesmo, tendo como foco a punição dos acusados dessa prática, a grande mídia produz um jornalismo de combate, destituído de pluralidade, sem, entretanto, contribuir para aprofundar o debate sobre a questão da corrupção e as suas possíveis causas, ou de evidenciar o caráter sistêmico dessa prática (BRANT, 2017). O próprio Ministério Público, ente central na investigação de casos de corrupção, submerge no jogo midiático de cativação do apoio popular, instrumentalizando a grande mídia jornalística e parte da blogosfera e das redes com vazamentos seletivos de informações.

Dessa forma, e com a autoridade que ainda detém, o jornalismo das grandes redes de comunicação penetra nas redes sociais e estreita as suas conexões com a parcela dos que estavam nas ruas em defesa do *impeachment* de Dilma. Num país em que, apesar do crescimento dos meios digitais, a televisão ainda é o meio de comunicação mais usado pela população, esse duplo movimento (mídias sociais + mídias tradicionais) incrementou as mobilizações, incidindo sobre as percepções em relação à política, aos seus atores e acontecimentos. Ressalte-se, por outro lado, que as mídias sociais também favorecem o desenvolvimento de formas independentes de comunicação jornalística, por meio de perfis e páginas, novas experiências de jornalismo colaborativo, além de intensificarem a atuação individual, desenvolvendo-se assim um ecossistema de informação e contrainformação que intensifica a vida política.

O viés da mídia tradicional relativo à causa do *impeachment* de Dilma Rousseff pode ser interpretado como uma forma de preservar ou ampliar o enorme poder que as empresas que compõem esse sistema, marcado pela concentração vertical, horizontal e cruzada (LIMA, 2001) e por oligopólios, tem exercido sobre a vida social

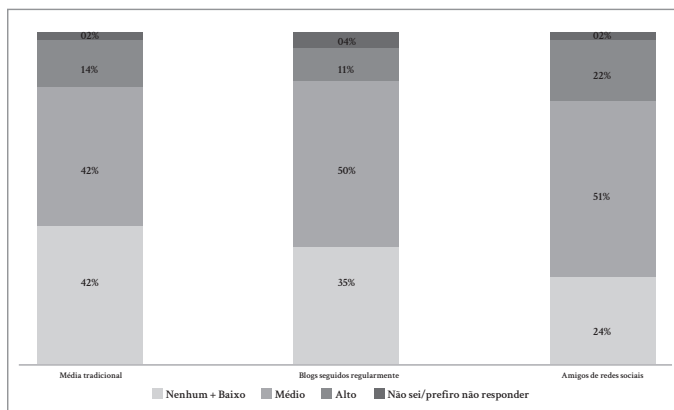
e política brasileira. Também se pode entender esse movimento como estratégia mercadológica desse segmento para se reconectar e fortalecer vínculos com um público que tende a se afastar do sistema de distribuição e das interfaces de que é proprietário (televisão, rádios e jornais). Se considerarmos que os meios de comunicação já foram alvo de maior confiança no Brasil, com índices na faixa de 71 %, em 2009 (IBOPE, 2015), não é animadora a descida para 59 %, aferida em 2015 pelo mesmo instituto e recuperando para 61 % em 2019.<sup>7</sup>

Ao detalhar de forma comparativa o grau de confiança nas fontes de informação oferecidas pela mídia tradicionais (TV, rádio e imprensa), blogs ou pelos “amigos” nas redes sociais (Gráfico 9), observa-se que há uma tendência de os “amigos” adquirirem um status privilegiado nos processos de mediação da informação, com maiores percentagens de entrevistados que depositavam um grau de confiança alto (22 %) ou médio (51 %) nessa fonte. Os blogs alcançaram maior confiança que a mídia tradicional, sugerindo uma gradação em que quanto mais próximo estiver um determinado meio das relações interpessoais, maior relevância e credibilidade que consegue angariar. Esse comportamento dos utilizadores plataformas de redes no Brasil de 2016 indica uma tendência de perda de confiança nos veículos de comunicação de massa com a migração dos usuários de comunicação para a internet como via de acesso a informação, entretenimento e sociabilidade.

---

7 Disponível em: <https://www.aberje.com.br/brasileiro-esta-mais-confiante-nas-instituicoes-diz-ics-do-ibope-inteligencia/>. Acesso em: ????

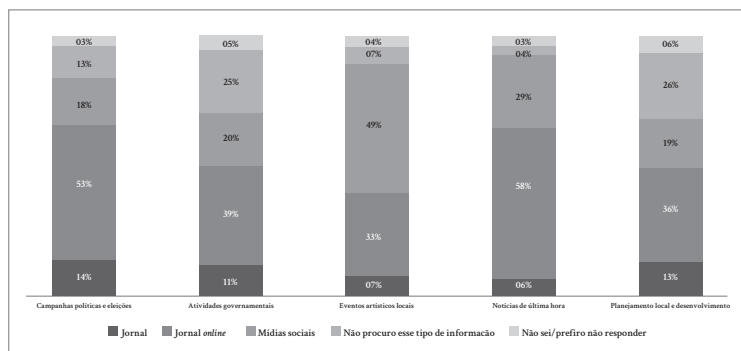
Gráfico 9: Nível de confiança nas fontes de informação



Fonte: Networked Cultures Survey. 2016.

Ainda assim, a mídia tradicional e, o jornalismo em especial, integrados na rede, também participa do rearranjo das modalidades comunicação das mensagens e conseguem atrair a atenção dos internautas ao oferecerem informação de base para os processos de interação e para a tomada de decisão sobre questões políticas ou aquelas do dia a dia. Verifica-se uma prevalência da modalidade jornal *on-line* como fonte de informação sobre temas políticos (53 %), atividades governamentais (39 %) e notícias de última hora (58 %) (Gráfico 10).

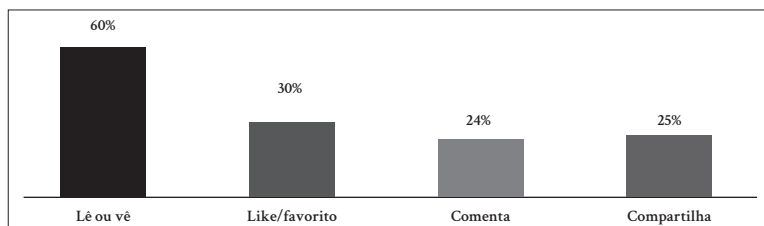
Gráfico 10: Fonte de informação sobre temas específicos



Fonte: Networked Cultures Survey, 2016.

Quanto ao envolvimento dos usuários de redes sociais brasileiros em relação aos conteúdos que circulavam em 2016, observou-se um comportamento comedido. Confrontados com as diversas modalidades de conteúdos que circulam nas redes (*selfies*, memes, notícias, artigos, informes sobre manifestações, entre outros) para as quais buscou-se identificar os tipos de engajamento, a maioria dos usuários preferem ler ou ver conteúdos (60 %) e, em menor escala, optar por um *like* (30 %). O comportamento mais ativo de comentar (24 %) e compartilhar (25 %) ocorreu em menor proporção (Gráfico 11). A predominância desse comportamento de baixa atividade faz com que emergam menos produtores de conteúdos em disputa da atenção dos usuários da rede, configurando uma ecologia que tende a especializar produtores, distribuidores e consumidores de conteúdos.

Gráfico 11: Tipos de engajamento nas redes



Fonte: Networked Cultures Survey 2016

Em termos gerais, considerando que a comunicação de massa promoveu o exercício do poder através da integração de indivíduos nas instituições rmos gerais, considerando que a comunicação de massa promoveu o exercício do poder através da integração de indivíduos nas instituições existentes da sociedade, a comunicação em rede promove a construção de novas configurações institucionais de poder por meio de redes. O acesso à mídia tradicional implicava um processo de *gatekeeping* que tendia a ser mais reativo do que proativo e envolvia mais os profissionais integrados aos valores e crenças institucionalizados do que os não integrados. Pelo contrário, as redes sociais tendem a facilitar o surgimento de percepções e proposições alternativas sobre como ler a realidade. Se as sociedades são cada vez mais caracterizadas e (re)produzidas por um modelo comunicacional em rede, devemos considerar a possibilidade de que a pertença em rede possa instituir-se como um traço cultural fundamental da experiência da mediação com ramificações nos processos políticos.

## CONCLUSÃO

O caso brasileiro evidencia os desafios que enfrentam muitos governos e instituições políticas tradicionais para falar de modo eficaz com os seus cidadãos. Se as pessoas não concordam com as políticas

governamentais, mobilizarão redes para obter o apoio de outros contatos. Os protestos no Brasil, em 2016, também colocaram uma interrogação nas premissas esperançosas de que o universo das redes e o da mídia tradicional evocam o confronto entre duas formas de pensar sobre as instituições, refletindo duas concepções diferentes de poder: a dos meios de massa alinhados com as instituições políticas tradicionais, caracterizada pelo exercício do poder de cima para baixo, e a dos manifestantes que se foram adaptando à concepção de poder baseada na comunicação em rede e no seu exercício de baixo para cima.

Por um lado, as mobilizações no Brasil trouxeram a energia das grandes manifestações que desenharam os traços do que foi considerado um processo de extenuação do modelo representativo tradicional (CASTELLS, 2013), que vigora numa parte significativa do mundo. Também trouxeram o eco da indignação contra as inabilidades do modelo da democracia liberal de estilo ocidental de dar conta da miríade de demandas da sociedade e de suas concepções em torno da construção da justiça social. Por outro lado, deixaram mais evidente que o caráter universalizante e pluralista das plataformas digitais se presta a todos os tipos de projetos políticos e não necessariamente contém uma teleologia emancipadora, consolidando-se assim como uma nova fronteira de disputas políticas que se soma às anteriores.

Ao contrário de esperanças expressas no passado (MORRIS, 2001), nada nos autoriza ainda a imaginar que por si só a internet nos entrega a utopia de uma democracia direta ou de uma sociedade mais igualitária. É necessário avançar um pouco mais e analisar as redes em consonância com os projetos e disputas políticas que se produzem no interior de determinados universos culturais e políticos, para além das similaridades verificadas nas estratégias e formas de ação.

Para entender as redes é necessário compreender as forças que nelas atuam e que as movimentam. No caso brasileiro, a comunicação em rede foi um motor para ativar uma sequência de mudanças políticas marcadas pelo conservadorismo, entendido como a manutenção

ou a recuperação de poder por parte de instituições e grupos sociais que se sentiam alijados. Desta forma, as redes digitais, pela sua capilaridade e capacidade de contágio, revelam-se capazes de dar voz a diferentes matizes ideológicos, desejos e insatisfações que se articulam no contexto social e, a partir de alguma forma de organização, espontânea ou articulada, ou ambas combinadas, conduzi-los a determinados fins.

As pautas que as mobilizações contemporâneas produzem tendem a ser abrangentes, projetando enunciados gerais que abarcam o clamor para que determinado estado de coisas se altere. Muitas vezes, não se expressam num programa que possa ser negociado entre os que as reivindicam e os que detêm, num determinado tempo e espaço, as condições de transformá-lo em ação concreta. O ato de converter a indignação em programa fica a mercê de outros atores, em geral, aqueles que se colocam em espaços mais institucionalizados, e pode frustrar aspirações que motivam as lutas.

O que está em curso neste processo de fervilhante envolvimento é a ativação de estratégias de disputa em torno de narrativas sobre as questões políticas que transitam num sistema midiático de múltiplos nós e conexões e novos jogos de luta e poder. Na sua essência, os avanços que podem ser delineados com a internet, no campo da comunicação e em sua relação com a mobilização política, é a possibilidade de criação de novas formas de relações sociais por meio de trocas comunicacionais mais horizontais e fragmentadas. Esta nova forma de produção da vida social, abre também outro campo de disputas, fazendo despontar novos atores e exigir o reposicionamento dos mais tradicionais, além de reconfigurar a arena em que são decididos os destinos de cada um.

# Referências

AMARAL, M. A nova roupa da direita. **Pública**, jun. 2015. Disponível em: <http://apublica.org/2015/jun/a-nova-roupa-da-direita>. Acesso em: ago. 2017.

BENNETT, W. L.; SEGERBERG, A.; KNÜPFER, C. B. The democratic interface: technology, political organization, and diverging patterns of electoral representation. **Information, Communication & Society**, p. 1-26, ago./2017. ISSN: 1369-118X. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1348533.

BRANT, J. O ganha-ganha da sacanagem. **Mídia Ninja**, 13 jun. 2017. Disponível em: <http://midianinja.org/brantjoao/o-ganha-ganha-da-sacanagem>. Acesso em: ago. 2017.

CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

CARDOSO, Gustavo; LAPA, Tiago; DI FÁTIMA, Branco. People are the message? Social mobilization and social media in Brazil. **International Journal of Communication**, California/EUA, n. 2016, p. 3909-3930, 2016.

CASTELLS, Manuel. **End of Millennium**. [S.l.]: John Wiley & Sons, 2010.

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2013.

CHALOUB, J.; PERLATTO, F. A nova direita brasileira: ideias, retórica e prática política. **Insight Inteligência**, 2016. ISSN 1517-6940. 72.

FUCS, J. A “máquina” barulhenta da direita na internet. **Estadão**, 26 mar. 2017. Disponível em: <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,a-maquina-barulhenta-da-direita-na-internet,70001714254>. Acesso em: ago. 2017.

GINDRE, G. internet e Redes Sociais como ferramentas de Mobilização - Material de apoio à Oficina Redes Sociais e Mobilização. **Coppe**, UFRJ, Laboratório Herbert de Souza, 2016. Disponível em: [http://www.mobilizadores.org.br/wp-content/uploads/2016\\_jan.Cartilha-Redes-Sociais-e-Mobilizacao.pdf](http://www.mobilizadores.org.br/wp-content/uploads/2016_jan.Cartilha-Redes-Sociais-e-Mobilizacao.pdf). Acesso em: 10 jul. 2017.

GOHN, M. DA G. A sociedade brasileira em movimento: vozes das ruas e seus ecos políticos e sociais. **Caderno CRH**, v. 27, n. 71, p. 431-441, 2014. DOI: 10.1590/S0103-49792014000200013.

GUTIÉRREZ-RUBÍ, Antoni. **Tecnopolítica**, Bebooknes (Kindle Edition), 2014.

HABERMAS, J. **Mudança Estrutural da Esfera pública**. São Paulo: Tempo Brasileiro, 1984.

JURIS, Jeffrey. Reflections on #Occupy Everywhere: Social Media, Public Space, and Emerging Logics of Aggregation. **American Ethnologist**, v. 39, 1. maio 2012.

LATOURE, B. **Reagregando o Social: uma introdução à teoria ator-rede**. Salvador; Bauru, São Paulo: EdUFBA; EdUSC, 2012.

LIMA, V. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

MALINI, F. E ANTOUN, H. **A internet e a rua**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARKHAM, T. Social media, protest cultures and political subjectivities of the Arab spring. **Media, Culture & Society**, pp. 89-104, 2014. ISSN 0163-4437. 36:1. DOI: 10.1177/0163443713511893.

MEDEIROS, Jean M. R. **Um outro junho: o movimento #NaoVaiTerCopa**. O diálogo no Twitter e as controvérsias sobre a Copa do Mundo de 2014. Dissertação. (Mestrado em Comunicação) Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades. Universidade Federal do Espírito Santo, 2016.

MOLNÁR, V. Reframing Public Space Through Digital Mobilization. **Space and Culture**, v. 17, n.1, p. 43-58, 2014. ISSN 1206-3312. DOI: 10.1177/1206331212452368.

ORTELLADO, P.; JUDENSNAIDER, E.; PIAZZON, L. **Vinte centavos: a luta contra o aumento**. São Paulo: Veneta, 2013. Disponível em: [http://uninomade.net/wp-content/files\\_mf/11140414103620%20centavos%20de%20Pablo%20Ortellado%20et%20al%20-%20Bruno%20Cava.pdf](http://uninomade.net/wp-content/files_mf/11140414103620%20centavos%20de%20Pablo%20Ortellado%20et%20al%20-%20Bruno%20Cava.pdf). Acesso em: ago. 2017.

SCHERER-WARREN, I. Das mobilizações às redes de movimentos sociais. **Sociedade e Estado**, v. 21, n. 1, p. 109-130, 2006. DOI: 10.1590/S0102-69922006000100007.

SILVEIRA, S.A. da. O embate das redes. **Em Debate**. v. 6, n. 7, p. 28-34, 2014. Disponível em: <http://opiniaopublica.ufmg.br/site/files/artigo/6-Novembro-14-DOSSIE-Sergio-Amadeu.pdf>. Acesso em: ago. 2017.

# *Da “desideologização” ao combate à doutrinação: o surgimento do movimento “escola sem partido” e sua ação nas redes<sup>1</sup>*

*Frederico Carneiro  
Alexandre Curtiss Alvarenga*

O Movimento Escola Sem Partido (ESP) é uma iniciativa que se soma às diversas formas de organização da nova direita brasileira. Surgido em 2004, seu propósito é atuar no âmbito da educação e combater a suposta doutrinação nas escolas. O Movimento Escola Sem Partido vem perdendo força nos últimos tempos, mas suas visões e

---

1 Pesquisa desenvolvida com bolsa da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Espírito Santo (Fapes). Este artigo é resultado de estudos desenvolvidos no âmbito da pesquisa Modelos metodológicos para estudo de discurso e narrativas em processos de comunicação contemporâneos no contexto da cibercultura, financiada pela Fapes, Edital Fapes n. 21/2018 – Universal.

proposições para a educação em todos os níveis ainda pairam sobre uma miríade de segmentos sociais. A atuação do ESP durante quase duas décadas foi dedicada a confrontar um conjunto de ideias que se tornaram hegemônicas no campo educacional, em especial a liberdade de cátedra e a assimilação contínua de questões relacionadas aos direitos humanos e à diversidade social.

Fundado por membros associados ao Instituto Liberal (IL) de Brasília, teve o advogado Miguel Nagib como coordenador por 16 anos. Em agosto de 2020, Nagib anunciou sua saída do ESP e encerramento das atividades do movimento. Até então, o movimento adotava como ferramentas para divulgar a causa e se comunicar com os simpatizantes um sítio virtual próprio e as plataformas de redes sociais *Facebook*, *Twitter*, *Youtube* e sítio virtual na *web*. A página no *Facebook*, com mais 230 mil curtidas foi desativada dia 20 de agosto de 2020 e o sítio virtual, ainda disponível, exibe em seu topo o adeus do seu fundador, sem explicações, apenas manifestando sua tristeza. Mas os perfis no *Twitter* e no *Youtube* permanecem disponíveis. O primeiro também traz como última postagem, dia 22 de agosto, a despedida de Nagib e no *Youtube* os últimos vídeos foram inseridos há três meses.

Durante sua existência, o ESP se valeu das redes sociais e, por meio delas, foi construindo sua capacidade de agregação de militantes e novos simpatizantes. Este artigo tem o objetivo de traçar as primeiras linhas de compreensão das estratégias discursivas do ESP nas redes sociais, mais especificamente no *Facebook*, onde ganhou grande audiência. Faremos num primeiro momento um histórico da atuação do Escola Sem Partido, situando-o politicamente e, em seguida, uma leitura geral da página do ESP.

## O NASCIMENTO DO ESP E SUA ESTRATÉGIA DE AÇÃO

Desde o período da reabertura política brasileira, parcela do empresariado e figuras intelectuais têm se organizado em organizações de classe e fundado *think tanks* para influenciar o Estado a adotar

políticas alinhadas à agenda neoliberal (CASIMIRO, 2016; GROS, 2002; ROCHA, 2017). Essa estratégia política de arregimentação de setores da burguesia, formadores de opinião e apoio junto a estratos sociais tendo em vista produzir consensos na sociedade civil para disputar posições no Estado remete ao conceito de hegemonia desenvolvido pelo filósofo italiano Antonio Gramsci (GRAMSCI, 2000). Para o autor, o exercício do poder político na sociedade não pode se ater a formas de coerção e violência. É preciso governar como direção política negociando com os diferentes interesses no intuito de formar consensos provisórios que satisfaçam ao menos em parte os anseios dos grupos sociais que sustentam esse arranjo (COUTINHO, 2008).

Esse último aspecto enfatiza a importância da dimensão simbólica e do uso da linguagem como recurso capaz de influenciar nas dinâmicas de disputa e manutenção da hegemonia. Afinal, é pela linguagem que o humano toca o outro e o leva a agir (CHARAUDEAU, 2019). É a partir dessa premissa que se pode compreender a organização do ESP, que nasce no interior de um *think tank*, o Instituto Liberal, organizado pelo campo conservador — guiado pelos ideais de Ludwig von Mises, Friedrich Hayek e Adam Smith e existente no Brasil em 1983 —,<sup>2</sup> para influenciar e interceder sobre políticas públicas e processos de formulação ideológica.

Apesar dos vínculos dos nomes à frente da organização do Instituto Liberal de Brasília, o Movimento Escola Sem Partido se apresenta como uma “iniciativa conjunta de estudantes e pais preocupados com o grau de contaminação político-ideológica das escolas brasileiras, em todos os níveis: do ensino básico ao superior” (ESP, 2017). Na avaliação do movimento, até antes do seu surgimento, a falta de provas era um obstáculo no enfrentamento aos “doutrinadores”, porque esbarrava na insistência de educadores e empresários do ramo de negar a existência desse problema. Diante disso, o ESP propõe dar

---

2 INSTITUTO LIBERAL. Disponível em: <https://www.institutoliberal.org.br/>.

uma guinada nessa situação ao expor os ditos militantes. Esse propósito foi consolidado em 2015, no estatuto da organização.<sup>3</sup>

Para fazer cumprir seus objetivos, a entidade divulgava nas redes testemunhos de “vítimas de doutrinação ideológica, política e partidária”, orientava pais e alunos “quanto à melhor maneira de enfrentar o problema da doutrinação” e oferecia análises dos materiais didáticos e conteúdos programáticos e ajuizar ações civis públicas (ESP, 2017). Em complemento a essa atuação, o ESP elaborou um anteprojeto de lei e defendia a sua aprovação nos legislativos em níveis federal, estadual e municipal. A proposta obrigava as escolas a afixar um cartaz nas salas de aula com os deveres dos professores na aceitação do movimento. Sob a alcunha de “Programa Escola Sem Partido”, o anteprojeto não restringe o foco apenas sobre os professores e avança sobre a própria organização estudantil, vedando-a de promover atividades político-partidárias. Com essa medida, o ESP explicita o caráter cerceador de liberdades porque amplia a vigilância até mesmo para quem antes era considerado como vítima da doutrinação pelo movimento, no caso, os estudantes.

A medida legislativa também autorizava a gravação das aulas por parte dos alunos. Essa sugestão está em conformidade com a atuação do ESP, ávido por reunir denúncias de suposta doutrinação. No entanto, a gravação é justificada no texto como maneira de assegurar o acompanhamento dos pais sobre o aprendizado dos filhos. O alcance dessa lei visa abranger desde as políticas e planos educacionais, conteúdos curriculares, projetos pedagógicos, materiais didáticos

---

3 Ao lado de outros objetivos como “I - combater a instrumentalização do ensino para fins ideológicos, políticos, partidários ou corporativos”; II - “defender e promover a liberdade de consciência e de crença e a liberdade de aprender dos estudantes”; III - “defender e promover o pluralismo de idéias e o princípio constitucional da neutralidade política, ideológica e religiosa do Estado, no ambiente acadêmico; IV - “defender o direito dos pais dos estudantes sobre a educação moral de seus filhos, nos termos do artigo 12, IV, da Convenção Americana sobre Direitos Humanos” (ESCOLA SEM PARTIDO, 2015).

e paradidáticos, e até os concursos voltados a selecionar profissionais para a carreira docente. Este projeto já tramitou em algumas câmaras municipais e assembleias legislativas, obtendo sucessos pontuais e muitas derrotas. Na Câmara Federal, foi apresentada uma nova versão de autoria da deputada Bia Kicis (PSL) tão logo teve início a legislatura de 2019.

Contudo, tão importante quanto apresentar os objetivos e o modo de atuação do “Escola Sem Partido” é entender a narrativa que enuncia a sua fundação. Segundo Nagib, o movimento teria sido criado após uma experiência pessoal testemunhada por ele e sua filha (BEDINELLI, 2016). Ele teria se indignado com o professor de História que comparou Che Guevara e São Francisco de Assis por ambos terem dedicado a vida à realização de suas respectivas causas. Devoto católico, Nagib considerou a relação era incabível, posto que criaria uma confusão na cabeça dos alunos, que poderiam santificar Che Guevara. A saída adotada por Nagib foi redigir uma carta e panfletar as trezentas cópias que produziu, pessoalmente, no estacionamento da escola. O esforço espontâneo não logrou êxito: a direção da escola discordou do narrado e ficou ao lado do professor; Nagib foi xingado por alunos e sentiu-se isolado entre os pais que não o apoiaram. Diante dessa impotência, Nagib teria tido a ideia de reunir força com outros pais cientes da aludida doutrinação.

A narrativa mítica da criação do “Escola Sem Partido” a partir do pai desamparado também rivaliza com a biografia do fundador, Miguel Nagib. Ao contrário da imagem de pai impotente, sua biografia é marcada por passagens nos degraus mais altos das esferas do poder no Brasil. Além de ter se associado ao Instituto Liberal já descrito, Nagib seguiu carreira concursada de promotor pelo estado de São Paulo atuando em favor da federação em Brasília. Lá, galgou cargos de assessoramento no alto funcionalismo público como o gabinete do então Procurador-Geral da República Sepúlveda Pertence e, mais tarde, servindo no gabinete de Pertence quando este foi ministro do Supremo Tribunal Federal (STF) e presidente da mesma corte. O

movimento também alçou Nagib a outro *think tank*, dessa vez o Instituto Millenium (Imil).<sup>4</sup> Ali, colaborou como articulista em defesa de uma educação alinhada às ideias do instituto de viés liberal. Em anos mais recentes, em 2017, participou da criação de uma nova associação em Brasília denominada Instituto Visamos.

Ao que consta da memória disponível no canal de vídeos do Visamos no *YouTube*, uma das iniciativas precursoras voltou-se à educação. A associação apoiou movimento “Reação Universitária” que agrega estudantes conservadores e liberais na UnB para promover a “II Semana pela Liberdade”. Nesse evento, Nagib colaborou duplamente: como patrocinador — pelo Visamos — e como palestrante — apresentando o movimento ESP e o anteprojeto de lei que defende. Além de Nagib, também fizeram parte da lista de palestrantes nomes como Filipe Martins<sup>5</sup> e Luiz Phillippe de Orleans e Bragança.<sup>6</sup>

## OS VILÕES RESPONSÁVEIS PELA DOCTRINAÇÃO

As acusações do movimento não recaem somente sobre os professores. Pelo contrário, a doutrinação é explicada, em parte, pela influência do educador e filósofo Paulo Freire. Segundo o ESP, o método de ensino freiriano seria o responsável pelo desempenho “pífio” dos alunos brasileiros na prova do Programa Internacional de Avaliação de Alunos (PISA, em inglês). De acordo com o movimento, a má colocação dos brasileiros nesse exame seria consequência da pedagogia proposta por Paulo Freire que visaria ensinar doutrinação marxista

---

4 *Think-tank* brasileiro criado em 2005. Disponível em: <https://www.institutomillennium.org.br/institucional/quem-somos/> Acesso em: 27 maio 2020.

5 Atuou na eleição de 2018 na campanha Jair Bolsonaro como correligionário no PSL e está lotado como assessor para Assuntos Internacionais da Presidência da República. Participou dos cursos de Olavo de Carvalho.

6 Foi eleito deputado federal por São Paulo em 2018 pelo PSL. Pertence à família real.

nas escolas ao invés de matemática e português. Esse argumento é recorrente nas falas de Olavo de Carvalho, Jair Bolsonaro e família, e outras figuras da direita (UOL, 2020).

Reconhecido internacionalmente, Freire também ocupa a terceira posição entre os autores mais citados em artigos científicos da área de Humanas no mundo por uma mesma obra, *Pedagogia do Oprimido*, de acordo com o *Google Scholar*.<sup>7</sup> Uma das questões-chave de sua obra intelectual é a rejeição ao que ele chama de “educação bancária” (FREIRE, 1997), na qual o professor é transmissor do conhecimento. Paulo Freire contrapunha esse método com a máxima de que ninguém ensina nada a ninguém, todos aprendem juntos, mediados pelo mundo. Acusado de ser subversivo, Paulo Freire foi perseguido pela ditadura, ficou preso por setenta dias e foi aposentado compulsoriamente da sua função de professor de História e Filosofia da Universidade Federal de Pernambuco (ABREU; TARGINO, 2009). E, agora, sofre uma segunda perseguição: como não é mais possível impor-lhe um novo exílio, a solução é atacar o seu legado.

Nesse novo enredo o ímpeto doutrinador que paira sobre a educação brasileira seria parte de um projeto político da esquerda tão escancarado que Paulo Freire foi agraciado em 2012 com o título de “Patrono da Educação” apesar dos resultados “desastrosos” de seu método. A queixa tardia sobre essa homenagem por parte do movimento e apoiadores soa oportunista conforme atestam os registros documentados no Congresso Nacional por onde essa matéria circulou, conforme levantado por essa pesquisa. A concessão do título de patrono a Paulo Freire não foi um gesto da esquerda. O título foi concedido pelo Congresso Nacional, após uma longa tramitação na casa, entre 2005 e 2012. Apesar de ter durado oito anos, nos quais o ESP já existia e Jair Bolsonaro exercia mandato de deputado federal,

---

7 Disponível em: <https://www.paulofreire.org/noticias/463-paulo-freire-%C3%A9-o-terceiro-pensador-mais-citado-em-trabalhos-pelo-mundo>. Acesso em: 28 jun. 2020.

a proposta apresentada pela deputada Luiza Erundina (à época no PSB, hoje no PSOL) foi aprovada sem qualquer oposição nas Comissões de Constituição e Justiça e de Educação e Cultura.

Mas a pecha de vilão não é atribuída exclusivamente a Paulo Freire. Ela também é dividida com outro intelectual falecido, o italiano Antonio Gramsci. A leitura enviesada da obra do italiano assumida por Olavo de Carvalho (2019) atribui a Gramsci uma estratégia de tomada de poder em etapas. Ao invés de recorrer às armas ou circunscrever a disputa pelo poder à esfera pública política, a esquerda deveria voltar a atenção primeiro para as escolas, igrejas, associações, jornais, etc. Sem que as pessoas se dessem conta, de maneira discreta e permanente, os partidários promoveriam uma visão distorcida da realidade e tomariam de assalto essas mentes (GORDON, 2017). Dessa forma, pelo uso de manipulação psicológica, seria capaz de incutir nas pessoas a vontade do partido sem que elas se dessem conta.

## A EMERGÊNCIA DO ESP NO CIBERESPAÇO E NA MÍDIA

O sítio virtual do Escola Sem Partido surgiu no mesmo ano de criação do movimento, em 2004, e permitiu intensificar a difusão dessas ideias na internet e ajudou simpatizantes a encontrar meios e informações a respeito da batalha contra a doutrinação. Adiante, o ESP se aproveitou do potencial da plataforma *Orkut*<sup>8</sup> para agregar mais de três mil adeptos, no ano de 2008, de acordo com Nagib (PORTABERTA, 2020). Ainda que represente uma fração minúscula da sociedade, esse dígito na casa do milhar era superior ao universo limitado dos membros do Instituto Liberal de Brasília, que Nagib fazia parte. A curva de crescimento só se expandiu de lá

---

8 O *Orkut* vingou como um dos exemplos bem sucedidos da *web* 2.0. Nele, os usuários gerenciavam um perfil individual e a partir dele estabeleciam conexões diretas com outros usuários ou indiretas em comunidades organizadas de acordo com afinidades e de livre associação.

para cá, ultrapassando a barreira dos duzentos mil seguidores no *Facebook*, em 2019.

Figura 1: Comunidade “Escola Sem Partido” no *Orkut*



Fonte: Wayback Machine, 2020.

Foi em 2007 que o combate à doutrinação furou o nicho dos simpatizantes do ESP *on-line* e ganhou visibilidade no espectro midiático do jornalismo. O movimento teria entrado a reboque de polêmicas sobre o material didático distribuído pelo MEC, desencadeadas no âmbito nos jornais *O Globo*, seguida pelas revistas *Veja* e *Época*, pelos jornais *O Estado de São Paulo* e *Folha*, além de colunistas e blogues com presença na grande mídia. A celeuma teria começado com colunas publicadas no jornal *O Globo* pelo jornalista Ali Kamel, que numa análise do livro *Nova História*,<sup>9</sup> apontava uma série de tentativas de convencer o leitor de que o capitalismo tinha defeitos. O assunto ganhou espaço no jornal *Estado de São Paulo* que teria estimado que vinte milhões de estudantes teriam sido prejudicados pela leitura da obra editada pela Nova

9 Coleção de livros didáticos de primeiro e segundo grau do escritor Mario Schmidt publicada pela editora Nova Geração.

Geração (CAFARDO; ROXO, 2007). O escrutínio sobre conteúdo dos livros didáticos se estendeu pelo ano seguinte, o que segundo jornalista Luis Nassif (NASSIF, 2015), tinha um fundo mercadológico tendo como mira o quinhão editorial da área da educação.

A inversão nesse enredo surgirá em 2016. Ao invés de revelar novos casos de doutrinação, o foco passa a ser a visibilidade à organização que pretende combater tais atos. Com isso, o “Escola Sem Partido” assume o protagonismo em pautas jornalísticas, ao propor lei que obrigava as escolas a afixar cartazes nas paredes com as regras elaboradas pelo ESP sobre os deveres dos professores. Um dos espaços de maior destaque foi o obtido no programa Fantástico, da Rede Globo, que sob o mote da polêmica, abordou a tramitação do projeto de lei proposto pelo ESP (PASQUALOTTO, 2016) e entrevistou Miguel Nagib e o colega de ESP e IL de Brasília, Bráulio Porto. O anteprojeto de lei gera reações contrárias, receosas de que a iniciativa estimule a perseguição política de professores, sem contar o efeito intimidador de tal cartaz. Enquanto projetos de lei inspirados na proposta do ESP em vários pontos do país aguardam pareceres e votações nos legislativos e o julgamento do Superior Tribunal Federal (STF)<sup>10</sup> a respeito da inconstitucionalidade, o movimento e simpatizantes mantêm uma interação permanente nas mídias sociais em prol da causa.

## O ESP

A criação da página no *Facebook* ocorreu em 14 de maio de 2014, no embalo da estruturação de redes de direita e antipetistas. Essas redes canalizaram as insatisfações contra os governos petistas de Lula e Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT), acuados por

---

10 Em agosto de 2020, o STF decidiu pela inconstitucionalidade do “princípio da neutralidade político-ideológica” em sala de aula. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/stf-julga-inconstitucional-lei-de-alagoas-inspirada-no-movimento-escola-sem-partido-24601475>. Acesso em: 21 nov. 2020.

denúncias de corrupção que acumulavam desde o caso Mensalão e que tiveram como ápice a operação Lava Jato.<sup>11</sup> Alimentavam-se das insatisfações crescentes diante do cenário econômico de crise acentuado à época pelas contrariedades à direita e à esquerda dos caminhos adotados pelo governo para enfrentar a situação. No campo das políticas públicas, rechaçavam a suposta presença excessiva do Estado e catalisavam o descontentamento de estratos sociais médios com a adoção de políticas afirmativas como as de cotas raciais, o reconhecimento de direitos à comunidade LGBTQI+. Também rechaçavam a permeabilidade crescente nos espaços de visibilidade pública de temas relativos a gênero e combate à violência doméstica e contra a mulher, e diversas questões relacionadas aos direitos humanos, sobretudo os temas referentes à ditadura civil-militar tratados na Comissão da Verdade do governo Dilma, no lançamento do III Programa Nacional de Direitos Humanos (PnDH-3) do governo Lula, entre outros episódios.

Nesse contexto, a página do ESP surgiu com o intuito de conferir um clamor popular à causa. De partida, as primeiras publicações mencionavam o anteprojeto do ESP, que foi elaborado pelo movimento a pedido de Flávio Bolsonaro (NAGIB, 2008), filho do presidente Jair Bolsonaro, então deputado federal e hoje senador. Já na origem, revelava também o cunho eleitoral: a página publicava postagens divulgando aqueles candidatos que se comprometiam em apresentar o anteprojeto no ESP, caso fossem eleitos, em seus respectivos legislativos.<sup>12</sup> Por outro lado, os administradores também apontavam os críticos ao PL e estimulavam que não se votasse neles.

---

11 Operação conduzida durante o governo da presidenta Dilma Rousseff por uma força-tarefa entre Ministério Público e Polícia Federal a partir de denúncias de desvio de recursos da estatal Petrobras.

12 A ideia de obrigar o uso dos cartazes em sala de aula não é nova. Ela já era defendida pelo movimento pelo menos desde 2008. Porém, com uma diferença, ao invés de recorrer aos políticos como agora, a organização estimulava que

À tática eleitoral, somava-se à pressão dos seguidores após o pleito. O ESP compartilhava o anteprojeto por ele elaborado de maneira a deixá-lo à mão para que os apoiadores cobrassem de vereadores, deputados estaduais e federais e senadores. O custo da ação dos apoiadores e políticos era reduzido porque o modelo do PL já estava pronto e a justificativa necessária estava redigida e anexada. Uma vez apresentado o texto, a página divulgava as datas das audiências públicas para que os simpatizantes marcassem presença e demonstrassem uma vontade popular favorável à aprovação.

Além de voltar à carga para pressionar os legislativos a aprovar o programa homônimo, o ESP atua na rede reunida em torno da página no *Facebook* para estruturar um *modus operandi* nos moldes daquilo que seria esperado de um ativista contra a doutrinação. Para tanto, faz circular textos retirados do sítio virtual do próprio Movimento, com o intuito de ajudar os simpatizantes a identificar o “flagrante” de doutrinação. Esse conteúdo é apresentado sob diferentes formas. Os administradores mesclam textos escritos com imagens, recorrem a vídeos, divulgam charges, promovem enquetes elaboradas pelo movimento ou convocam os seguidores a tomar partido em votações em outros sítios virtuais, remetem a conteúdos de terceiros por meio de *links*, sejam fontes jornalísticas ou não.

É possível estabelecer que a organização da página funciona em dois níveis de uma mesma dinâmica. Por um lado, cria um dispositivo de vigilância em nível micro, estimulando seus militantes a atuarem como fiscais das salas de aula e orientando-os a discernir o que é tomado como doutrinação do que é dado como comportamento esperado. Por outro, cria um dispositivo de vigilância de nível macro, que alcança as políticas públicas e ações governamentais

---

os interessados procurassem o Ministério Público e que ajuizassem uma ação civil pública. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20090918205331/http://www.escolasempartido.org/index.php?id=38,1,article,2,229,sid,1,ch>. Acesso em: 21 fev. 2020.

— como a elaboração das questões de prova do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), os conteúdos curriculares prescritos pela Base Nacional Curricular Comum, disputas eleitorais, decisões da Organização das Nações Unidas entre outros.

É o caso, por exemplo, da exigência de respeito à escolha religiosa das famílias. Esse direito é acionado em denúncias que condenam o ensino das manifestações culturais afro-brasileiras, conteúdo incorporado aos currículos pela Lei n. 11.645/2008, que exige a presença da temática da “História e Cultura Afro-brasileira e indígena”. Desta forma, aludem à preservação do foro íntimo da crença religiosa para subtrair aspectos históricos e culturais da formação da sociedade brasileira. Nesse sentido, por se tratar de foro íntimo, a escola estaria impedida de abordar as expressões culturais e religiosas do Candomblé, por exemplo.

Outra denúncia revela a dimensão simbólica da experiência racial brasileira, apoiada na afirmação de que aspectos da branquitude (BENTO, 2002) aparecem em um vídeo em que professor e alunos cantam uma música sobre a escravidão do período colonial. Sob os versos “O homem branco veio aqui para matar/o homem branco veio aqui para escravizar”, seguidores reagem com comentários que enaltecem a cultura judaico-cristã, afirmando que sem a contribuição dos brancos os africanos continuariam tocando tambor e não teriam celular, que o Brasil é resultado da contribuição do branco com o comércio, a inteligência, a tecnologia, enquanto os negros teriam oferecido as doenças.

Em outras passagens, é recorrente o ataque à organização sindical dos professores. Nesses casos, as “provas” que documentam a suposta manipulação são registros realizados fora do ambiente escolar. É a professora que comparece em manifestação de rua contra o *impeachment* (de Dilma Rousseff), a reunião sindical, alguma opinião emitida em perfil pessoal de mídias sociais. Em linhas gerais, o direito à greve da categoria e à liberdade de expressão é rechaçado ao ser confundido como prova de partidarização do ensino dentro da sala de aula.

Assim, o “Escola Sem Partido” dá provas de uma ambivalência: ele reconhece no seu estatuto o direito de seus associados de defenderem seus pontos de vista políticos e partidários sem com isso comprometer a imagem apartidária da associação, mas desconsidera que o mesmo possa ser feito por trabalhadores da educação ao defenderem seus direitos. Em alguns casos acusam os professores de forçarem o envolvimento dos estudantes nas manifestações, condicionando a isso o registro de presença em sala de aula ou solicitando trabalhos escritos valendo nota que discorram sobre algum ato político. Essa situação foi denunciada em abril de 2016:

Figura 2: “Mensagem de um Professor da UFBA a seus alunos” 18 de abril de 2016.

**ESCOLA SEM PARTIDO**  
18 de abril de 2016 · 🌐

Sem ética, sem pudor e sem limite.

**Mensagem de um Professor da UFBA a seus alunos**

"Prezados estudantes de Pedagogia 2015-2,  
Nossa aula de 6ª feira, 15/04, acontecerá nas ruas de Salvador, acompanhando e registrando a manifestação da população contra o impeachment, em defesa da democracia e pelo avanço das políticas sociais. Viva o Estado Democrático de Direitos!  
Cada estudante deverá entregar no dia 22/04 uma resenha sobre as manifestações que aconteceram em salvador e no Brasil nos dias 8 e 15 de abril/2016.  
Serão 2 resenhas e ambas deverão compor o portfólio (memorial) de cada um.  
Favor repassar a todos os colegas.  
abçs  
Nos vemos lá na manifestação com muita paz e tranquilidade."

**#EscolaSemPartido**

👍👎 496      66 comentários 293 compartilhamentos

Fonte: “Escola Sem Partido” Disponível em: <https://www.facebook.com/336441753173489/posts/1028560163961641/>. Acesso em 26 fev. 2019.

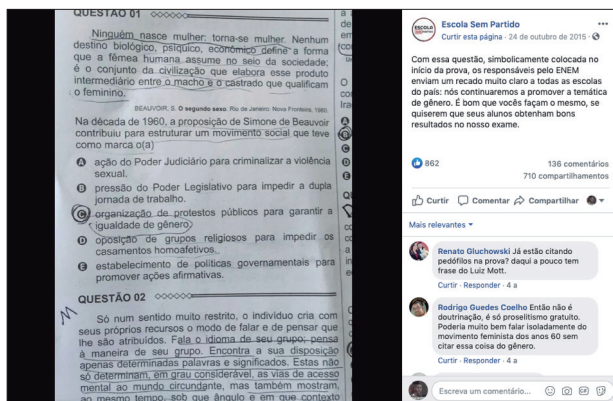
Essas condutas de determinados professores são discutíveis, mas sua apreciação envolve considerar aqui que, além de questões de ordem prática, há concepções de educação em disputa. Como, por

exemplo, a relação entre realidade e conhecimento. E nesse sentido, cabe pontuar que o movimento prefere se eximir dessa discussão em troca de individualizar a conduta. Muitas vezes negligenciando o contexto da disciplina em que os alunos estão envolvidos, o projeto político-pedagógico que orienta a instituição e a incumbência constitucional da educação em formar cidadãos.

Seguindo esse tom persecutório, a página do “Escola Sem Partido” pinça questões do Exame Nacional do Ensino Médio que atesariam aquilo que seriam as duas finalidades principais da avaliação. A primeira envolveria estabelecer um filtro ideológico a assegurar que só deve ascender ao ensino superior quem compartilhar do viés de esquerda. A segunda, decorrente da primeira, implicaria em conformar o conteúdo do ensino básico aos ditames da comissão de especialistas que elabora as questões do exame. Em síntese: “esquerdizar” a educação básica.

Dois episódios permitem notar essa leitura da prova. Um acusa a prova de aplicar a ideologia de gênero pela menção à feminista Simone de Beauvoir.

Figura 3: Questão do Enem, 24 de outubro de 2015.



Fonte: Escola Sem Partido. Disponível em: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=778459992283830&set=o.336441753173489&type=3>. Acesso em: 26 fev. 2019.

O outro chegou a ser judicializado. O ESP ajuizou uma ação para retirar o trecho no edital do Enem de 2017, que orientava os corretores das redações a atribuir nota zero aos textos que estivessem em desacordo com os direitos humanos (O GLOBO, 2017). O argumento usado foi de que esse critério de avaliação feria a liberdade de expressão e a falta de clareza no documento quanto ao que era entendido como direitos humanos levaria o estudante a adotar o pensamento “politicamente correto”.

Esse intento não estaria dissociado de outras iniciativas, como a elaboração da Base Nacional Curricular Comum (BNCC). Esse documento a definir que define o currículo do ensino básico aplicável a toda a rede escolar estaria eivado de conteúdos doutrinadores. A queixa lançada contra a Base é usada para justificar que parlamentares intervenham em trechos do documento para extirpar assuntos tomados como de viés esquerdista ainda que passem por cima das contribuições dos envolvidos na área da educação.

A página também dá vazão a notícias estrangeiras para corroborar a ideia da ocorrência de doutrinação no ambiente escolar. Menciona a inexistência de segmentação por gênero no uso dos banheiros infantis e se escandaliza com o livro infantil “Os príncipes e o tesouro”, de autoria do estadunidense Jeffrey Miles, que narra a história de um casal gay de príncipes.

As publicações também permitem identificar as divisões que o movimento vai estabelecendo entre parceiros e adversários. Essa cisão pode ser vista na divulgação do “1º Congresso Nacional sobre Doutrinação Política e Ideológica nas Escolas”, evento organizado em julho de 2014 pelo ESP, em conjunto com a Federação Nacional das Escolas Particulares (Fenep) — entidade ligada a um dos primeiros autores de projeto de lei na Câmara Federal que pretende instituir o programa do ESP, o PL 867/2015, de iniciativa do deputado Izalci Lucas (PSDB-DF).

Outro exemplo ocorreu em fevereiro de 2015. A notícia do encontro entre o então ministro da Educação, Cid Gomes, e a artista

Xuxa, para tratar de parcerias na área da educação, alimentou a desconfiança por parte dos administradores da página sobre os riscos para a “educação moral” das crianças. Além de Xuxa, outros nomes aparecem como alvos do movimento: o ex-senador Cristovam Buarque (PDT), o ex-deputado Jean Willys (PSOL), Frei Betto, Lula (PT), Paulo Freire e os partidos PT e PSOL. Do lado contrário, são citados ou compartilhados conteúdos em consonância com a causa de pessoas como o professor e articulista Percival Puggina, o jornalista e sociólogo Demétrio Magnoli, o articulista e advogado Carlos Alberto Di Franco, o procurador da República Guilherme Schelb, deputado federal Marcel von Hatten (Novo), os jornalistas Alexandre Borges, Reinaldo Azevedo, Rodrigo Constantino, deputada federal Beatriz Kicis (PSL), o programa Terça Livre, a Ministra Damares Alves e astrólogo Olavo de Carvalho.

Sendo assim, enquanto o “modo de ver” opera no discernimento, o “modo de agir” designa e confere coesão a um conjunto articulado de ações. É possível abstrair da variedade de publicações que a página efetua uma cadeia organizada que orienta esses “modos de agir” segundo múltiplas etapas: i) flagrar o doutrinador; ii) planejar a denúncia; iii) notificar o doutrinador e a escola; iv) processar o doutrinador; v) comparecer às audiências públicas que tratem do tema da doutrinação; vi) derrotar candidatos políticos à esquerda e eleger aqueles comprometidos com a pauta do ESP; vii) pressionar legisladores para suprimir ideologias inculcadas na educação. Algumas dessas etapas são explicitadas nas publicações a seguir:

Figura 4: Flagrando o doutrinador.

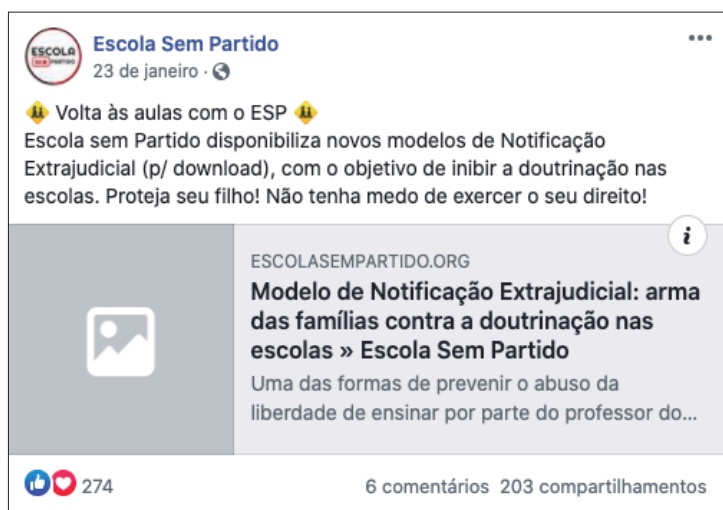
### Você sabe que está sendo doutrinado, quando seu professor:

- se desvia frequentemente da matéria objeto da disciplina para assuntos relacionados ao noticiário político ou internacional;
- adota ou indica, sistematicamente, livros, publicações e autores identificados com a mesma corrente ideológica;
- impõe a leitura de textos que mostram apenas um dos lados de questões controversas;
- ridiculariza ou desqualifica crenças religiosas ou convicções políticas e morais;
- ridiculariza ou difama personalidades históricas, políticas ou religiosas;
- pressiona os alunos a expressar determinados pontos de vista em seus trabalhos;
- incita os alunos para participar de manifestações, atos públicos e passeatas;
- permite que a convicção política ou religiosa dos alunos interfira positiva ou negativamente em suas notas;
- encaminha o debate de qualquer assunto controverso para conclusões que necessariamente favoreçam os pontos de vista de determinada corrente de pensamento;
- não só não esconde como alardeia suas preferências e antipatias políticas e ideológicas;
- omite ou minimiza fatos desabonadores à corrente político-ideológica de sua preferência;
- transmite aos alunos a impressão de que o mundo da política se divide entre os "do bem" e os "do mal";
- promove uma atmosfera de intimidação em sala de aula, não permitindo ou desencorajando a manifestação de pontos de vista discordantes dos seus;
- não impede que tal atmosfera seja criada pela ação de outros alunos.

Fonte: ESP. Disponível em: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=778459992283830&set=o.336441753173489&type=3> . Acesso em: 26 fev. 2019.

Depois de ensinar como “flagrar o doutrinador”, o movimento recomenda cautela. A situação é tratada como eivada de tensão porque o ESP reconhece que o estudante que ousar “vazar” tais desmandos passa a correr risco. Qualquer reação espontânea pode atrapalhar a denúncia. É preciso, portanto, premeditá-la, planejá-la e executá-la até alcançar uma notificação extrajudicial.

Figura 5: “Volta às aulas com o ESP”, 23 de janeiro de 2020.



Fonte: ESP. Disponível em: <https://www.facebook.com/336441753173489> . Acesso em: 26 fev. 2019.

Apesar do gesto ser desprovido de efeitos jurídicos, o uso do modelo gerou preocupação entre professores e escolas receosos do documento ser usado para intimidar os docentes. A repercussão levou a revista *Nova Escola* a formular outro modelo, desta vez para responder à notificação do ESP (MONTEIRO, 2017). Embora o texto tranquilize a comunidade escolar quanto à inexistência de força jurídica da notificação e ofereça uma breve orientação jurídica, é notável que a apreciação do problema já foi deslocada do âmbito pedagógico

para o jurídico, inclusive com o recurso à ameaça e penalização, típicos do punitivismo. Isso porque o movimento incentiva — por meio de instruções — que pais solicitem a abertura de inquérito e movam ação criminal e civil contra professores.

Figura 6: “Doutrinação é crime?” 17 de janeiro de 2016.

**ESCOLA SEM PARTIDO** Escola Sem Partido  
17 de janeiro de 2016 · 🌐

**DOCTRINAÇÃO É CRIME?**

De acordo com a Lei 4898/65, constitui crime de ABUSO DE AUTORIDADE "qualquer atentado à liberdade de consciência e de crença".

Ora, abusar da audiência cativa dos alunos para promover, em sala de aula, suas próprias opiniões, concepções ou preferências ideológicas, religiosas, morais, políticas e partidárias, configura inequívoco atentado à liberdade de consciência dos alunos.

Essa conduta, portanto, pode render ao professor um inquérito e um processo criminal, uma condenação a até 6 meses de detenção, a perda do cargo e a inabilitação para o exercício de qualquer outra função pública por prazo de até três anos, sem prejuízo de outras sanções nas esferas administrativa — de uma simples advertência à demissão, a bem do serviço público — e civil (indenização por danos morais).

[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L4898.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4898.htm)

PLANALTO.GOV.BR **L4898**

👍 267 37 comentários 102 compartilhamentos

Fonte: ESP. Disponível em: <https://www.facebook.com/336441753173489/posts/582612315223097/>. Acesso em: 26 fev. 2019.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa breve reunião de elementos detectados no interior da página do “Escola Sem Partido” constitui um primeiro contato com as estratégias

discursivas adotadas pelo Movimento Escola Sem Partido na sua página oficial no *Facebook*, que será posteriormente desdobrada numa pesquisa de maior envergadura. É possível traçar variações entre o esforço de “desideologizar” a educação como proposto na atuação do Instituto Liberal e o “combate” à doutrinação a ser assumido por pais e estudantes como pretende o “Escola Sem Partido”. Enquanto o primeiro se apresenta como parceiro de professores e gestores da educação, o segundo declara guerra aberta contra esses sujeitos.

Não se trata, porém, de um mero realinhamento. Afinal, o ESP acrescenta demandas no campo da moral e à medida que reúne apoios em estratos sociais que não aqueles do grande empresariado e instalados na burocracia do Estado do poder executivo e judiciário e acolhe novas agendas como a militarização do ensino e o ensino domiciliar. A ação do IL depende do emprego de um volume de recursos financeiros muito superior à capacidade da organização comandada por Miguel Nagib.

# Referências

ABREU, Diego; TARGINO, Rafael. Governo brasileiro anistia o educador Paulo Freire. **G1**, Brasília, 26 nov. 2009. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,MUL1393339-5601,00-GOVERNO+BRASILEIRO+ANISTIA+O+EDUCADOR+PAULO+FREIRE.html>. Acesso em: 28 jun. 2020.

BEDINELLI, Talita. “O professor da minha filha comparou Che Guevara a São Francisco de Assis”. Movimento Escola Sem Partido foi criado a partir da indignação de um pai com um professor. **El País** (Brasil), São Paulo, 26 jun. 2016. Movimento Escola Sem Partido. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2016/jun.23/politica/1466654550\\_367696.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2016/jun.23/politica/1466654550_367696.html). Acesso em: 19 set. 2017.

BENTO, M. Branqueamento e branquitude no Brasil. *In*: BENTO, M; CARONE, I (orgs.). **Psicologia social do racismo** – estudos sobre branquitude e branqueamento no Brasil. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 25-58.

CARVALHO, O. **A nova Era e a Revolução Cultural**: Fritjof Capra e Antonio Gramsci. Campinas: Vide, 2019.

CASIMIRO, Flávio. **A nova direita no Brasil**: aparelhos de ação político-ideológica e atualização das estratégias de dominação burguesa (1980-2014). 2016, 479 p. Tese (Doutorado em História Social) — Programa de Pós-graduação em História Social da Universidade Federal Fluminense, Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <https://www.historia.uff.br/stricto/td/1905.pdf>. Acesso em: 13 dez. 2020.

O GLOBO. Justiça impede Enem de zerar redação por violação aos direitos humanos. 26 set. 2017. **Sociedade**. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/educacao/enem-e-vestibular/justica-impede-enem-de-zerar-redacao-por-violacao-aos-direitos-humanos-21993194>. Acesso em: 19 mar. 2020.

CAFARDO, Renata; ROXO, Elisângela. Vinte milhões utilizaram livro polêmico. **O Estado de S. Paulo**, 20 set. 2007. Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/noticias/geral,20-milhoes-utilizaram-livro-polemico,54753>. Acesso em: 21 fev. 2020.

CHARAUDEAU, P. **Linguagem e discurso**: modos de organização. São Paulo: Contexto, 2019.

COUTINHO, C. **Contra a corrente**: ensaios sobre democracia e socialismo. São Paulo: Cortez, 2008

ESCOLA SEM PARTIDO. **Estatuto do Escola Sem Partido**. Brasília: s.n., 2015.

ESCOLA SEM PARTIDO. Programa do Escola Sem Partido, 2017. Disponível em: <https://www.escolasempartido.org/>. Acesso em: 29 set. 2017.

FREIRE, P. **Pedagogia da Autonomia**: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e terra, 1997.

GORDON, F. **A corrupção da inteligência**: intelectuais e poder no Brasil. Rio de Janeiro: Record, 2017.

GRAMSCI, A. **Cadernos do cárcere**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

GROS, Denise Barbosa. **Institutos liberais e neoliberalismo no Brasil da Nova República**. 2002. 242 f. Tese (Doutorado em Filosofia) — Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas (SP), 2002. Disponível em: <http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/280951>. Acesso em: 31 jul. 2018.

MONTEIRO, Caroline. Como responder a uma notificação do Escola sem Partido. **Nova Escola**, 11 maio 2017. Disponível em: <https://novaescola.org.br/conteudo/4951/como-responder-a-uma-notificacao-do-escola-sem-partido>. Acesso em: 21 fev. 2020.

NAGIB, Miguel. Miguel Nagib: depoimento. **COMUNHÃO**, Vitória, 7 jul. 2008. Disponível em: <https://comunhao.com.br/escola-sem-partido-entrevista/> Acesso em: 21 fev. 2020.

NASSIF, Luis. Ali Kamel e a esquecida guerra dos livros didáticos. **Carta Maior, Portal da Esquerda**, 13 jan. 2015. Política. Disponível em: <https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Politica/Ali-Kamel-e-a-esquecida-guerra-dos-livros-didaticos%25250A/4/32622>. Acesso em: 21 fev. 2020.

PASQUALOTTO, Matias. Projeto Escola Sem Partido (reportagem Fantástico, 23 maio 2016). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=OctAN-Hmpwc>. Acesso em: 17 set. 2017.

PORTABERTA. Entrevista com Miguel Nagib, coordenador do sítio virtual Escola Sem Partido. **Mídia Sem Máscara**, ano 9, n. 227, 1. mar. 2017. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20170301183603/http://www.midiasemmascara.org/arquivos/6874-entrevista-com-miguel-nagib-coordenador-do-site-escola-sem-partido.html>. Acesso em: 20 fev. 2020.

ROCHA, C. O papel dos think tanks pró-mercado na difusão do neoliberalismo no Brasil. In: **Millcayac** – Revista Digital de Ciências Sociais. v. 4, n. 7, p. 95-120, 2017.

UOL. Weintraub ameaça tirar mural de Paulo Freire do MEC: 'Fracasso da educação'. **UOL**, 7 maio 2020. Disponível em: <https://educacao.uol.com.br/noticias/2020/05/07/weintraub-ameaca-tirar-mural-de-paulo-freire-do-mec-fracasso-da-educacao.htm>. Acesso em: 28 jun. 2020.

# *Ethos, pathos e logos: o discurso político atualizado nas redes*

*Stéphane Figueiredo Ferreira*

As redes digitais configuram um dispositivo comunicacional que faz parte do cotidiano de mais de quatro bilhões de pessoas no mundo. De acordo com o relatório *Global Digital Statshot*, produzido pelo *Hootsuite* e *We Are Social*, em 2020, 350 milhões de pessoas usam o *Twitter*, 1,6 bilhão, o *Instagram* e 2,4 bilhões, o *Facebook* (KEMP, 2020). Muito mais do que um espaço de entretenimento para o compartilhamento de fotos e vídeos de momentos especiais, são plataformas valiosas para os processos de comunicação contemporânea e se tornam verdadeiras arenas discursivas sobre temas os mais diversos.

Essa centralidade conquistada pelas plataformas de redes digitais atraiu os atores do campo político, que as têm adotado como meio de relacionamento com o público, cultivando sua própria imagem e notoriedade. São também instrumentos de comunicação governamental e de monitoramento das tendências da opinião pública. Por meio dessas redes, governantes e agentes políticos se manifestam sobre diversos assuntos, provocando debates entre os usuários e

repercussões nos veículos de comunicação jornalísticos. Dessa forma, extrapolam o espaço de uma única plataforma e se lançam para outros circuitos digitais ou para fora do ambiente *on-line*, alcançando os conteúdos televisivos e as conversas face a face.

Cientes do impacto que as redes exercem sobre os usuários, a presença dos políticos e a conformação do discurso político voltado para a conquista de novos adeptos ou manutenção dos já convertidos vai se moldando e exigindo dos seus operadores o aprendizado de uma nova linguagem. Pela sua capilaridade no interior da sociedade, com a individualização a personalização dos processos de comunicação, o discurso político vai se adaptando e assumindo as características vernaculares das plataformas por onde circula (GIBBS *et al.*, *apud* REIS *et al.*, 2020). A espontaneidade, a linguagem coloquial e o recurso a temas prosaicos são marcas das manifestações expressivas nas redes digitais, paulatinamente incorporadas pelos políticos em períodos eleitorais ou fora deles.

De forma pragmática, esses atores na condição de candidatos ou de agentes políticos, não buscam agradar a todos na rede; endereçam sua fala para um destinatário idealizado, que tende a concordar, aplaudir e reproduzir seus conteúdos e, por vezes, atacar direta ou indiretamente seus adversários e/ou suas políticas de governo. Para manter a fidelidade de seus seguidores e conquistar outros, a presença persistente na rede exige a adoção, não apenas de uma agenda temática que se desdobre na produção de pequenos fatos e eventos cotidianos, mas também de estratégias discursivas que produzam efeitos de concordância, confiança e aceitação das suas proposições e opiniões.

Embora esse tipo de produção discursiva adaptada às mídias digitais possa parecer desprezível e descuidada, ela é deliberadamente construída com recursos e implicam na combinação das dimensões da razão e da emoção, do mesmo modo que ocorre fora do ambiente *on-line*. Considerando essa premissa da similaridade entre os processos de produção discursiva presencial e virtual, nos propomos

aqui a explorar a contribuição dos cânones da retórica aristotélica, *ethos*, *pathos* e *logos*, no ambiente das plataformas de rede digitais.

### ETHOS, PATHOS E LOGOS NO DISCURSO POLÍTICO

Na retórica aristotélica *ethos* (credibilidade ou caráter), *pathos* (afeto, paixão) e *logos* (razão, provas, demonstração) são recursos estratégicos do discurso e cada um tem características específicas; apesar de alguns autores apresentarem uma leitura que coloca o *logos* de um lado, e o *ethos* e o *pathos* de outro, todos fazem parte do discurso e se articulam num único processo performático de composição discursiva:

Diversamente das abordagens normativas e/ou “dicotômicas”, o que importa para a análise retórica (ou argumentativa) é a elucidação do funcionamento do discurso, conjecturando as suas possibilidades de influência, independentemente da “maldade” ou “bondade” dos argumentos (GALINARI, 2014, p. 262).

Dessa forma, um cânone não é mais importante do que o outro, apenas há atributos distintos, mas todos trabalham juntos. O pensamento dicotômico e a valoração desses recursos podem estar ligados ao entendimento filosófico do que seria a boa e a má retórica; a primeira não poderia ser ensinada, estaria ligada às virtudes do orador, enquanto a segunda, empregada pelos sofistas, poderia ser ensinada e não necessariamente implicada nas características individuais de cada orador. De tal modo, a boa retórica estaria próxima da argumentação, da lógica, do convencimento, da razão, portanto do *logos*. Enquanto que a má retórica estaria no campo das paixões, da persuasão, portanto, no *ethos* e no *pathos*, Galinari (2011, p. 100) afirma que “[...] quando tratamos do *ethos* e do *pathos*, apreendidos numa análise por toda a sorte de elementos linguístico-discursivos, estamos, mesmo que não nos demos conta, tratando também do *logos*”.

Sendo assim, os cânones são simultâneos no discurso, mesmo que em momentos específicos haja sobressalência do *logos*, do *ethos* ou do *pathos*, a depender do foco do enunciador:

[...] a encenação do discurso político oscila entre a ordem da razão e da paixão, misturando *logos*, *ethos* e *pathos* para tentar responder à questão que supostamente se coloca o cidadão: “O que me leva a aderir a este ou àquele valor?” Para o político, é uma questão da estratégia a ser adotada na construção de sua imagem (*ethos*) para fins de credibilidade e de sedução, da dramatização do ato de tomar a palavra (*pathos*) para fins de persuasão, da escolha e da apresentação dos valores para fins de fundamento do projeto político. (CHARAUDEAU, 2011, p. 84)

No discurso político, essas três dimensões são muito marcadas quando o candidato a algum cargo, nos períodos eleitorais, busca mostrar credibilidade por meio de testemunhos de cidadãos beneficiados com algum projeto desenvolvido por ele ou quando mostra artistas e outros políticos que o apoiam, contribuindo positivamente para sua imagem (*ethos*). Já quando lança mão de notícias de jornais conceituados e pesquisas de institutos conhecidos, ele está construindo um reforço no nível da razão, do *logos*, de uma argumentação dotada de lógica e passível de comprovação (*logos*). Quando faz referências à família, às suas manifestações de fé, às suas opções artísticas estéticas ou esportivas, por exemplo, buscando intimidade e identificação com o público-alvo, está lançando apelo ao *pathos*. Em todos os momentos, e em especial na reta final de uma campanha eleitoral, percebe-se a prevalência desse um sentido mais emotivo, portanto patêmico, dos candidatos.

Assim, pode-se entender que os recursos intelectuais de fazer/criar apelam ao emocional (fazer-sentir), com vistas a um objetivo comportamental (fazer/fazer) (GALINARI, 2014). A imbricação dessas dimensões é inerente ao discurso. Num contexto de disputa

política, por exemplo, mesmo os argumentos de comparação, com dados matemáticos a comprová-los também despertam afetos como alegria, satisfação, confiança, medo, ódio ou repugnância, que vão influenciar no apoio ou desapoio explícito nas redes digitais e de forma mais concreta, na escolha por meio do voto. Charaudeau diz que no discurso político, nota-se a relação da “[...] paixão, com a razão e com a imagem. Com a paixão, pois o campo político é por excelência o lugar em que as relações de poder e de submissão são governadas por princípios passionais” (CHARAUDEAU, 2011, p. 93).

A palavra, do grego, *pathos* ou *paskhein*, está associada à paixão, emoção ou afeto. A primeira refere-se a um estado emocional com alguma durabilidade, a segunda a um abalo psicológico imediato e a terceira está ligada ao ato de afetar, de acordo com Sodré, (2007). Governos de corte populista tendem a abusar das paixões (*pathos*). Para Charaudeau (2007), o populismo encena uma dramaturgia discursiva por meio de algumas ações:

Denunciar *uma situação de declínio* da qual o povo é vítima, jogando com a tópica da **angústia** [...]; Designar a *fonte do mal* sob a figura de um culpado que não deve estar determinado de forma precisa [...] Encontramos aqui a tópica da **antipatia** como orientação do afeto contra um agressor ou simplesmente contra um inimigo; Instaurar-se como *salvador* construindo para si uma imagem de potência através de um comportamento oratório feito de “denunciar” (às vezes até mesmo de “gestos de indignação”) e do lançamento de frases de efeito ou a manutenção da **ironia**. (CHARAUDEAU, 2007, p. 248-249, grifo nosso)

Para se aproximar do eleitor ou falar com os cidadãos na gestão governamental, o político adota estratégias discursivas, mesclando suas propostas de governo, suas convicções e seus resultados, ao mesmo tempo em que de maneira planejadamente espontânea, mostra características pessoais como a vida familiar, suas predileções

esportivas, sua adesão religiosa e dessa forma emana sentidos que são percebidos pelo destinatário como identificação, confiança, seriedade, afetividade, simpatia e outros, o que molda a imagem política do candidato ou gestor.

## DISCURSO POLÍTICO E DEBATES EM REDE

A palavra “discurso” evoca o sentido de “movimento”, “percurso”, desta forma, Orlandi (1999) argumenta que o discurso é “[...] palavra em movimento, prática de linguagem” (ORLANDI, 1999, p. 15). A fala, embora seja individual, é carregada de matrizes sócio-históricas, tendo em vista que a formação do sujeito é perpassada pela ideologia, que também influencia os recursos linguísticos que utilizados para formar o discurso. Não existe uma significação para cada discurso, mas significações, pois o sujeito agencia memórias, crenças, conhecimentos para dizer alguma coisa e construir uma realidade, assim, as palavras também podem mudar de sentido dependendo da posição ideológica daquele que as enuncia (ORLANDI, 1999, p. 15).

Levando em consideração que o discurso é uma construção de múltiplas enunciações e que está sempre em curso, não há surgimento puro e homogêneo, tendo em vista que os pensamentos, desejos e falas mudam ao longo do tempo. No discurso político, o objetivo pode ser conquistar votos, aprovar propostas ou defender causas. “[...] o discurso político (bem como todo o tipo de discurso) não tem sentido fora da ação, e a ação busca, para o sujeito [...], o exercício de um poder” (CHARAUDEAU, 2006, p. 252). Para Piovezani, “o discurso político é o domínio de um “nós” [...]. A fala política se dá a partir da posição de um porta-voz, cujo discurso é a manifestação de crenças e desejos coletivos” (2007, p. 102).

Courtine (1990 *apud* MAZZOLA, 2015) mostra que o discurso político sofreu transformações por volta dos anos oitentas, quando já não havia mais a efervescência da ideologia no período do surgimento da Análise do Discurso, na França. O momento se configurava

por uma crescente descrença na política, ao mesmo tempo em que o marketing político ganhava evidência como dispositivo para conduzir de forma planejada e estratégica as ações necessárias para a apropriação dos meios de comunicação de massa, especialmente a televisão, na disseminação do discurso político. Para o autor, é possível identificar as seguintes características, todas relacionadas aos paradigmas do modelo tecnológico de comunicação na segunda metade do século XX: 1) o declínio dos monólogos; 2) a conversação-espetáculo: *lyfe-style politics*; 3) a dispersão das multidões; 4) a pacificação do corpo e bemolização da voz e 5) o teatro político e a violência simbólica.

De maneira sintética, esses fatores dizem respeito à passagem do que Courtine chamou de “língua de madeira” para a “língua de vento”, na qual a construção da imagem política implicava a substituição dos monólogos extensos e complexos para formulações mais objetivas, descomplicadas e dialogadas, adaptando-se à época e aos meios de comunicação, primeiro o rádio, depois a televisão (MAZZOLA, 2015). A dispersão das multidões evoca as diferenças entre se pronunciar para uma multidão presencial e se pronunciar a partir das tecnologias de comunicação de massa. A pacificação do corpo e a bemolização da voz remetem toda a encenação corporal necessária à busca pela proximidade e similaridade maior com o eleitor, à adoção de um tom mais propício ao afeto e à fala interpessoal. Desse modo a imagem do homem público se mescla com a do homem privado, numa espécie de personificação do político, com nuances de naturalidade, já que “indissociável do discurso, a imagem vem qualificar ou desqualificar os conteúdos, medir seus impactos, soldar seus efeitos” (MAZZOLA, 2015, p. 110).

Dentre esses fatores, Courtine (1990 *apud* MAZZOLA, 2015, p. 110) trata de duas divisões. A primeira diz respeito à “distância próxima”, reservada aos discursos para as multidões nos comícios, na qual o olhar é longínquo devido à distância entre o orador político e as pessoas, mas o corpo se faz presente, já que o político precisa marcar os gestos com grande expressividade e empostar a voz para que possam

escutá-lo e senti-lo. A segunda trata-se da “proximidade longínqua”, neste caso, o olhar é próximo e o corpo distante, situação em que o orador político está marcado por câmeras que mais do que o plano médio, lhe enquadram o rosto, no plano fechado, fazendo com que a atenção da massa esteja voltada para o seu olhar que deve transparecer veracidade, segurança, confiança. Ao mesmo tempo, o foco deixa escapar lapsos e movimentos involuntários faciais (MAZZOLA, 2015, p. 110). Para Piovezani (2007, p. 117), “Se os contatos face a face das interações de terreno promovidas pelo discurso político no palanque consistem num encontro ‘real’ do ator político com um auditório, na televisão, esse encontro é produzido sob a forma de uma ‘ilusão’”.

Hoje, nas redes digitais, essas características apontadas por Courtine que moldaram os paradigmas de construção da imagem dos políticos se radicalizaram a fim de se adaptar ao meio digital. Da mesma forma, pode-se afirmar que essas relações de proximidade e distanciamento tendem a desaparecer por meio de uma mescla de “real” e de “ilusão” que as interfaces oferecidas pela internet criam por meio da personalização realizada pelos algoritmos da oferta de conteúdos (bolhas), do estímulo à espontaneidade, do uso de linguagem coloquial, da flexibilidade e facilidade de captação de imagens e vídeos que levam a uma produção infinita de cenas gravadas e distribuídas na teia digital.

Acrescente-se aí todo um conjunto de qualidades discursivas de nível verbal ou imagético que gera efeitos de proximidade e mesmo intimidade entre os interlocutores. Diferentemente das redes digitais, esse efeito não chegou a ser atingido plenamente pela televisão, devido ao seu padrão estético, aos controles de enquadramento de câmeras, de movimento, entre outros. Não se quer desqualificar o poder das mídias de massa, pois elas têm valor e são importantes na estratégia de comunicação política, mas sim, trazer à tona as especificidades do discurso nas plataformas digitais.

Para Mazzola (2015, p. 111), “[...] o discurso político é a soma da fala com a voz, o gesto e a aparência na produção de efeitos de

sentido”. O discurso político se apropria das estratégias discursivas para alcançar objetivos específicos como vencer uma eleição, permanecer em um mandato e galgar novos espaços políticos, por exemplo, e também vai obedecer à “diversidade das cenografias”, como diz Amossy (2011, p. 76) “[...] um candidato poderá falar a seus eleitores como jovem executivo, como tecnocrata, como operário, como homem experiente, etc. [...]”.

De acordo com Charaudeau, “o discurso político é um lugar de uma verdade de mãos atadas, de faz-de-conta, já que o que é considerado não é tanto a verdade desta fala lançada publicamente, mas sua força de ‘veracidade’” (2007, p. 248). Por isso, no discurso político a construção de verdades é constante, tendo em vista sua dinâmica e fragilidade (PINTO, 2006), ainda mais num ambiente instável como o *on-line*. As redes digitais são ambientes fluidos, imediatistas e atemporais. “[...] não é mais necessário estar presente no mesmo contexto espaço-temporal para ver o outro indivíduo ou indivíduos com quem se está interagindo ou para testemunhar uma ação ou evento” (THOMPSON, 2018, p. 34).

Desta forma, a manutenção do discurso se torna um trabalho mais árduo, mais constante, requer mais produção de eventos a fim de manter os nomes dos que formam uma casta de lideranças mais notórias sempre à disposição do público. Observa-se em diversos momentos forte tendência à polarização política. Após os períodos eleitorais, já com mandatos definidos, os debates continuam tensionados. Assim, as redes ganham o status de canais de comunicação oficial. Prova disso, é uso do *Twitter* por autoridades como o presidente Jair Bolsonaro e o ex-presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, que preferem usar o *Twitter* para se comunicar, em detrimento das mídias jornalísticas tradicionais, e dizer o que querem sem o enquadramento determinado por esses canais (THOMPSON, 2018). Suas opiniões, por vezes, diretas e exageradas podem ser compreendidas por seus apoiadores como de alguém

“[...] comum, com sentimentos reais e fortes crenças, em vez de um político calculista que pesa cada palavra cuidadosamente e evita, de maneira estudada, qualquer demonstração de emoção”. (THOMPSON, 2018, p. 38)

Entretanto, se mostrar ou parecer mais humano é uma estratégia discursiva. Como afirma Sodré, “persuadir, emocionar, abrir os canais lacrimais do interlocutor por meio do apelo desabrido à banalidade são recursos centrais da retórica propagandística, aperfeiçoada pela publicidade e pelo *marketing* de hoje” (2006, p. 79).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A exposição de políticos é hoje muito mais intensa do que no passado e as reações provocadas pelos seus discursos ganham caráter de viralização, pois podem alcançar milhões de pessoas em pouco tempo, desencadeando afetos, como medo e ira, materializados em discursos de intolerância, ódio e acusação. Somados a recursos discursivos específicos podem formatar uma propaganda poderosa e legitimar “manifestações pulsionais proscrias na sociedade civilizada tais como o prazer de matar e de destruir. Na paz, a descarga das pulsões converge para a prática do esporte ou para o desfrute do espetáculo” (SODRÉ, 2006, p. 32).

Thompson alerta que nas novas formas de interação propiciadas pela internet, a grande visibilidade dos líderes políticos não pode ser controlada completamente, por isso, pode se tornar a fonte de um novo e distinto tipo de *fragilidade* na esfera política (2018, p. 39). As redes digitais com seus recursos multimídia enriquecem a produção discursiva, criando novas gramáticas para dar expressão aos cânones retóricos no discurso político contemporâneo. *Ethos, pathos e logos* são hoje construídos com pixels em ambientes comunicacionais complexos que estão exigindo novo aprendizado para a velha missão de angariar simpatias, adesões e votos.

# Referências

AMOSSY, Ruth (org.). **Imagens de si no discurso. A construção do ethos**. Tradução: São Paulo: Contexto, 2011.

AMOSSY, Ruth. Argumentação e Análise do Discurso: perspectivas teóricas e recortes disciplinares. Tradução: Eduardo Lopes; Moises Olimpo Ferreira. EID&A – **Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Iheus, n. 1, p. 129-144, nov. 2011.

CHARAUDEAU, Patrick. O Discurso Político. *In*: EMEDIATO, Wander; MACHADO Ida Lucia; MENEZES, William (orgs.). **Análise do discurso**: gêneros, comunicação e sociedade. Belo Horizonte: NAD/FALE-UFMG, 2006. Disponível em: <https://www.patrick-charaudeau.com/O-Discurso-Politico.html>. Acesso em: 4 abr. 2020.

CHARAUDEAU, Patrick. Pathos e discurso político. *In*: **As emoções no discurso**. MACHADO, Ida Lúcia; MENZES, William ; MENDES, Emília (orgs.). Tradução: Emília Menezes. 2007. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007. Disponível em: [http://www.patrick-charaudeau.com/IMG/pdf/As\\_emocoes\\_no\\_discurso.pdf](http://www.patrick-charaudeau.com/IMG/pdf/As_emocoes_no_discurso.pdf). Acesso em: 17 mar. 2020.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso Político**. Tradução: Dilson Ferreira da Cruz; Fabiana Komesu. São Paulo: Contexto, 2011.

GALINARI, Melliandro Mendes. A polissemia do logos e a argumentação. Contribuições sofisticas para a Análise do Discurso. **EID&A - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, n. 1, p. 93-103, nov. 2011.

GALINARI, Melliandro Mendes. Logos, ethos e pathos: “três lados” da mesma moeda. **Revista Alfa**, v. 58, n. 2, São Paulo, 2014.

KEMP, Simon. Usuários de mídia social ultrapassam a marca de 4 bilhões conforme aumenta a adoção global. **Wearesocial**, 20 out. 2020. Disponível em: <https://wearesocial.com/blog/2020-out-social-media-users-pass-the-4-billion-mark-as-global-adoption-soars>. Acesso em: 12 dez. 2020.

MAZZOLA, Renan Belmonte. Jean-Jacques Courtine: o percurso de um agrimensor. In: **O cânone visual: as belas artes em discurso**. São Paulo: UNESP; Cultura Acadêmica, 2015, pp. 97-116. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/138600/ISBN9788579836718.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 7 abril 2020.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso. Princípios e Procedimentos**. São Paulo: Pontes, 1999.

PIOVEZANI, Carlos. **Verbo, corpo e voz**: reflexões sobre o discurso político brasileiro contemporâneo. Tese. (Doutorado em Lingüística e Língua Portuguesa) — Programa de Pós-Graduação em Lingüística e Língua Portuguesa. Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP), Araraquara, 2007. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/103594>. Acesso em: 4 abr. 2020.

PIOVEZANI FILHO, Carlos. Metamorfoses do discurso político contemporâneo: por uma nova perspectiva de análise. **Revista da ABRALIN**, v. 6. n. 1, p. 111-128. jan.-jun.2007. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/abralin/article/download/52714/32415>. Acesso em: 3 abr. 2020.

PINTO, Céli R. J. Elementos para uma análise de discurso político. **Barbaroi**, Porto Alegre, n. 24, jan. 2006. Disponível em: <https://on-line.unisc.br/seer/index.php/barbaroi/article/view/815>. Acesso em: 31 jan. 2020.

REIS, R.; ZANETTI, D. & FRIZZERA, L. A conveniência dos algoritmos. **Compólitica**, v. 10, n. 1, p. 35-58, 2020. DOI: <https://doi.org/https://doi.org/10.21878/compolitica.2020.10.1.333>.

SODRÉ, Muniz. **As estratégicas sensíveis**: afeto, mídia e política. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.

THOMPSON, John B. A interação mediada na era digital. **Revista Matrizes**, USP, v. 12, n. 3, set.-dez., 2018.

# YouTube e desinformação: apontamentos e caminhos teóricos<sup>1</sup>

*Thamara Machado Pinto<sup>2</sup>*

*Daniela Zanetti*

A desinformação em ambientes digitais vem sendo apontada como um dos maiores problemas do século XXI. Tendo isso em vista, este artigo se propõe a analisar o papel da plataforma de vídeos *YouTube* na proliferação de discursos contendo informações falsas. Para tanto, apresentamos uma revisão de literatura que perpassa os conceitos de internet, desinformação e pós-verdade, além de breves apontamentos sobre o funcionamento do *YouTube* em relação ao modo como os algoritmos atuam,

---

1 O artigo resultou de estudos desenvolvidos no âmbito da pesquisa Modelos metodológicos para estudo de discurso e narrativas em processos de comunicação contemporâneos no contexto da cibercultura, financiada pela Fapes, Edital Fapes n. 21/2018 – Universal. Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em 2020.

2 A autora conta com bolsa de estudos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

como forma de agregar elementos que possibilitem uma reflexão sobre as narrativas de desinformação sobre vários temas, que passaram a ocupar diversos canais dessa plataforma de compartilhamento de vídeos.

## SOBRE CRISES E DESINFORMAÇÃO: O SURGIMENTO DA INTERNET E A ERA DA PÓS-VERDADE

O final da segunda década do século XXI tem se caracterizado por crises intensas e de grandes proporções. Crise sanitária devido ao alastramento do vírus da covid-19 no mundo, crise das democracias representativas ocidentais, crise climática acelerada pelo aquecimento global, crise de credibilidade no jornalismo e, sobretudo, a “crise da verdade”. Soma-se a essa conjuntura o que Albuquerque e Quinan (2019) designam como “[...] uma crise epistemológica, que se traduz na perda de confiança em instituições fundamentais da sociedade” (ALBUQUERQUE; QUINAN, 2019, p. 84).

Ao analisarmos o surgimento da internet como catalisadora de conexões e informações entre sistemas e indivíduos, podemos inferir que ela própria nasceu de um momento de ruptura. Na segunda metade do século XX, em um contexto de Guerra Fria, engenheiros e militares norte-americanos desenvolveram essa tecnologia com o objetivo inicial de impedir a tomada dos aparatos estadunidenses de comunicações pelos soviéticos.

Mais tarde, aos fins do século XX, com sua popularização mundo afora, uma onda otimista domina o espectro da comunicação no que diz respeito à democratização do acesso à informação e ao conhecimento propiciado pela rede mundial de computadores. Sujeitos que outrora não participavam ativamente do processo comunicacional, agora subvertem a lógica centralizada de enunciação ocupando veículos e criando mensagens no ciberespaço, seguindo a lógica da comunicação todos para todos (LÉVY, 2009).

É nesse novo ambiente mediado pela internet, no qual indivíduos criam conexões e laços desterritorializados — já que inexistem

fronteiras geográficas para o processo comunicacional —, que emergem as novas sociabilidades, atravessadas pela cibercultura (LÉVY, 2009). Segundo Lemos (2009), a cibercultura, enquanto prática de sociabilidades no “mundo virtual” recria novas formas comunitárias e identitárias, ampliando a participação política.

Sylvia Moretzsohn (2017) adverte, no entanto, que não apenas a dimensão tecnológica, exemplificada pela internet, desempenha um papel crucial para uma atuação mais potente dos indivíduos. Isso, segundo ela, é ignorar o determinante social, econômico e cultural. Nessa mesma lógica, de expressão “ampliada” das relações já existentes, Moretzsohn (2017) afirma que:

Não deveria ser muito difícil entender que o mundo virtual é uma expressão ampliada do mundo presencial. Ambos se interligam de tal forma que não há muito como separá-los: a vida cotidiana e a vida política são inevitavelmente permeadas por essa tecnologia e já não podem prescindir dela para existir (MORETZSOHN, 2017, p. 295).

A transformação da experiência cotidiana propiciada pela rede incide cada vez mais nas subjetividades contemporâneas, na medida em que estimula um protagonismo máximo e individualista dos sujeitos, sugerindo uma “[...] crença no senso comum como fonte de verdade, que supõe a possibilidade de um saber original e ‘puro’, autônomo, capaz de aflorar desde que livre de amarras” (MORETZSOHN, 2017, p. 302). Associado a esse contexto surge um fenômeno social em que a primazia da razão é sucumbida por um emaranhado de crenças capazes de moldar a opinião pública (D’ANCONA, 2018).

É no campo da pós-verdade<sup>3</sup> onde se manifestam discursos alheios a fatos históricos e consensos científicos que, estimulados

---

3 Conferir D’Ancona (2018, p. 20) sobre a palavra eleita do ano de 2016 pelo Oxford Dictionaries, que a define como associada a “circunstâncias em que os

pelo carácter aglutinador e tribalista da *web*, criam bolhas e fortalecem a consolidação de convicções e crenças, de modo que quando o pluralismo de discursos em rede “[...] é suplantado pelo relativismo doentio, a suposição cultural é de que todas as opiniões são igualmente válidas” (D’ANCONA, 2018, p. 79). Assim, a veracidade passa a ser ancorada em convicções arraigadas e vieses de confirmação que atribuem a cada indivíduo suas próprias “verdades mais intrínsecas”.

Adquirindo cada vez mais aderência e velocidade na internet, as *fake news* estão no radar de inúmeros estudos científicos. Debates recentes no âmbito dos estudos em comunicação têm colocado em xeque a utilização do termo para melhor interpretar o ecossistema de notícias e informações falsas e ou fora de contexto. Pesquisadoras como a britânica Claire Wardle (2017) postulam que a expressão tem sido operada para fins políticos como forma de cercear o trabalho da imprensa profissional. Algo que pôde ser observado nas eleições presidenciais que elegeram Donald Trump nos EUA em 2016.

A percepção de Wardle (2017) acompanha o raciocínio de que atores políticos, ao denominarem determinado conteúdo jornalístico como “falso”, desviam o debate público e acabam creditando apenas as notícias que lhe são favoráveis. Baseada sob um ponto de vista mais amplo e sistemático a autora compreende, assim, duas tipologias: a *disinformation* como “uma criação deliberada e o compartilhamento de informações sabidamente falsas” e a *misinformation*, qual seja “o compartilhamento inadvertido de informações falsas e não intencionais” (2017, p. 2).

Na esteira do pensamento da autora é possível diferenciar os termos, na medida em que *fake news* se volta mais para o âmbito das notícias de conteúdo notoriamente fabricado. A desinformação, no entanto, abrange não somente informações fabricadas,

---

fatos objetivos são menos influentes em formar a opinião pública do que apelos à emoção e crença pessoal”.

mas principalmente, a utilização de enquadramentos, interpretações e conexões falsas em relação aos fatos. Portanto, por apresentar uma visão mais complexa deste ecossistema é que elencamos e compactuamos ao longo deste artigo com o emprego da palavra “desinformação”.

A desinformação amparada pela tecnologia encontra seu *locus*, sobretudo, em sítios virtuais de redes sociais. Conforme Recuero (2009), “uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais)” (2009, p. 24). Nela se expressam disputas narrativas movidas por seus personagens, tramas e temas a fim de garantir uma aparente hegemonia e relevância de seus discursos em rede.

Relatório publicado em 2018 pela Oxford University e Reuters Institute<sup>4</sup> indicou que no Brasil 90 % das notícias contendo desinformação são obtidas nos meios on-line e mais de 60 % proveem de redes sociais. Além disso, o estudo destaca que o país vive um paradoxo nesse sentido, já que os brasileiros são os mais propensos a acreditar uma informação falsa, ainda que a população seja a que mais se preocupa com o que é verdadeiro ou não dentre as informações que circulam na internet.

Quando se refere à desinformação em redes sociais, logo se tem em mente o protagonismo de sítios virtuais como *Facebook* e *Twitter*. No entanto, quase nenhuma atenção é voltada para o sítio virtual de compartilhamentos de vídeos YouTube. De acordo com a pesquisa Digital in 2019<sup>5</sup> feita pela *We Are Social* em parceria com a *Hootsuite*, o *YouTube* é a rede social mais usada no Brasil, detendo a atenção de cada visitante por cerca de vinte e dois minutos diários.

---

4 Disponível em: <https://agency.reuters.com/content/dam/openweb/documents/pdf/news-agency/report/dnr-18.pdf>. Acesso em: 1 out. 2020.

5 Disponível em : <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> . Acesso em: 1 out. 2020.

O motivo para tamanha adesão, segundo a análise do *YouTube Insights* (2019),<sup>6</sup> é o destaque da plataforma como um espaço voltado para a busca de informações, notícias e opiniões acerca dos acontecimentos cotidianos. Mas, como será exposto a seguir, tais características agregam uma série de contestações que desembocam em tensões e instabilidades.

## A PLATAFORMA: CULTURA PARTICIPATIVA, HABITANTES E FERRAMENTAS

Desde sua criação por programadores do Vale do Silício (CA, EUA) em 2005, o *YouTube* carrega consigo uma série de contradições e, por isso, também permanentes reformulações, seja em suas políticas de usos, de direitos autorais e também de sua identidade visual. Uma das mudanças mais significativas foi a alteração do slogan *Your digital video repository* – em português: “Seu repositório de vídeos digitais” – para *Broadcast Yourself* – algo como “transmita-se” (BURGUESS, 2009), ideia por meio da qual, inclusive, se popularizou e ganhou relevância dentre as outras mídias sociais.

A virada no conceito representou não apenas uma simples mudança de plasticidade do sítio virtual, mas principalmente uma transformação de cultura interna, entre usuários e, sobretudo, de modelo de negócios. À medida que o *YouTube* interpela seu público a “se transmitir” na plataforma, estabelece-se ali uma comunidade de produtores de conteúdo e *vloggers* dispostos a narrar seus cotidianos, compartilhar experiências, conhecimentos e conexões entre si (SIBILIA, 2008).

A presença de usuários, ora participando da criação de conteúdos, ora consumindo-os, insere o *YouTube* no que Jenkins (2006) designa como cultura participativa, característica essa, aliás, também notável no próprio desenho da internet, já que ela “[...] interliga os

---

6 Disponível em: <https://youtubeinsights.withgoogle.com/>. Acesso em: 2 out. 2020.

indivíduos e os possibilita formar o seu próprio *habitat* de comunicação sem, para isso, ter de passar por qualquer mediação” (MALINI, 2008, p. 2). É nesse sentido que a plataforma, outrora vista como um mero espaço repositório de conteúdos audiovisuais on-line, ganha contornos de rede social e de comunicação (BURGUESS, 2009).

Ademais, tais aspectos levam-nos de encontro ao que Recuero (2009) interpreta como redes sociais, sendo baseada, como citado anteriormente em um conjunto de relações entre atores sociais em rede, suas interações e laços sociais. Segundo Burgess e Green (2009), a ligação entre atores sociais e conteúdos foi facilitada pelo fato de a plataforma oferecer “funções básicas de comunidade, tais como a possibilidade de se conectar a outros usuários como amigos, e gerar URLs e códigos HTML que permitem que os vídeos pudessem ser facilmente incorporados em outros sítios virtuais” (2009, p. 17).

O fator comunidade é uma marca crescente no YouTube. É por meio dela que emergem discursos e manifestações de novos atores sociais na esfera da visibilidade pública. Isso porque com as exposições e compartilhamentos de conteúdos que vão desde as narrativas acerca de fatos político-sociais a registros do cotidiano, criam-se novos parâmetros e regimes de credibilidade e/ou fama. Conforme Vasconcellos (2018), não se trata apenas de expressar-se, mas de fazê-lo frente a um público mais amplo, por vezes até massivo, e “que atinge a consagração com o surgimento de celebridades do *YouTube*, isto é, pessoas que concentram a atenção sobre si dentro do sítio virtual, adquirindo capital social e simbólico neste processo” (2018, p. 84).

É nesse cenário que despontam figuras como as webcelebridades desta plataforma, os *youtubers*, cuja articulação entre popularidade e autoridade os tornam relevantes em contextos que, inclusive, ultrapassam o território *on-line* (VASCONCELLOS, 2018). É coerente afirmar, portanto, que o fenômeno dos influenciadores digitais deixa de ser uma questão restrita apenas ao campo do entretenimento e das celebridades, pois está totalmente interligado à esfera da visibilidade

pública (GOMES, 2008) e, por isso interfere, em menor ou maior grau, na formação da opinião pública e muitas vezes também em tomadas de decisões individuais e coletivas.

Vale ressaltar que a relevância de tais atores sociais é mediada pelo *YouTube* através das “premiações” aos produtores de maior engajamento, ou seja, vídeos contendo número de curtidas e visualizações elevados, por meio das monetizações de seus canais e anúncios publicitários. Observa-se que faz parte da própria cultura da corporação gerar capital que não somente o enunciativo representado pelos os youtubers, mas principalmente o financeiro. Por isso “O *YouTube* precisa ser entendido como um negócio [...] e como uma fonte cultural cocriada por seus usuários”. Ele é construído “tanto pelas práticas de sua audiência como por suas práticas de publicação” (BURGESS; GREEN, 2009, p. 57).

Sob o prisma da concepção de negócios o sítio virtual — adquirido em 2006 pelo *Google* — instituiu-se como sinônimo de conteúdo gratuito e de livre acesso, porém sigiloso em relação às tecnologias que dão mais ou menos visibilidade a um conteúdo. Segundo Albuquerque e Quinan (2019) isso revela uma estratégia de minimizar o papel do *YouTube* como mediador, já que “[...] em muitos destes processos autorais o *Google* usou o status de “plataforma” para fugir de qualquer responsabilidade sobre o conteúdo não autorizado, tentando transferir esta responsabilidade para seus usuários (2019, p. 92).

Mesmo que sob o pretexto de isenção de responsabilidades quanto ao conteúdo gerado por seus usuários, ao se colocar enquanto “apenas” uma plataforma automaticamente nos suscita reflexões acerca do papel do *YouTube* nas sociabilidades contemporâneas. Como explica José Van Dijck, em *The Platform Society* (2018), as plataformas *on-line* incidem na organização e interpretação da sociedade tanto nos âmbitos econômico e político como no plano ideológico. De acordo com a autora, tal característica mostra que ao contrário da lógica objetiva em que seus gestores as apresentam, as plataformas

estão longe de ser ocas e desnudam as relações de poder estatais e de mercado engendradas por elas.

Além da distribuição de conteúdo na web, as plataformas *on-line* coletam dados de usuários e informações avançadas a respeito de usos e preferências de cada indivíduo por meio de “botões sociais” como os *likes* (VAN DIJCK, 2018). Isso ocorre por meio da utilização de *hardwares* e *softwares* e procedimentos lógicos, os algoritmos. No caso do YouTube a exemplificação se dá no impulsionamento de vídeos através da ferramenta de “recomendações”, cujo critério aparente é levar ao usuário produções relevantes de acordo com seus interesses e preferências.

No entanto, como destaca Van Dijck (2018), a expertise dos algoritmos nas plataformas em geral, sobretudo no YouTube, é a permanência do internauta em seus domínios, o que significa mais tempo e espaço para anunciantes. Assim, as plataformas criam em torno de cada usuário um espaço personalizado de serviços, informações e pessoas, o que para a autora, podem levar a fragmentações sociais envolvendo os usuários em “filtros bolhas”. As bolhas, por sua vez, geram obstáculos com relação à exposição de conteúdos de ampla variedade de valores e perspectivas sociais.

Ainda de acordo com a autora, as plataformas giram em torno dessas personalizações — que promovem os “filtros bolhas” — porque esse mecanismo acaba sendo a principal razão pela qual tantas pessoas se sentem atraídas pelos serviços da plataforma. Autoras como Martins *et al.* (2020) dão um passo adiante nessa discussão a respeito das personalizações via algoritmos, postulando que “são desenhados para reforçar certas tendências comportamentais e políticas” e “definem o que vemos ou não, quais conteúdos devem ser recomendados à audiência, que, por sua vez, está alienada dessas decisões” (MARTINS, 2020, p. 15).

A falta de transparência quanto aos critérios de seleção, sugestão e exibição de conteúdos estabelecidos pelos desenvolvedores desses dispositivos somados ao desconhecimento do público quanto

a eles reforçam “a entropia do sistema, gerando desinformação sobre os fluxos de comunicação, aumentando seu potencial de impacto e solapando o regime de verdade antes vigente” (MARTINS *et al.*, 2020, p. 32).

Portanto, não é de se espantar que a desinformação ganhe terreno fértil sofrendo uma espécie de metástase em meio às redes sociais digitais, considerando que a lógica, tanto embutida nos algoritmos como no modelo de negócios das plataformas, é obter engajamento e gerar “viralizações”, traduzidas em forma de “cliques” e “curtidas”, independentemente do tipo de conteúdo. E nesse cenário, o YouTube tem mostrado particular contribuição.

## YOUTUBE E DESINFORMAÇÃO: O ELO ENTRE ALGORITMOS E RADICALISMOS

Em meio a fórmulas secretas, *softwares* e mecanismos obscuros, a problemática em relação aos algoritmos do YouTube e seu caráter ideológico e desinformativo vem sendo destacada por inúmeros pesquisadores, jornalistas e até mesmo os próprios funcionários do *Google*. Em reportagem ao portal *Bloomberg* (2020),<sup>7</sup> trabalhadores da plataforma denunciaram que a empresa ignora há algum tempo seus alertas sobre o crescimento preocupante do número de vídeos falsos, incendiários e tóxicos.

O ex-engenheiro do *Google* e responsável direto pela ferramenta de recomendação de vídeos do *YouTube*, Guillaume Chaslot, em entrevista ao jornal britânico *The Guardian* (2018) afirmou que os algoritmos (da plataforma) não parecem estar otimizando para o que é verdadeiro, equilibrado e saudável para a democracia, pelo

---

7 YouTube Executives Ignored Warnings, Letting Toxic Videos Run Rampant. Disponível em: <https://www.bloomberg.com/news/features/2019-04-02/youtube-executives-ignored-warnings-letting-toxic-videos-run-rampant> Acesso em: 2 out. 2020.

contrário, está distorcendo o real, de modo que “a ficção, no *YouTube*, tem superado a realidade” (THE GUARDIAN, 2018). Na mesma matéria, a socióloga em tecnologia da Universidade de Austin (EUA), Zeynep Tufekci, complementa: “Os algoritmos de pesquisa e recomendação de vídeos não são mecanismos de mera otimização de usos da plataforma, e sim de desinformação” (THE GUARDIAN, 2018).

No Brasil, várias investigações mostraram o papel exercido pelo *YouTube* na proliferação e exibição de vídeos contendo desinformação a respeito da difusão do vírus da Zika, em 2017, e isso diante dos esforços de autoridades sanitárias em conter o avanço da doença conscientizando a população. Nesse caso:

Alguns vídeos revelavam a suposta existência de um complô das ONGs para exterminar as populações mais pobres, enquanto outros atribuíam a essas mesmas vacinas e larvicidas a propagação do vírus. A popularidade desses filmes criou um clima de desconfiança que levou muitos pais e mães a recusar procedimentos médicos imprescindíveis para a sobrevivência de seus filhos. Um dos médicos denunciou à imprensa brasileira que está lutando diariamente contra o “doutor *YouTube*” e está, aparentemente, perdendo essa batalha. (EMPOLI, 2019, p. 80).

A emergência de discursos contrários à vacinação no *YouTube* foi apurada pelas pesquisadoras em saúde da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) Bianca Barros da Costa, Daiane de Jesus Viegas, Thamyris Almeida Moreira e Paula Alvarez Abreu no artigo “O movimento antivacina no *YouTube* nos tempos de pós-verdade: Educação em saúde ou desinformação?”, de 2020. Como resultado de análise, as autoras chegaram a um corpus de 59 vídeos, em sua maioria defendendo o uso das vacinas. Entretanto, pontuam que:

Apesar da maioria dos vídeos encontrados em nosso estudo no *YouTube* serem contra o movimento antivacina, ainda assim, é importante comentar que 15,4% dos vídeos foram a favor e estes tiveram uma média de 7079 visualizações e 595 curtidas por vídeo,

mostrando que uma parcela grande de seguidores está aderindo ou pelo menos se identificando com esta corrente de ideias (DA COSTA *et al.*, 2020, p. 236).

A aderência às narrativas antivacinação na plataforma, por parte do público, é interpretada por Pimentel (2018) como resultado de uma espécie de valorização da figura e fala de quem enuncia tais informações, ou seja, o aspecto testemunhal e intimista das produções audiovisuais acaba proporcionando visibilidade e alcance deste tipo de conteúdo sem embasamentos em fatos comprovados cientificamente. Segundo a autora, “o que atrai, convence e encanta é exatamente a linguagem utilizada, a forma narrativa, a intimidade performada e uma relação de proximidade que se tenta forjar por meio de recursos retóricos” (PIMENTEL, 2018, p. 2).

O movimento antivacina, respaldado e ostentado principalmente na plataforma de vídeos YouTube, traz preocupação também à Organização Mundial da Saúde (OMS), que o declarou em relatório como um dos maiores riscos à saúde global.<sup>8</sup> A instituição, aliás, tem se mostrado particularmente preocupada no que diz respeito ao contexto atual de desinformação sobre o vírus da covid-19 em redes sociais, algo que para o órgão é visto como uma infodemia.<sup>9</sup>

Tendo isso em vista, o Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (INCT.DD) em conjunto com seus pesquisadores organizaram um estudo intitulado “Ciência Contaminada: analisando o contágio de desinformação sobre o coronavírus

---

8 Conferir VEJA: “OMS considera movimento antivacina um risco à saúde global”. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/saude/oms-considera-movimento-anti-vacina-uma-ameaca-a-saude-mundial/> Acesso em: 3 out. 2020.

9 Conferir Estadão: “OMS combate a uma epidemia além do coronavírus, uma infodemia”. Disponível em: <https://saude.estadao.com.br/noticias/geral,oms-combate-uma-epidemia-alem-do-coronavirus-uma-infodemia,70003189336> Acesso em: 3 out. 2020

no *YouTube*”, feito a partir da coleta e análise de mais de onze mil vídeos entre maio e março de 2020. O grupo chegou à conclusão de que os canais e vídeos contendo desinformação sobre a temática são vistos de três a quatro vezes mais do que aqueles que trazem dados reais baseados em fontes oficiais de saúde (MACHADO *et al.*, 2020).

Diversos vídeos no *YouTube* trazem dicas de como aumentar a imunidade usando certos alimentos e medicações, receitas milagrosas baseadas em ingredientes como alho e desinfetantes, e até mesmo discursos que fazem referências a teorias conspiratórias de que há um “plano diabólico da China” para destruir as economias mundiais. O que se pode comprovar com a pesquisa do INCT.DD é o papel, cada vez mais robusto, do *YouTube* na conjuntura do que Wardle (2017) chama de ecossistema de desinformação nos tempos atuais.

Enfatiza-se, contudo, que a desinformação na plataforma de vídeos também ganha corpo em outras esferas do cotidiano, tais como a política e o meio ambiente. O pesquisador Joachim Allgaier (2016) mapeou e categorizou cento e quarenta produções audiovisuais por meio do uso de palavras-chave como: mudanças climáticas, ciências do clima e manipulação do clima. O objetivo de Allgaier (2016) foi compreender que tipo de informações o usuário do *YouTube* encontra na busca por informações acerca do aquecimento global. De início, o pesquisador encontrou fontes oficiais e científicas referentes ao tema, mas logo em seguida foi levado, através dos algoritmos de recomendação de vídeos, a discursos mais radicais, usando como argumentos a teoria da conspiração *chemtrail*.<sup>10</sup> Conforme Allgaier (2016), além do reforço tecnológico, o espalhamento desse tipo de conteúdo por parte de adeptos de teorias conspiracionista e criacionistas são:

---

10 Conferir Allgaier (2016) sobre nome dado a uma teoria da conspiração. O neologismo é derivado de trilhas de condensação de aviões no céu em que os teóricos da conspiração tomam como evidência para governo clandestino, militar ou operações de pesquisa contra a população, por isso “chemtrails”.

[...] frequentemente compartilhados por seus seguidores, isso significa que vídeos inteiros ou partes deles também são enviados por vários outros seguidores e amigos, muitas vezes com nomes, *tags* e palavras-chave diferentes, o que é virtualmente impossível de obstruir ou excluir o conteúdo depois de carregado. Esta prática também é aplicada para distorcer os resultados da pesquisa em favor de seu próprio conteúdo (ALLGAIER, 2016, p. 6, tradução nossa).

Os chamados “guetos” do YouTube, lugares onde “habitam” produtores e youtubers com seus discursos de supremacia branca, terraplanistas, negacionistas do holocausto, entre outros enunciadores que sustentam teorias da conspiração e discursos preconceituosos, foram observados com mais afinco por Zeynep Tufekci em artigo de opinião intitulado YouTube: the great radicalizer, publicado no New York Times (2018). A socióloga percebeu que em cada busca realizada o sítio virtual a recomendava para vídeos cada vez mais extremos em variados campos do saber. Por exemplo, conteúdos acerca de corridas levam a filmes sobre ultramaratonas e dietas mirabolantes. Tufekci (NEW YORK TIMES, 2018) inferiu em sua busca que o algoritmo do YouTube parte da lógica de que os espectadores são atraídos para vídeos cada vez mais extremos e “incendiários” em relação aos que começaram a assistir, levando-os a uma espécie de “toca do coelho”.

O que estamos testemunhando é a exploração computacional de um desejo humano natural: olhar “atrás da cortina”, cavar mais fundo em algo que nos envolve. Conforme clicamos e clicamos, somos levados pela sensação emocionante de descobrir mais segredos e verdades mais profundas. O YouTube leva os espectadores a uma “toca de coelho” do extremismo, enquanto o *Google* aumenta as vendas de anúncios (NEW YORK TIMES, 2018, tradução nossa).

Estudos de pesquisadores brasileiros como Daniela Zanetti, Luciano Frizzera e Ruth Reis (2019) corroboraram com a colocação

de Tufecki. Em “Algoritmos e desinformação: O papel do YouTube no cenário político brasileiro” concluiu-se que o sistema de recomendações do YouTube ofereceu aos usuários da plataforma mais conteúdos pautados por desinformação, sempre em favorecimento da campanha do então candidato à presidência da república Jair Bolsonaro nas eleições de 2018. Outro aspecto identificado foi que a partir de vídeos iniciais os espectadores eram conduzidos a conteúdos marcados por um discurso reacionário, muitas vezes contrário aos direitos humanos e das minorias sociais, ou seja, às “tocas de coelhos”.

Em contraposição a Tufecki, a pesquisadora da Universidade de Stanford (EUA), Rebecca Lewis (2020) afirma que a radicalização na plataforma deve ser entendida para além do funcionamento dos algoritmos, já que se perde de vista outros aspectos que fazem o YouTube desempenhar seu papel enquanto mídia social: a formação de comunidades e a cultura de fãs. O que levou a autora a tal reflexão foi uma pesquisa anterior denominada *Alternative influence: Broadcasting the reactionary right on YouTube* (LEWIS, 2018), que identificou a atuação de uma série de influenciadores digitais sobre audiências jovens na promoção de debates com vieses conservadores e contrários a noções de justiça social.

O YouTube, desde seus primórdios, vende a ideia de ser um espaço democrático e isento de mediações, presentes em veículos tradicionais de mídia. E isso ocorre pelo fato de os indivíduos possuírem o poder de se “auto transmitir” a partir de seus quartos, criando a impressão de intimidade e autenticidade em quem consome seus conteúdos. Para Lewis (2020), esse é o ponto nevrálgico da questão: “[..] it is these relationships — the trust-building, personal storytelling, and seeming authenticity — that convincingly sells audiences on far-right ideas”<sup>11</sup> (LEWIS, 2020, p. 3).

---

11 Conferir Lewwis (2020, p. 3, tradução nossa): “[...] são essas relações – a confiança construção, narrativa pessoal e aparente autenticidade – que vende de forma convincente o público em ideias de extrema direita”.

Isso não elimina, para Lewis (2020), a interferência dos algoritmos na propagação de ideias radicais, mas abrange, por outro lado, a concepção de que esses influenciadores sabem usar os mecanismos para otimizar seus vídeos. Exemplo disso é o uso de palavras-chave, recursos de marcação de *tags* e colaborações com outras webcelebridades, fortalecendo e ampliando a exposição a novas audiências. Assim “[...] quando um criador mais radical aparece ao lado de um criador mais *mainstream*, ele pode amplificar seus argumentos e direcionar novos públicos para seu canal” (LEWIS, 2020, p. 4, tradução nossa).

A pesquisa de Lewis (2018) também indica que nem sempre o usuário “tropeça” em vídeos cada vez mais extremistas. De acordo com a autora, o público costuma exigir esse tipo de conteúdo de seus criadores preferidos. Portanto, se um público já radicalizado pede mais produções radicais, é esse sujeito quem está pagando coletivamente aos influenciadores por meio de sua audiência. Dessa forma os criadores têm um incentivo para atender a essas necessidades.

Para Lewis (2020), tudo isso indica que a metáfora da “toca do coelho” pode ser enganosa e limitante, visto que reforça a sensação de que as ideias extremistas, conspiratórias e falsas vivem à margem ou nos “cantos escuros” do YouTube, quando na realidade são incrivelmente populares e defendidas por personalidades altamente visíveis e bem seguidas, bem como seus públicos.

Se por um lado tais narrativas a favor de grupos extremistas, negação do holocausto, teorias da conspiração, pseudociência e desinformação, ainda que “desejadas” por parte do público, não teriam espaço em canais abertos na televisão, por outro lado, no YouTube elas ganham aval e amplitude. Isso, para Van Dijck (2018), ocorre porque a plataforma tem o distanciamento ideal para com seus produtores de conteúdo e sempre responde às críticas sobre manter conteúdos falsos, extremistas ou inadequados com o argumento de que defende a “liberdade de expressão”.

O Google lançou uma cartilha informativa — *How Google Fights Disinformation* (2019) — na qual afirma que passou a limitar

conteúdos de ódio e desinformativo por meio de uma parceria entre inteligência artificial e humana. No documento, entre direcionamentos acerca de “práticas de bom uso” no sítio virtual, tais como não seguir determinados youtubers e checar as informações em fontes oficiais e confiáveis, a corporação parece compartilhar o problema do que eles mesmos chamam de “conteúdos de viralidade ruim” aos próprios usuários da plataforma.

Entretanto, dizem que em breve irão inserir boxes informativos alertando o público de que o vídeo assistido pode conter informações inverídicas, realocando os espectadores para páginas da web de veículos tradicionais de imprensa e órgãos oficiais de cada país. Isso, contudo, tendo como base o direito à liberdade de expressão.

As iniciativas, ainda que poucas e implementadas a passos lentos, demonstram que a empresa tem conhecimento dos danos que o espalhamento da desinformação no sítio virtual pode gerar nos processos de sociabilidades e na conformação da esfera pública contemporânea. Ainda assim, a falta de transparência do YouTube em relação ao funcionamento de seus algoritmos tem dificultado as pesquisas em torno do tema, o que leva o debate de interesse e utilidade pública a instâncias mais restritas e imprecisas. Enquanto isso a desinformação impulsionada, entre outros aspectos, pelos algoritmos, continua ganhando espaço e radicaliza públicos e discursos na plataforma.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O advento da internet significou uma revolução nas estruturas sociais e de comunicação no mundo contemporâneo. As informações que antes eram mediadas por veículos centralizados, agora com a rede mundial de computadores foram, em parte, descentralizadas a partir da atuação de atores sociais diversos, muitos dos quais descolados de qualquer tipo de institucionalidade, o que tornou possível a ampliação da participação de uma multiplicidade de indivíduos na composição da esfera da visibilidade pública. Porém, esse espaço aparentemente

horizontalizado também possibilitou a emergência de discursos e narrativas carregadas de ódio, desinformação e que nada contribuem para o processo democrático.

O *YouTube* tem um papel relevante nesse processo. Por meio de relatos do cotidiano compartilhados por seus principais agentes, os *youtubers*, informações falsas sobre vacinação, política e aquecimento global circularam e convenceram grande parte do público que consome tais conteúdos. Parte disso se deve a uma espécie de “autoridade” de enunciação e credibilidade formada a partir da visibilidade e da popularidade desses produtores de conteúdo.

Também se destaca a atuação da plataforma no engajamento dessas produções com o modelo de monetização de vídeos. O que somado a atuação dos algoritmos, representado pela aba “recomendações”, cuja fórmula é mantida a “sete chaves” pelo *Google*, gera uma espiral de radicalização e desinformação no sítio virtual e entre seus usuários.

Diante desse cenário, julgamos ser imprescindível a investigação científica acerca da atuação do YouTube na promoção de desinformação on-line. E isso por meio de uma dimensão mais ampla que aborde aspectos estruturais envolvendo as políticas e diretrizes da plataforma e seus vieses de mercado, bem como outras temáticas inerentes a discursos e informações falsas e seus impactos nas socialidades contemporâneas.

# Referências

ALBUQUERQUE, Afonso; QUINAN, Rodrigo. Crise epistemológica e teorias da conspiração: o discurso anti-ciência do canal “Professor Terra Plana”. **Revista Mídia e Cotidiano**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 3, p. 83-104, 2019.

ALLGAIER, Joachim. **Science on YouTube**: what users find when they search for climate science and climate manipulation. Disponível em: Disponível em: <https://arxiv.org/abs/1602.02692v2> Acesso em: 2 out. 2020.

ANTOUN, Henrique (org.). **Web 2.0**: participação e vigilância na era da comunicação distribuída. Rio de Janeiro: Mauad, 2008.

BURGESS, J.; GREEN, J. **YouTube e a Revolução Digital**. São Paulo: Aleph, 2009

DA COSTA, Bianca Barros *et al.* O movimento antivacina no YouTube nos tempos de pós- verdade: Educação em saúde ou desinformação? **Revista Mídia e Cotidiano**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 1, p. 220-239.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-verdade**: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news. São Paulo: Faro, 2018.

EMPOLI, Giuliano. **Os engenheiros do caos**. São Paulo: Vestígio, 2019.

GOMES, Wilson. Da discussão à visibilidade. *In*: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley. C. M (orgs.). **Comunicação e democracia**: problemas e perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura de Convergência** . Tradução: Suzana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2006.

LEMOS, A. Nova esfera Conversacional. *In*: MARQUES, A.; COSTA, C. T.; KÜNSCH, D *et al.* (orgs.). **Esfera pública, redes e jornalismo**. Rio de Janeiro, E-Papers, 2009, p. 9-30.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 2009.

LEWIS, Rebecca. **Alternative influence**: broadcasting the reactionary right on YouTube. *Data & Society*, v. 18, 2018.

LEWIS, Rebecca. All of YouTube, not just the algorithm, is a far-right propaganda machine. **Medium.com**, v. 7, 2020. 08 jan. 2020. Disponível em: <https://ffwd.medium.com/all-of-youtube-not-just-the-algorithm-is-a-far-right-propaganda-machine-29b07b12430>. Acesso em: 2 out. 2020.

MACHADO, Caio C. Vieira *et al.* **Ciência contaminada**: analisando o contágio de desinformação sobre o coronavírus via YouTube. Rio de Janeiro: LAUT, INCTDD, CEPEDISA, 2020. Série Democracia Infectada, Parte 1.

MALINI, Fábio. Modelos de Colaboração nos meios sociais da internet: uma análise a partir dos portais de jornalismo participativo. *In:*

MARTINS, Helena (org.). **Desinformação: crise política e saídas democráticas para as fake news**. São Paulo: Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação Social, 2020.

MORETZSOHN, Sylvia Debossan. Uma legião de imbecis: hiperinformação, alienação e o fetichismo da tecnologia libertária. **Liinc em Revista**, v. 13, n. 2, 2017.

NEW YORK TIMES. **Youtube the great radicalizer**. 10 mar. 2018. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/03/10/opinion/sunday/youtube-politics-radical.html> Acesso em: 2 out. 2020.

PIMENTEL, Isabela. Mapeando a propagação de boatos no Youtube. Instituto Brasileiro de Pesquisa e Análise de Dados, 2018. Disponível em: <https://www.ibpad.com.br/blog/analise-de-dados/mapeando-propagacao-de-boatos-no-youtube-estudo-de-caso/>. Acesso em: 02 out. 2020.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REIS, Ruth.; ZANETTI, Daniela; FRIZZERA, Luciano. Algoritmos e desinformação: o papel do YouTube no cenário político brasileiro. **Anais dos Congressos da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (Compolítica)**, Anais dos Congressos 2019. [s. l.], Anais dos Congressos 2019, p. 19, 2019. Disponível em: [http://compolitica.org/novo/anais/2019\\_gt4\\_Reis.pdf](http://compolitica.org/novo/anais/2019_gt4_Reis.pdf). Acesso em: 2019.

SIBILIA, Paula. O show do eu: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

THE GUARDIAN. Fiction is outperforming reality: how Youtube's algorithm distorts truth. 02 fev. 2018. Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2018/feb/02/how-youtubes-algorithm-distorts-truth> Acesso em: 03 out. 2020

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. **The platform society**: Public values in a connective world. Oxford: Oxford University, 2018.

VASCONCELLOS, Amanda M. **Celebridade 2.0: o Youtube e a nova fábrica de famosos**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Territorialidades). 2018. 261 f. Faculdade de Centro de Artes. Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2018.

WARDLE, Claire. Fake news. It's complicated. **First Draft News**, v. 16, 2017.

**parte 2**

# **Audiovisual e Negritude**

# *Negros de pele clara: construção de identidades negras no YouTube<sup>1</sup>*

*Luiz Dantas<sup>2</sup>*

“Da escravidão em diante, os supremacistas brancos reconheceram que controlar as imagens é central para manutenção de qualquer sistema de dominação racial.” (HOOKS, 2019, p. 33). É desse pressuposto que Bell Hooks situa a imagem politicamente e evidencia a representação como instância fundamental para as discussões de raça. O risco do argumento de que “somos todos um”, presente no mito da democracia racial e amplamente propagado na cultura brasileira,

---

1 Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em 2020. Pesquisa desenvolvida com auxílio de bolsas de estudos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

2 O autor conta com bolsa de estudos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

implica a urgência de discutir, a partir do sujeito negro, quem ele é, como se vê e como representa a si mesmo. Compreendemos, em consonância com Hall (2013), raça como um significante flutuante, cujo sentido é disputado historicamente por discursos que deram substância à violência colonial.

Este artigo organiza as perplexidades iniciais de um projeto de mestrado em Comunicação e Territorialidades pela Universidade Federal do Espírito Santo. A questão central é: como negros de pele clara constroem suas identidades negras no *YouTube*? A partir deste problema de pesquisa, rascunhamos uma trajetória que não oferece respostas finais, mas, ao contrário, sinaliza caminhos possíveis para uma reflexão acerca da complexa identidade do negro brasileiro. Para tanto, propomos um percurso teórico-metodológico que sugere vias para se pensar a identidade do negro de pele clara no Brasil, discutindo sobre o mito da democracia racial e a divisão entre pretos e pardos.

Iniciamos por uma breve discussão em torno da mestiçagem e seu papel na concepção de uma alegada identidade nacional, contraditória e estrategicamente desconectada da identidade negra. Em um segundo momento, examinamos os limites e alternativas do *YouTube* como esfera pública. Em seguida, desenhamos um percurso para uma análise decolonial de construção de identidades negras, partindo das propostas de Stuart Hall (2016) e Bell Hooks (2019), articuladas a estudos de Carla Akotirene (2019), Luiz Rufino (2019) e Muniz Sodré (2017) sobre Exu enquanto epistemologia e sensibilidade analítica. Dada à privação histórica dos sujeitos negros em construir discursos a partir de suas próprias fontes epistêmicas, defendemos que Exu, enquanto sensibilidade analítica, surge como emancipador do corpo-encruzilhada do negro, privilegiando suas próprias elaborações.

A categoria “negros de pele clara” emerge das falas dos próprios *youtubers* a serem pesquisados. Especificamente, estão sendo observados/analizados na pesquisa três canais que produziram vídeos nos quais questões em torno do negro de pele clara foram diretamente

abordadas: Afros e Afins,<sup>3</sup> de Nátaly Neri; Muro Pequeno,<sup>4</sup> de Murilo Araújo; e Spartakus Santiago,<sup>5</sup> que leva o nome de seu apresentador. Constantemente interpelados por um debate corrente nas redes sociais, esses *youtubers* se posicionam a respeito da identificação como negros, ações afirmativas e racismo. Ressaltamos que este artigo não traz, em si, as análises propostas pelo projeto de pesquisa, mas tenta apresentar, de modo sucinto, as bases teóricas sobre as quais se pretende trabalhar futuramente.

## O MITO DA DEMOCRACIA RACIAL E A DIVISÃO ENTRE PRETOS E PARDOS

Pardo é uma classificação utilizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) que, junto com preto, compõe o grupo racial negro no censo demográfico. O termo tenta apreender uma faixa intermediária entre os fenótipos preto e branco (IBGE, 2013). Mas, como veremos, é uma categoria sem limites definidos e herança de um esforço teórico e político para desarticulação dos movimentos de resistência negra. Resultado dos processos de miscigenação, a falta de precisão para definir os chamados pardos evidencia a instabilidade de “negro” enquanto significante e sinaliza a insuficiência do critério de cor para compreender as complexidades socioculturais que operam na construção da identidade étnico-racial negra no Brasil. Ser negro, no contexto brasileiro, depende de uma leitura social que pode variar de região para região. O pardo lido como negro no Sul pode ser lido como branco na Bahia, a depender de suas características físicas

---

3 Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCjivwB8MrrG-CMlIuoSdKrQg>. Acesso em: 11 ago. 2020.

4 Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCnQvEAzKAnc5l-z0h6qwPL-w>. Acesso em: 11 ago. 2020.

5 Disponível em: <https://www.youtube.com/user/sparpotter>. Acesso em: 11 ago. 2020.

(IBGE, 2013). Deste modo, situa-se a negritude numa esteira discursiva que funciona na cultura, em vez de ser determinada somente pelas características fenotípicas dos sujeitos assim classificados.

A miscigenação no Brasil tem início no período colonial. Além da exploração da mão de obra, as mulheres africanas escravizadas também eram estupradas e prostituídas por seus senhores. Este domínio sobre o corpo das mulheres negras segue até o fim do regime escravocrata e dá origem às primeiras pessoas de cor intermediária entre as mães pretas e os pais brancos. É importante demarcar como se deu este processo para desmistificar a ideia de que a miscigenação, na história brasileira, ocorreu a partir de laços de afeto e de maneira harmônica (NASCIMENTO, 2016).

No final do século XVIII, com o crescimento das populações preta e parda, fortalece-se uma preocupação da elite intelectual brasileira com a identidade nacional, fruto do que Abdias Nascimento chamou de medo do avanço da mancha negra (2016). Kabengele Munanga (2019), em *Rediscutindo a mestiçagem no Brasil*, traça o desenvolvimento do pensamento eugenista brasileiro lastreado em teorias pseudocientíficas, as quais defendiam, além da inferioridade do negro em relação ao branco, sua natural impossibilidade de acompanhar o progresso civilizatório. Essas teorias também previam o gradual desaparecimento da população negra por meio da miscigenação e alta mortalidade advinda das condições precárias de existência.

Para resolver o problema da identidade nacional e, ao mesmo tempo, obliterar o racismo e as desigualdades que fundam a história do país, Gilberto Freyre, com *Casa Grande & Senzala* (1946), notabiliza-se como um dos principais patrocinadores da concepção do chamado mulato como símbolo da identidade brasileira. O termo, porém, é considerado pejorativo e é refutado pelos movimentos negros brasileiros por questões linguísticas e culturais (SILVA, 2018):

- 1) linguístico – derivação de “mulus”, do latim, atualizado por “mula”, o animal que surge da cópula de duas raças diferentes

— o asno e a égua, que, no século XVI, derivou-se na América hispânica para ‘mulato’ como uma analogia ao caráter híbrido do animal, considerado uma raça inferior já que não possui a possibilidade da reprodução; e 2) cultural — a falsa impressão de democracia racial que há no país, associado à representação da mulher negra ou mestiça através do corpo branqueado e hiperssexualizado.

O mulato e a mulata encarnariam o lusotropicalismo, a morenidade, isto é, operariam como símbolos absolutos da harmonia entre as três raças originárias do povo brasileiro — negros, indígenas e brancos — como grande realização da colonização portuguesa nos trópicos (MUNANGA, 2019). Constrói-se, a partir de então, o mito da democracia racial.

Afastar a identificação dos pardos da condição de negros e afirmar seu pertencimento a uma suposta raça tipicamente brasileira, é, segundo Lélia Gonzalez (1982), reforçar a ideia de um negro único, um bloco monolítico, e negar que, desde a chegada dos primeiros africanos ao Brasil, havia uma considerável diversidade étnica e cultural dos povos sequestrados e escravizados. É, também, ocultar a realidade violenta à qual foram e são assujeitados esses indivíduos.

A cisão entre pardos e pretos é alimentada estrategicamente para desarticular possíveis movimentos de insurreição do povo negro. O pardo sempre esteve à margem das vantagens conferidas aos que se enquadram na brancura normativa. Embora possa-se pensar em termos de um “entre lugar”, como elucidam Santos e Falcão (2019), isto é, uma dualidade de pertencimento simbólico que pode variar com a tonalidade da pele, notadamente esses sujeitos estão historicamente muito mais próximos do preto que do branco, uma vez que o racismo, no Brasil, é um racismo de marca étnica/racial, ou seja, fenotípico. A esse respeito, Abdias Nascimento esclarece:

Um brasileiro é designado preto, negro, moreno, mulato, crioulo, pardo, mestiço, cabra — ou qualquer outro eufemismo; e o

que todo o mundo compreende imediatamente, sem possibilidade de dúvidas, é que se trata de um homem-de-cor, isto é, aquele assim chamado descende de africanos escravizados. Trata-se, portanto, de um negro, não importa a gradação da cor de sua pele. (NASCI-MENTO, 2016, p. 48).

Muniz Sodré (2015), em *Claros e Escuros*, ressalta que, embora saiba-se que o conceito de raça é biologicamente infundado, não se pode deixar de tomá-lo como categoria sociológica fundamental para entender o lugar do negro na sociedade brasileira. A criação discursiva do negro como classificação de um grupo de seres humanos, o estabelecimento de um mesmo e de um Outro, tomando como norma o branco europeu e invalidando tudo o que está fora deste parâmetro, é o terreno onde se estrutura o mal-estar civilizatório chamado racismo, velado sob a alegação de uma brasilidade pacífica (SODRÉ, 2015).

A identidade negra deve ser pensada, então, não como “naturalmente posta, integral, originária e unificada, mas como uma construção, como um processo nunca completado” (HALL, 2000). Em consonância com essa compreensão, Munanga ressalta a importância de entender a “negritude enquanto categoria sócio-histórica, e não biológica, pela situação social do negro num universo racista” (MUNANGA, 2012). É deste contexto histórico que emergem as discussões elaboradas pelos youtubers a serem analisados. É na busca por essa disputa pela autodefinição, pela autonomia do negro em elaborar e informar sua própria identidade, de posicionar sua luta dentro de um sistema discursivo, que se pretende realizar as análises propostas.

## YOUTUBE E ESFERA DA VISIBILIDADE PÚBLICA

Um caminho para pensar sobre o *YouTube* como plataforma que sirva de território democrático de produção e circulação de sentidos sobre negritude é mirar o conceito de esfera pública. Habermas (2003) estuda como a concepção de esfera pública muda no decorrer

do tempo. Está sempre relacionada à organização social em dado período, isto é, à ideologia dominante, sistema econômico e situação política. O autor estabelece uma diferença entre esfera pública e opinião pública, e também destaca a primeira dos organismos governamentais. A esfera pública, segundo ele, deve ser acessível a todos e livre de controles de qualquer tipo, funcionando como espaço onde se raciocine publicamente, não restrita a camadas específicas, mas exercendo o papel de propiciar diálogos que deem conta de pensar a própria sociedade. Habermas reconhece, no entanto, o crescimento de certa perversidade constitutiva da esfera pública, justamente pela colonização do mundo da vida por forças engendradas pela ideologia que sustenta as formas de poder. A esfera pública passa por transformações na modernidade em virtude do modo como se atuam os meios de comunicação de massa e, na contemporaneidade, as disputas por espaço na esfera pública são cada vez mais acirradas, pois todo o processo de “negociação” social passa hoje pela comunicação midiática, de forma a gerar debate na esfera pública acerca dos interesses, necessidades e posicionamentos dos diferentes atores sociais (GOMES, 2003).

Fuchs (2015), ao refletir sobre a possibilidade de as mídias sociais constituírem uma espécie de esfera pública na contemporaneidade, insere uma pergunta fundamental: “Quem é dono das plataformas de internet? Quem é o dono da rede social?” (2015, p. 8). Ele discute os modelos de negócio sobre os quais estão sustentadas as mídias sociais, dando destaque à pouca clareza de suas estruturas, à manipulação de dados pessoais e discute a importância de mídias sociais alternativas.

O *YouTube*, então, nem é livre de controle — já que funciona dentro de uma lógica de produção de capital por meio do manuseio de dados dos usuários, publicidade, algoritmos, estando sob o domínio de grandes corporações — e nem é acessível a todos da mesma forma. O que não significa dizer que não tenha importância como espaço de debate público, sobretudo considerando que se trata de mais uma plataforma que constitui o ambiente comunicacional virtual, compondo

uma espécie de esfera pública contraditória. Scherer-Warren (2006), investigando as contradições e as potências das redes sociais, percebe como esses espaços funcionam como territórios virtuais potentemente vinculados à tessitura social, cumprindo papel considerável na relação com os movimentos sociais. Contudo, há aqui questões relativas ao acesso à internet, às condições materiais para fazê-lo, ou seja, um contexto socioeconômico que, não é preciso dizer muito, colide com a realidade da população negra brasileira.

Dijck, Poell e Wall (2018) discorrem sobre a importância de pensar as plataformas digitais on-line sob um ponto de vista geopolítico, ou seja, considerando que a maioria delas é estadunidense, por exemplo, além de chamarem a atenção para as estruturas centralizadas e estrategicamente opacas dessas plataformas para os usuários. Considerando este cenário, surgem implicações políticas, sociais e econômicas fundamentais, se ponderarmos que as atividades *on-line* moldam a maneira como vivemos e como a sociedade está organizada.

Rocha (2020), ao recorrer a estudos culturais britânicos e latino-americanos, insere a percepção da plataforma de compartilhamento de vídeos YouTube como integrante da indústria cultural, pois, ao lado de seu perfil participativo, por meio do qual seus usuários são convocados a produzir conteúdos próprios, esta produção também incorpora linguagens e estratégias comerciais manuseadas pelas corporações midiáticas tradicionais. A plataforma, portanto, deve ser entendida como um negócio, inserido em uma lógica comercial, e como território importante de produção e consumo de bens culturais.

Se pensarmos no circuito da cultura apresentado por Hall (2016), entenderemos como identidade e representação estão ligadas ao consumo, à produção e à regulação. O *YouTube*, no caso deste artigo, emerge como território onde essas esferas se entrelaçam em relações de interdependência. Por isso, é insuficiente olhar para a plataforma pelo viés de um alegado acesso democrático, e se torna imperativo perceber de que modo ela está situada no interior de uma lógica sustentada por sistemas hegemônicos de produção cultural. Os *youtubers*

negros estão, ao mesmo tempo, atuando dentro desse sistema e funcionando como sujeitos de contranarrativas na disputa de significados sobre negritude. É a partir desta percepção conjuntural que se pretende realizar as análises propostas.

## IDENTIDADE NEGRA, REPRESENTAÇÃO E EXU

Para analisar como *youtubers* negros de pele clara constroem suas identidades negras no YouTube, utilizamos a elaboração feita por Stuart Hall (2016), segundo a qual representação é pensada como uma prática de produção de significados. Para ele, é importante compreender que existem sistemas de representação plenos de ambiguidades e disputas nos domínios da cultura, com profundas implicações políticas. Segundo Hall (2000), é dentro do trabalho da representação que a identidade é construída. Dessa maneira, a identidade não é algo fixo, mas um processo, estando sempre em construção. Qualquer tentativa de fixar seu significado corre o risco de incorrer em estereotipagem.

A feminista negra Bell Hooks (2019) demarca o papel da representação na constituição da identidade de homens e mulheres negros. Para ela, a construção da identidade se dá dentro e fora da representação, isto é, tanto na possibilidade de produzir narrativas que possibilitem ao negro falar de si como, por meio dessas narrativas, oferecer alternativas de identificação, vias para a concepção de novos sujeitos.

É neste sentido que propomos uma análise de representação desde um olhar decolonial. Como desenvolve Quijano (2005), é o colonialismo que inaugura raça, em seu sentido moderno, como um dos principais sistemas de classificação universal da diferença. Portanto, para refletir acerca da identidade negra brasileira é necessário pensar como Mignolo (2008), que defende a busca de trilhas alternativas à da epistemologia eurocêntrica, não por meio da negação da tradição ocidental, mas estabelecendo diálogos com referenciais oriundos de outras localizações geopolíticas, sobretudo, do chamado Sul global.

Assim, propomos um entendimento do orixá Exu como sensibilidade analítica para a análise de representação. Muniz Sodré (2017) discute a existência de uma filosofia de diáspora, um sistema de pensamento conservado nos terreiros de candomblé que delinea um campo na cultura, fundado sobre crença e pensamento, constituinte de uma filosofia afro. A respeito de Exu, o autor apresenta o orixá como princípio dinâmico de todo o sistema simbólico nagô, presente, inclusive, na criação dos corpos. Para ele, o corpo e suas representações são “concebidos como um território onde se entrecruzam elementos físicos e míticos, coletivos e individuais, erigindo-se fronteiras e defesas” (2017, p. 130).

Carla Akotirene (2019) explica o papel de Exu na busca de uma epistemologia decolonial:

[...] Exu, divindade africana da comunicação, senhor da encruzilhada e, portanto, da interseccionalidade, responde como a voz sabedora de quanto tempo a língua escravizada esteve amordaçada politicamente, impedida de tocar seu idioma, beber da própria fonte epistêmica cruzada de mente-espírito. (2019, p. 20)

Podemos estabelecer uma relação deste argumento com Spivak (2010), que considera a construção teórica do Outro, a partir de um referencial eurocêntrico, como uma violência epistêmica caracterizada por uma definição do sujeito ocidental como detentor das narrativas privilegiadas sobre significados a respeito dele e do mundo.

Luiz Rufino (2019), ao propor uma pedagogia das encruzilhadas, enxerga o Novo Mundo como uma grande encruzilhada onde, através de Exu, podem surgir as sabedorias de fresta e o questionamento de um caminho único. Entendendo a colonialidade como “legado das desigualdades e injustiças produzidas pelo colonialismo europeu” (2019, p. 37), ele enfatiza o aspecto que recai sobre o caráter epistemológico, a imposição de paradigmas eurocêntricos do saber. Rufino defende a encruzilhada como perspectiva teórico-metodológica, território onde

Exu, ao determinar a concretude do mundo por meio da palavra, possibilita um reposicionamento do corpo, emancipando-o para rasurar determinações impostas pelo substantivo racial. Para o autor, o próprio corpo do negro é uma encruzilhada entre as imposições de uma lógica colonial e aquilo que nele vibra como potência e fonte de movimentos de resistência.

Kabengele Munanga (2020) nos explica que, para refletir sobre a identidade negra, é preciso reconhecer o fator histórico como central no processo de construção de uma identidade cultural. No contexto brasileiro, foi sobre este ponto que a colonização usou estratégias para destruir a memória coletiva dos escravizados. Utilizar Exu como sensibilidade analítica é, de certo modo, confrontar essa violência.

O que propomos, a partir das discussões apresentadas, é incorporar à análise das representações das identidades dos *youtubers* negros de pele clara uma epistemologia oferecida pela compreensão de Exu nos sistemas de pensamento afro-brasileiros. O propósito é estabelecer uma posição que considere, além da linguagem, instância privilegiada de análise, o papel da corporeidade nos vídeos, do uso das coisas, da maneira como os discursos surgem a partir da experiência/performance social dos corpos negros na sociedade brasileira.

Como vimos, o corpo negro foi onde se deu a primeira violência colonial, tanto no sentido físico, como nos sentidos ontológico e epistêmico, na elaboração deste corpo dentro de um sistema de pensamento que buscou subjuga-lo. A análise de representação aqui desenhada propõe dar voz aos que tiveram historicamente negado o direito de falar sobre si mesmos, de informar suas identidades, de corporificar com liberdade suas visões de mundo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS E PERSPECTIVAS

A partir dessas reflexões, o que podemos perceber é que a identidade negra, com base no que propõe Hall (2013), funciona como um significado flutuante, sempre em construção e disputa, nunca fixado.

Neste sentido, concordamos com Sousa (1983), tornar-se negro é um vir a ser. Para além do dado biológico, existe uma elaboração desses corpos e identidades na cultura. Os *youtubers* a serem analisados — Nátaly Neri, Murilo Araújo e Spartakus Santiago — narram, em diversos vídeos, o processo da autodescoberta como pessoas negras. Evidenciam, de certa maneira, o que Toren (1999) entenderia como uma tomada de consciência de si na tensão entre incorporação da história dos antepassados e as possibilidades de agência nessa mesma história, isto é, percebem perspectivas de construção e ressignificação intermináveis nos percursos de identificação.

Ser negro diz respeito a uma complexidade de fatores que extrapolam a ideia de negritude propagada no senso comum. A partir dos cabelos, das elaborações estéticas, do uso das coisas, da fabricação do gosto, das experiências individuais, dos posicionamentos políticos, esses sujeitos estão construindo noções próprias de suas negritudes e atualizando sentidos de ser negro. Murilo, por exemplo, se define como “uma bicha negra, cristão e militante [...] espalhando amor e veadagens por aí”.<sup>6</sup> Uma breve visita ao canal de Nátaly revela um esforço em denunciar o estereótipo da mulata, refletir sobre sua sexualidade e ensinar cuidados com os *dreads*, com a pele, além de dar dicas sobre como comprar roupas em brechós ou iniciar uma dieta vegana. Spartakus se apresenta da seguinte maneira: “Negro, nordestino e LGBT, usa sua voz pra fazer a diferença”.<sup>7</sup> Ele problematiza a relação entre a bicha negra e a solidão, explica referências de clipes e músicas de cantoras *pops* contemporâneas e conversa sobre autocuidado. Poderíamos, portanto, falar em uma certa dimensão performativa da identidade étnico-racial (MIZRAHI, 2019).

---

6 Disponível em <https://www.youtube.com/c/MuroPequeno/about>. Acesso em: 9 out. 2020.

7 Disponível em <https://www.youtube.com/c/spartakus/about>. Acesso em: 9 out. 2020.

A raça não é, por conseguinte, algo dado, natural, como insinuam os estereótipos repercutidos na mídia. O corpo-encruzilhada é justamente esse fenômeno vigiado e regulado por uma sociedade profundamente marcada pelo colonialismo, descobrindo frestas por onde possa jogar com as tentativas de aprisionamento físico e ontológico, se movimentando e desestabilizando as teias semânticas tecidas a seu respeito. É o jogar, o brincar com os significados que Exu, como sensibilidade analítica, nos permite observar. O que os *youtubers* mencionados sinalizam é que ser negro não resulta apenas de uma classificação feita desde uma leitura fenotípica, mas sim de uma escolha, realizada todo tempo, em reiterar essa condição, desafiando os sentidos negativos erigidos historicamente. Não negamos a realidade que vigia e pune esses corpos, mas questionamos a elaboração discursiva de um suposto lugar do negro e localizamos essa construção num campo de embate, de disputa.

Não há uma essência do que signifique ser negro, ao contrário do que disseram as epistemologias eugenistas. As identidades negras dos *youtubers* a serem analisados são atravessadas por identidades outras, de gênero, de sexualidade, de classe, entre outras. Na articulação com o processo histórico, de certo modo, em uma relação ancestral, há, ao mesmo tempo, um esforço desses indivíduos para se apropriarem de uma autonomia subjetiva que pretende não somente informar quem são, mas demonstrar a maneira como estão permanentemente constituindo a si mesmos em um movimento nunca finalizado e politicamente contra-hegemônico. E esse parece ser, com base em uma análise exploratória inicial dos canais a serem estudados, um sentimento presente na luta antirracista atual no Brasil. A criação das dobras mencionadas por Rufino (2019), pelas quais se disputam espaços para que o negro não seja convocado exclusivamente para falar sobre o racismo, por exemplo, busca vias de reivindicação da negritude como componente primordial de identidades muito mais complexas. Hall (2016) aponta nessa direção ao dizer que a representação é um campo de luta. E o *YouTube* é um dos territórios

onde essa disputa é colocada em jogo, regulada, aliada a sistemas de produção, circulação e consumo de bens culturais e, portanto, de sentidos e significados.

Buscamos rascunhar uma posição teórico-metodológica que destaca a autonomia do negro em informar sua identidade, demarcar seus interesses, marcar sua posição em um jogo de diferenças que tenta fixar sentidos sobre ele. Recorrendo a Spivak (2010), questionamos: o subalterno pode falar? E acrescentamos outra provocação: de que maneira Exu pode emancipar esses corpos para que eles se repositionem e lutem dentro desses sistemas do pensamento hegemônico, destacadamente, no YouTube? O negro de pele clara, enquanto corpo-encruzilhada, como sugere Rufino (2019), assume sua instabilidade, a característica sempre deslizando, escorregadia de sua identidade, ao mesmo tempo em que potencializa sua capacidade de confrontar as circunstâncias opressoras que a ele se impõem.

Exu, princípio dinâmico do universo, como explica Sodré (2017), mantém em movimento a identidade negra, pensada nos termos de Hall (2000) como constantemente em construção, e oferece a referência ancestral, histórica, que enfrenta o apagamento da memória do povo afrodescendente no Brasil, elemento fundamental para a concepção de uma identidade cultural, como desenvolve Munanga (2020).

# Referências

AKOTIRENE, Carla. **Interseccionalidade**. São Paulo: Sueli Carneiro; Pólen, 2019.

DIJCK, José; POELL, T.; WAAL, M. de. **The Platform Society**. New York: Oxford University Press, 2018.

FREYRE, Gilberto. **Casa grande & senzala**. São Paulo: José Olympio, 1946.

FUCHS, Christian. Mídias Sociais e a Esfera Pública. **Revista Contracampo**, Niterói, v. 34, n. 3, p. 5-80, mar. 2016.

GOMES, Wilson. Apontamentos sobre o conceito de esfera pública política. In: MAIA, R.; CASTRO, M. C. P. S. (orgs). **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

GONZALEZ, Lélia. **Lugar de negro**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1982.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HALL, Stuart. Quem precisa de identidade? *In*: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

HALL, Stuart. Raça, o significante flutuante. **ZCultural**, Ano 8, n. 02. Tradução: Liv Sovik. Disponível em: <http://revistazcultural.pacc.ufrj.br/raca-o-significante-flutuante%EF%80%AA/>. Acesso em: 10 out. 2020.

HALL, Stuart . **Cultura e Representação**. Rio de Janeiro: PUC-Rio: Apicuri, 2016.

HOOKS, Bell. **Olhares negros**: raça e representação. São Paulo: Elefante, 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Características étnico-raciais**: classificações e identidades. Rio de Janeiro, 2013.

MIGNOLO, Walter D. Desobediência epistêmica: a opção descolonial e o significado de identidade em política. **Cadernos de Letras da UFF**, Niterói, n. 34, p. 287-324, 2008. Dossiê: Literatura, língua e identidade.

MIZRAHI, Mylene. As políticas dos cabelos negros, entre mulheres: estética, relacionalidade e dissidência no Rio de Janeiro. **Mana**, v. 25, n. 2, p. 457-488, 2019.

MUNANGA, Kabengele. **Rediscutindo a mestiçagem no Brasil**: identidade nacional versus identidade negra. 5. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2019.

MUNANGA, Kabengele. **Negritude**: usos e sentidos. 4. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2020.

NASCIMENTO, Abdias do. **O genocídio do negro brasileiro**: processo de um racismo mascarado. 3. ed. São Paulo: Perspectivas, 2016.

QUIJANO, Anibal. Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina. In: LANDER, Edgardo (org.). **A colonialidade do saber**: eurocentrismo e ciências sociais. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales-CLACSO, 2005.

ROCHA, Fregona Camila. **Oi, meus amores! O cotidiano em narrativas femininas no YouTube**. Dissertação. (Mestrado em Comunicação e Territorialidades) — Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2020.

RUFINO, Luiz. **Pedagogia das encruzilhadas**. Rio de Janeiro: Mórula, 2019.

SANTOS, Kywza Joanna Fideles Pereira dos; FALCÃO, Carolina Cavalcanti. Que negros e negras são esses(as) do Youtube? Pensando a negritude e as formas de identidade a partir das narrativas exemplares. In: **Revista ECO-Pós**. Rio de Janeiro, v. 22, n. 1, p. 452-473, 2018. Disponível em: [https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco\\_pos/article/view/20378](https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/20378) . Acesso em: 10 out. 2020.

SCHERER-WARREN, Ilse. Redes sociais na sociedade da informação. In: MAIA, R.; CASTRO, M. C. P. S. (Orgs.). **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

SILVA, Liliam Ramos da. Não me chame de mulata: uma reflexão sobre a tradução em literatura afrodescendente no Brasil no par de línguas espanhol-português. **Trabalhos em Linguística Aplicada**, Campinas, v. 57, n. 1 p. 71-88, jan.-abr. 2018.

SODRÉ, Muniz. **Claros e escuros**: identidade, povo, mídia e cotas no Brasil. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

SODRÉ, Muniz. **Pensar nagô**. Petrópolis: Vozes, 2017.

SOUSA, Neusa Santos. **Tornar-se negro**: as vicissitudes da identidade do negro brasileiro em ascensão social. Rio de Janeiro: Graal, 1983.

SPIVAK, Gayatri Chakravorty. **Pode o subalterno falar?** Belo Horizonte: UFMG, 2010.

TOREN, Christina. **Mind, materiality and history**: explorations in fijian ethnography. London/New York: Routledge, 1999.

# *Rupturas no campo audiovisual brasileiro: um emergente cinema negro*

*Adriano Monteiro*

*Daniela Zanetti*

Na última década vimos que algumas políticas públicas brasileiras de fomento para o setor audiovisual alcançaram resultados inéditos em escala de produção. Vimos também um país que passou por transformações sociais, históricas, políticas e econômicas, o que se refletiu também nas produções artísticas. Um dos propósitos da pesquisa<sup>1</sup> que fundamenta este artigo foi compreender a inserção do sujeito negro no campo audiovisual brasileiro, uma vez que este

---

1 Dissertação Os territórios simbólicos do Cinema Negro: Racialidade e relações de poder no campo audiovisual brasileiro (2017), de Adriano Monteiro, produzida no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo, com bolsa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). Disponível em: [https://repositorio.ufes.br/bitstream/out.6931/1/tese\\_11483\\_Adrriano%20Monteiro\\_Disserta\\_o%20-%20Corre\\_o%20Final.pdf](https://repositorio.ufes.br/bitstream/out.6931/1/tese_11483_Adrriano%20Monteiro_Disserta_o%20-%20Corre_o%20Final.pdf)

território historicamente se constituiu a partir do racismo estrutural (ALMEIDA, 2019), o lugar da invisibilidade dos corpos negros e dos estereótipos. Por outro lado, há uma emergente produção de jovens realizadores negros e negras requerendo esse espaço de reconhecimento, que foi negado a seus antecessores, e também reivindicando a legitimidade de um tipo de cinema, acirrando ainda mais as disputas do campo: o cinema negro.

O cineasta e pesquisador Joel Zito Araújo<sup>2</sup> concorda que de fato há hoje uma situação inédita que configura um movimento de cinema negro. Ele cita como exemplo o “Encontro de Cinema Negro Zózimo Bulbul – Brasil, África Caribe e Outras Diásporas”,<sup>3</sup> o maior festival de cinema negro do país, criado pelo ator e cineasta Zózimo Bulbul, como um espaço de promoção e divulgação desta filmografia negra contemporânea. Trata-se de um agente que impulsionou e fortaleceu essa produção dos últimos anos, visto que aumentaram de forma considerável as inscrições das últimas edições do evento. “A grande mudança, passados quinze anos, foi o aparecimento de uma geração negra jovem fazendo cinema e querendo fazer um cinema negro, e já fazendo muitas curtas”, destaca Joel Zito. Para ele, isso constitui uma cena, considerando mais realizadores envolvidos no campo audiovisual atualmente. “Nós temos um movimento de cinema negro. Naquele período você tinha alguns artistas negros levantando a bandeira, hoje você tem um movimento”.

O otimismo apresentado pelo cineasta decorre das produções de vários jovens realizadores afro-brasileiros, alguns, inclusive, já com

---

2 Em entrevista concedida a Adriano Monteiro em 23 de Julho de 2015, em Belo Horizonte. (Não publicada).

3 O Encontro de Cinema Negro Zózimo Bulbul – Brasil África Caribe e Outras Diásporas foi fundado pelo cineasta e ator Zózimo Bulbul. A primeira edição foi realizada em novembro de 2007. O evento é uma das diversas atividades promovidas pelo Centro Afrocarrioca de Cinema criado por Zózimo a fim de promover o cinema produzido pelos realizadores negros e negras do Brasil e das diásporas. Disponível em: <http://afrocariocadecinema.org.br/>. Acesso em:

destaque nacional e outros com participações em festivais internacionais, como André Novais Oliveira, Ana do Carmo, Diego Paulino, Gabriel Martins, Glenda Nicácio, Renata Martins, Sabrina Fidalgo, Viviane Araújo, Vinícius Silva, Yasmin Thayná, entre outros. A ascensão desses agentes no campo cinematográfico brasileiro faz emergir um cinema que tem como característica uma pluralidade estética e narrativa, o que nos leva a conceber uma perspectiva de negritude, que sobrepõe um debate essencialista do mesmo, mas reconhecendo a multiplicidade dos processos de subjetividade do *ser* negro enquanto sujeito social.

Diante deste cenário, o presente artigo apresenta reflexões resultantes da investigação que buscou delimitar e caracterizar um subcampo de produção audiovisual brasileiro denominado cinema negro, identificando agentes e dinâmicas internas na constituição deste campo. Como parte da metodologia, além de pesquisa histórica e revisão bibliográfica, foram realizadas entrevistas com quatro jovens cineastas: André Novais Oliveira, de Minas Gerais; Edson Ferreira, do Espírito Santo; Larissa Fulana de Tal, da Bahia; e Viviane Ferreira, de São Paulo, todos representantes da nova geração de realizadores e realizadoras afro-brasileiros. Como a invisibilidade do negro em outros campos culturais, e na sociedade brasileira em geral, é refletida no campo cinematográfico? Que discursos hoje são articulados nesse campo que problematizam a relação entre o sujeito negro<sup>4</sup> e cinema, e quais são os agentes e instituições que acionam esses discursos? Que disputas de poder estão engendradas nesses espaços? Qual a

---

4 Conferir Andrews (1998, p. 21): O termo negro é utilizado neste trabalho de acordo com Andrews, que utiliza a categoria negro para se referir tanto “às pessoas de raça negra pura quanto aos mestiços de ancestralidade negra, chamados no Brasil de pretos (negros) e pardos (mulatos)”. Eventualmente, o conceito será substituído pelo termo afro-brasileiro. Segundo o autor, esta categorização se baseia na classificação atual que agrupa os negros e pardos sob o título de “negros”.

importância da afirmação do termo cinema negro? Essas foram algumas das questões que nortearam a pesquisa.

## TONS MAIS ESCUROS: NARRATIVAS NEGRAS E IDENTIDADE

Desde meados dos anos 1960, quando surgem os primeiros esforços para se identificar a configuração de um cinema negro no Brasil, a partir da questão da invisibilidade afro-brasileira na cinematografia nacional, é possível apontar um amadurecimento na questão, muito em função de reivindicações de cineastas, ativistas e pesquisadores negros. Como afirma Oliveira (2016), a autonomia deste cinema, ou seja, das representações negras no campo das imagens, está diretamente ligada à superação de todo tipo de barreiras na esfera de produção audiovisual. Nesse sentido, a autora assevera que o cinema negro no Brasil ainda é um “projeto em construção”. Carvalho e Domingues (2018) também afirmam que o cinema negro ainda é um conceito em construção ou, antes, em disputa. “Não apenas em função de seu caráter polissêmico, multivocal, aberto, com diferentes concepções formais e estilísticas, mas uma disputa em torno de como essa categoria analítica se conecta aos planos estético e político. Cinema Negro: processo e devir”. (CARVALHO; DOMINGUES, 2018, p. 12). No entanto, a historiadora e pesquisadora Janaína Oliveira destaca as obras *Kbela* (2015) de Yasmin Thayná, e *Cinzas* (2015) de Larissa Fulana de Tal, como exemplos de um processo que já indicava o início de um novo “ciclo” de produções, no qual outras vozes negras invisibilizadas, como das mulheres e LGBTQI+, entram em disputa.

Em geral, muitas produções ainda orbitam no campo da invisibilidade, exceto algumas que alcançam maior reconhecimento em festivais e mostras, sendo obras que representam uma resistência no campo, como o já citado curta-metragem *Kbela* (2015), da realizadora carioca Yasmin Thayná. A obra resultou em grande reconhecimento de sua diretora, pelo modo como inovou na representação de corpos

negros femininos. De certo modo, podemos considerar um marco neste novo momento da cinematografia negra brasileira em termos de produções, debates e reflexões que suscitaram nos últimos anos. A diretora seguiu sua carreira transitando por várias plataformas e mídias. Ganhou notoriedade por ser idealizadora da plataforma de conteúdos audiovisuais Afroflix,<sup>5</sup> lançou seu segundo curta-metragem *Fartura* (2019), o curta-documentário *Sorriso rei* (2020), roteirizou a animação para o clipe do rapper Emicida com participação de Ivete Sangalo<sup>6</sup>, dirigiu a live-show do sambista Xande de Pilares, e atualmente é apresentadora do programa Cineclubes Futura, no Canal Futura.

Entretanto, o cenário atual apresenta indícios de um emergente cinema negro em consolidação, distanciando-se da realidade de décadas passadas, quando havia apenas um “projeto” de cinema negro em construção. Na edição especial número 40 da revista de cinema brasileira *Filme Cultura*, que traz o tema “O Negro no cinema Brasileiro”, o jornalista e pesquisador João Carlos Rodrigues (1982) elaborou uma lista de filmes em que já se delineava essa problemática. A metodologia utilizada foi a seguinte: selecionar filmes em que o negro não necessariamente era o protagonista, mas exercia um papel relevante para o enredo da história. Excluiu, por outro lado, as comédias interpretadas por atores negros, como *Grande Otelo*, *Chocolate*, *Gasolina*, *Mussum*, e produções que abordassem aspectos da cultura afro-brasileira, mas que a história não fosse centrada no negro, como, por exemplo, *O amuleto de Ogum* (Nelson Pereira dos Santos, 1974). Rodrigues (1982) destacou as obras que eram dirigidas por diretores negros, curtas ou longas-metragens. O resultado foi surpreendente: um total de apenas 101 filmes. O primeiro filme é *A vida de João Candido*, de 1910, de autor desconhecido, e finaliza com

---

5 Disponível em: <http://www.afroflix.com.br/>. Acesso em: 15 dez. 2020.

6 Clipe Emicida e Ivete Sangalo: Trevo, figuinha e suor na camisa. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=pW5\\_20zAnB8](https://www.youtube.com/watch?v=pW5_20zAnB8) Acesso em: 15 dez. 2020.

*Egungun*, de Carlos Blajsblat, de 1982. Da lista, apenas sete são de diretores negros, sendo um deles nigeriano. São eles: Haroldo Costa (*Pista de grama*, 1958), Odilon Lopes (*Um é pouco, dois é bom*, 1970), Zózimo Bulbul (*Artesanato do Samba*, 1975; *Alma no Olho*, 1976; *Dia da alforria (Aniceto)*, 1981), Waldir Onofre (*As aventuras amorosas de um pandeiro*, 1976; *Quarta-feira*, 1978; *Clóvis no carnaval da Zona Oeste*); Antonio Pitanga (*Na boca do mundo*, 1978); Joaquim Teodoro (*Um crioulo brasileiro*, 1979); e o cineasta nigeriano Ola Balogun (*A deusa negra*, 1979). (RODRIGUES, 1982).

Carvalho (2006) ressalta que os estudos e pesquisas sobre cinema no país — incluindo também todos os discursos e políticas institucionais e governamentais para o setor — estão vinculados a uma agenda nacionalista. Questões de raça e gênero geralmente não são debatidas ou problematizadas, mas quando são “aparecem mediadas pelo crivo do nacional que funciona como baliza para as discussões” (CARVALHO, 2006, p. 29), embora seja possível perceber nos últimos anos que esses temas têm tensionado o campo. Entretanto, a observação do autor continua pertinente, uma vez que aponta para obstáculos ou barreiras nas relações entre agentes dentro do campo audiovisual. No material promocional relativo ao aniversário de quinze anos da Agência Nacional de Cinema (ANCINE),<sup>7</sup> este viés nacionalista continua presente no discurso oficial sendo, portanto, coerente com a estrutura de poder que ele representa:

O brasileiro precisa e quer se ver mais nas telas, se reconhecer no que assiste. O audiovisual é um importante elemento de valorização da identidade nacional brasileira. É preciso que tenhamos sempre todos os sotaques, todos os olhares do Brasil, expressos nos filmes e séries, para que os brasileiros possam se conhecer melhor e se reconhecer em qualquer parte do país. (ANCINE, 2017).

---

7 Disponível em: <https://www.uol/entretenimento/conteudo-publicitario/ancine-audiovisual-brasileiro.htm#imagem-1> Acesso em: 10 fev. 2017

Entretanto, ao examinar as 143 produções cinematográficas lançadas em 2016,<sup>8</sup> ou mesmo as obras produzidas desde a criação da Agência, esta ideia de “valorização da identidade nacional” nem sempre condiz com a realidade. Na pesquisa *A cara do cinema nacional: perfil de gênero e cor dos atores, diretores e roteiristas dos filmes brasileiros (2002-2012)*,<sup>9</sup> publicada em julho de 2014 e realizada pelo Grupo de Estudos Multidisciplinares de Ação Afirmativa (GEMAA), do IESP-UERJ, foram analisados filmes de longa-metragem de maior bilheteria no país entre os anos de 2002 a 2012, totalizando 218 produções, com o objetivo era averiguar como se manifesta a diversidade de cor e identidade de gênero nesse campo.

A pesquisa apontou que dos filmes analisados, 84 % dos diretores são homens e brancos, 13 % de diretoras são mulheres de cor branca e apenas 2 % dos diretores são homens e negros. Não foi identificada nenhuma diretora mulher e negra. Entre a função de roteirista, segue a discrepância: homens de cor branca representam 74 % das produções, enquanto mulheres de cor branca ocupam 26 % dos cargos e apenas 4 % dos roteiristas são homens negros. Novamente, entre os filmes analisados não há mulheres negras na função de roteirista. E a desigualdade se mantém quando os dados se referem à presença de atores e atrizes nas produções cinematográficas analisadas.

Na categoria elenco principal, novamente o homem branco aparece na frente com 45 %, mulheres brancas corresponde a 35 % dos filmes. O ator negro está presente em 15 % das produções, enquanto, a mulher negra em apenas 5 % de mais de duzentos filmes analisados. Ou seja, de acordo com a pesquisa, 80 % do elenco dos filmes de maior bilheteria entre os anos 2002 e 2014 era branco. De uma maneira

---

8 Informe de Acompanhamento do Mercado – Informa Anual Preliminar 2016. Disponível em: [http://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/publicacoes/pdf/informe\\_anual\\_preliminar\\_2016.pdf](http://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/publicacoes/pdf/informe_anual_preliminar_2016.pdf).

9 <http://gema.iesp.uerj.br/infografico/infografico1/> Acesso em: 15 dez. 2020

geral, os negros só apareceram em 31 % dos filmes. De acordo com os autores da pesquisa, a partir do momento que um grupo social detém o monopólio de produção da cultura *mainstream*, “ela tende a espelhar as características e visão de mundo dessas pessoas, tal como propõe o conceito de ‘branquitude normativa’” (CANDIDO; DAFLON; FERES JÚNIOR, 2015). Ao analisar o local de moradia de personagens pretos e pardos inferior a quatorze anos, foram identificados quarenta personagens. Três não possuem informações sobre moradias. Dos trinta e sete personagens restantes, 48 % deles são moradores de favelas, 21 % moram na rua, 11 % em pequenas propriedades rurais, 8 % no subúrbio ou periferia, 5,4 % em quilombos, 2,7 % em cortiços e 2,7 % em fábricas. Nenhuma das personagens mora em casas, apartamentos ou em condomínios. “A ausência de personagens com outras situações de moradia sinaliza que esses pretos e pardos crianças e pré-adolescentes estão sendo representados conforme um estereótipo” (CANDIDO; DAFLON; FERES JÚNIOR, 2015).

Em seu estudo sobre o negro no cinema brasileiro, Rodrigues (2011) elencou treze estereótipos de personagens negros que convencionalmente são encontrados na cinematografia nacional: Preto Velho, Mãe Preta, Mártir, Negro de Alma Branca, Nobre Selvagem, Negro Revoltado, Negão, Malandro, Favelado, Crioulo Doido, Mulata Boazuda, Musa, Afro-Baiano. Embora Stam (2008) reconheça o esforço da tipologia criada por Rodrigues (2011), considerando-a muito informativa, o teórico norte-americano afirma que ela carece de definição e, muitas vezes, sofre com a redundância. “Na prática, é frequentemente difícil distinguir o ‘bom selvagem’ do ‘negro de alma branca’, enquanto o malandro, o favelado e o crioulo doido muitas vezes se fundem” (STAM, 2008, p. 464).

Na busca de superação de narrativas que ainda mantém os negros subjugados e localizados nos estratos mais baixos da sociedade, o esforço dos atuais realizadores negros e negras tem sido o de desconstruir tais estereótipos ou caricaturas no cinema brasileiro, considerando que “[...] os estereótipos possuem a clara função de controle

social; indiretamente, eles racionalizam e justificam as vantagens dos detentores do poder social” (STAM, 2008, p. 456). As narrativas do cinema negro surgem como uma possibilidade de contra narrativa, estabelecendo quebra de paradigmas ao deslocar o eixo dos referenciais estéticos e da linguagem cinematográfica para uma perspectiva afrocêntrica, cada vez mais presente nas obras contemporâneas, como aponta (OLIVEIRA, 2016).

## NOVOS AGENTES, TENSÕES E NOVAS CONFIGURAÇÕES DO CAMPO

Do mesmo modo como a invisibilidade de negros e negras é um aspecto evidente no que se refere à representação e a representatividade em obras cinematográficas, isso também caracteriza a estrutura interna do campo audiovisual, considerando que no modelo brasileiro de produção, boa parte das decisões de um filme está sob a responsabilidade do diretor e dos produtores, aos quais cabem as decisões de ordem criativa ou burocrática (CARVALHO, 2005; SENNA; 1979).

A partir da teoria dos campos do sociólogo Pierre Bourdieu, a pesquisa dedicou-se a compreender os modos de inserção de realizadores negros nas dinâmicas internas do campo audiovisual brasileiro, ou seja, o modo como diferentes agentes e instituições representativas desses cineastas atuam num *espaço estruturado de posições*. Que impactos e consequências geram essas tomadas de posição no campo audiovisual brasileiro e sua relação com os demais agentes e instituições do campo, principalmente no que se refere à dimensão simbólica? Temos, de um lado, cada vez mais cineastas negros disputando espaço no mercado cinematográfico; de outro, numa dimensão simbólica, a mobilização desses agentes na afirmação e consolidação de um cinema negro. Trata-se de um cenário catalisador de tensões que coloca estruturas veladas de exclusão em cheque e em evidência. Wacquant (2005) explica que o campo artístico ou campo de produção cultural é um fenômeno surgido com a sociedade moderna e se

constitui como uma arena particular, isto é, um espaço estruturado de posições e tomadas de posição “onde os indivíduos e instituições competem pelo monopólio sobre autoridade artística na medida em que esta se autonomiza dos poderes econômicos, políticos e burocráticos” (WACQUANT, 2005, p. 117). O campo pode ser entendido como “espaço de relações de força entre agentes ou instituições que têm em comum possuir o capital necessário para ocupar posições nos diferentes campos” (BOURDIEU, 2005, p. 244). Segundo Bourdieu, todo tipo de campo possui uma luta entre agentes novos que pretendem adentrar e entre os agentes dominantes, dotado de capital (simbólico e/ou econômico), para manutenção de sua condição de poder nesse espaço estruturado de posições.

No contexto de reorganização do mercado cinematográfico nacional, em meados dos anos 1990, os primeiros prognósticos apresentavam sinais de otimismo. Temos as seguintes produções que marcaram aquele momento: Carlota Joaquina (Carla Carmurati, 1995), alcançou a marca de 1,5 milhão de espectadores; O quatrilha (Fábio Barreto, 1995), que além de ter feito uma boa bilheteria, foi indicado ao Oscar na categoria “Melhor Filme Estrangeiro”; O que é isso companheiro? (Bruno Barreto, 1997), indicado ao Oscar na categoria “Melhor Filme Estrangeiro”; e Central do Brasil (Walter Salles, 1998), um marco do cinema brasileiro, que alcançou a marca de 1,5 milhão de espectadores, ganhou diversos prêmios internacionais e duas indicações para o Oscar de “Melhor Filme Estrangeiro” e de Melhor Atriz”, para Fernanda Montenegro. Iniciava-se um novo ciclo no cinema brasileiro, o Cinema da Retomada (AUTRAN, 2011), quando a questão do racismo chega nesse campo, criando novas tensões.

Durante 10º Festival Internacional de Curtas-Metragens de São Paulo, em 1999, um grupo independente de cineastas negros de São Paulo se reuniu para discutir o tema. O encontro, organizado pelos cineastas Daniel Santiago e Jeferson De — que nesta edição do festival participava com seu filme *Gênesis 22* — contou com vários outros realizadores negros: Celso Prudente, Agenor Alves,

Ari Cândido, Noel Carvalho, Rogério Moura, Valter José, o poeta Arnaldo Conceição e Luís Paulo Lima. No ano seguinte, em 2000, na 11.<sup>a</sup> edição do Festival Internacional de Curtas-metragens de São Paulo, houve uma mostra dedicada a realizadores negros, e, em um dos debates, o cineasta Jeferson De apresentou o manifesto “Gênese do Cinema Negro Brasileiro”, mais conhecido como “Dogma Feijoada”. Fruto de seus questionamentos em relação à presença negra no cinema brasileiro ao longo de sua história, o documento reivindicava o protagonismo negro em diversos níveis no campo do audiovisual. Para a efetivação de um cinema negro, propunha algumas regras que visavam desconstruir e reconstruir uma imagem do negro no cinema nacional:

- 1) O filme tem que ser dirigido por um realizador negro;
- 2) O protagonista deve ser negro;
- 3) A temática do filme tem que estar relacionada com a cultura negra brasileira;
- 4) O filme tem que ter um cronograma exequível. Filmes-urgentes;
- 5) Personagens estereotipados negros (ou não) estão proibidos;
- 6) O roteiro deverá privilegiar o negro comum brasileiro;
- 7) Super-heróis ou bandidos deverão ser evitados. (CARVALHO, 2005, p. 96)

Inspirado no Dogma 95, grupo liderado pelo cineasta dinamarquês Lars von Trier, o “dogma brasileiro” causou polêmica especialmente devida à repercussão midiática. Para Carvalho (2005), o mérito do manifesto foi o de reascender o debate sobre o papel do negro no cinema nacional, tentando criar, “de forma direta, objetiva e rápida”, uma agenda mínima para pensar um cinema negro brasileiro: “No melhor sentido tropicalista, o Dogma Feijoada canibalizou o Dogma europeu e, de quebra, abriu a discussão sobre a possibilidade de um cinema feito por negros, sem rancor e queixas que caracterizam esse movimento” (CARVALHO, 2005, p. 97). No ano seguinte, em abril de 2001, durante a 5<sup>o</sup> edição do Festival de Cinema de Recife, atores, atrizes e realizadores negros e negras, em

mais um ato político em que se colocava em discussão a diversidade étnica no campo audiovisual brasileiro, redigiram o que foi denominado Manifesto de Recife. Antônio Pitanga, Antônio Pompeu, Joel Zito Araújo, Luiz Antônio Pillar, Maria Ceíça, Maurício Gonçalves, Milton Gonçalves, Norton Nascimento, Thalma de Freitas e Zózimo Bulbul foram alguns dos nomes importantes que assinaram o documento, que pontuava o seguinte:

- 1) O fim da segregação a que são submetidos os atores, atrizes, apresentadores e jornalistas negros nas produtoras, agências de publicidade e emissoras de televisão; 2) A criação de um fundo para o incentivo de uma produção audiovisual multirracial no Brasil; 3) A ampliação do mercado de trabalho para atrizes, atores, técnicos, produtores, diretores e roteiristas afros-descendentes. 4) A criação de uma nova estética para o Brasil que valorizasse a diversidade e a pluralidade étnica, regional e religiosa da população brasileira. (CARVALHO, 2005, p. 98-99).

De uma perspectiva histórica, esses dois movimentos foram vanguardas para a configuração do cinema brasileiro contemporâneo e as transformações que foram (e estão) ocorrendo, sendo ambos encabeçados por profissionais negros do audiovisual; são agentes sociais que reivindicavam novas formas de representação, uma abertura no mercado audiovisual para profissionais negros e uma categoria cinematográfica no campo cinematográfico nacional (CARVALHO, 2006). Representam uma ação política dentro do campo do audiovisual, demonstrações das lutas internas que agem no interior do campo (BOURDIEU, 2003; 2005). O grupo que organizou o manifesto paulista criou ainda o Cinema Feijoada, a partir do qual organizava mostras e debates, e o selo Dogma Feijoada, voltado para a produção cinematográfica. Essas iniciativas contribuíram para a ampliação do debate e o amadurecimento do cinema negro brasileiro,

proporcionando ainda ganho de capital simbólico para alguns desses profissionais e contribuindo para a ascensão de suas carreiras:

O grupo Cinema Feijoadá foi a primeira afirmação pública de diretores. O que dá maior importância uma vez que o modelo de produção brasileiro concentra poder de decisão nos diretores. Assim sendo, o manifesto do grupo, vai ao âmago das questões (inclusive raciais) que envolve a representação, que é, exatamente o de discutir de quem é o monopólio de construir representações de si, do seu grupo social e dos outros. (CARVALHO, 2005, p. 98).

Esses dois atos políticos representam tomadas de posição no interior do campo, lançando as bases para a formação de novos cineastas negros no Brasil e, portanto, uma maior atuação desses agentes no campo cinematográfico. Na conjuntura atual, realizadores negros e realizadoras negras, bem como outros profissionais e técnicos do audiovisual, promovem novos arranjos e articulações no campo ao se organizarem em coletivos ou associações. Como exemplo, citamos o Coletivo Siyanda, formado por jovens negros do Rio de Janeiro. Siyanda é uma palavra na língua Zulu que significa “Estamos Crescendo”, e também é título do primeiro curta-metragem do Coletivo, dirigido por Hugo Lima. O coletivo também tem no currículo a *websérie* documental *Negros Dizeres*. Na Bahia há dois grupos semelhantes: o Coletivo Bintou, formada somente por mulheres negras, e o Coletivo Tela Preta, criado por jovens negros do curso de cinema da Universidade do Recôncavo da Bahia. Eles já possuem no currículo os curtas-metragens *Canções de liberdade* (2013) e *O som do silêncio* (2017), dirigidos por David Aynan; e *Lápis de cor* (2014) e *Cinzas* (2015), de Larissa Fulana de Tal.<sup>10</sup> Há no Espírito Santo, o Coletivo Damballa, que lançou

---

10 Larissa Fulana de Tal é o nome artístico de Larissa Santos de Andrade. <http://www.cultura.ba.gov.br/2017/11/14646/Cultura-em-Movimento-Perfil-Larissa-Fulana-de-Tal.html> .

o primeiro curta-metragem, *Live* (Adriano Monteiro, 2020), e contribuiu para a implementação de políticas de ações afirmativas nos editais de Audiovisual da Secretaria de Estado da Cultura do Espírito Santo.

A iniciativa da criação da Associação dos Profissionais do Audiovisual Negro (APAN)<sup>11</sup> foi um importante marco para a constituição do subcampo do cinema negro. Uma das principais bandeiras da entidade é a reivindicação por políticas de ações afirmativas no campo audiovisual, tendo algumas das seguintes demandas: i) garantir a presença de profissionais negros em comissões de seleções de projetos audiovisuais tanto na iniciativa pública quanto na iniciativa privada; ii) garantir a presença de profissionais negros nas instâncias decisórias dos órgãos e empresas públicas e privadas do setor audiovisual; iii) fortalecer os espaços específicos dentro dos grandes festivais e no circuito alternativo para exibição do cinema negro, como política de formação de público; iv) garantir a representação de produções e realizadores negros nos espaços principais — nas telas e nos debates — dos grandes festivais como política de reconhecimento da excelência das obras e de seus profissionais; v) criar reserva de espaço pelas programadoras e distribuidoras para aquisição obrigatória de conteúdo produzido por empresas geridas por pessoas negras com foco em produção de conteúdo voltada para a população negra; vi) fortalecer uma política de formação que ofereça laboratórios para que pareceristas, críticos, dramaturgos, curadores, exibidores, programadores, distribuidores e realizadores possam compreender a diversidade de temas e possibilidades de abordagem e reconhecimento da subjetividade negra por meio da linguagem audiovisual.

É certo que a atuação da APAN, tal como a dos coletivos, acirra o ambiente de disputa do campo do audiovisual nacional, considerando a reivindicação por políticas de ações afirmativas em todas as áreas no setor audiovisual — ancorada principalmente na Lei de

---

11 Associação dos Profissionais do Audiovisual Negro. Disponível em: <https://associacaoapan.wixsite.com/apan> .

Cotas —, o que representa um avanço na consolidação do cinema negro brasileiro. Citamos como experiências positivas os editais Curta Afirmativo e Longa BO Afirmativo, de 2017, o último para filmes de longa-metragem de baixo-orçamento dirigidos por cineastas afro-brasileiros e/ou negros. Importante destacar ainda: i) mais jovens negras e negros se formando em cursos de cinema e audiovisual e, posteriormente, atuando na área, inclusive abrindo produtoras; ii) a formação de coletivos e cineclubes por realizadores e produtores culturais negros e negras; iii) a criação de canais em plataformas de vídeo *on-line* para a divulgação de conteúdos produzidos por novos realizadores de audiovisual;<sup>12</sup> e iv) um aumento de festival e mostras de cinema e audiovisual negro em várias partes do país, o que demonstra um crescimento do número de produções e de público.

No entanto, os exemplos dessas tensões no campo audiovisual brasileiro alargaram-se, atingindo outros níveis dentro desse *espaço estruturado de posições*. Um trabalho de formação de críticos negros também é consequência desse processo de transformação, avançando em ao menos dois aspectos nesse primeiro momento: na legitimação dessas novas imagens e discursos sobre o corpo negro e na desnaturalização de um tipo de representação racial, como fora em toda história do cinema brasileiro. Isso ficou expresso, por exemplo, no caso da exibição e debate do filme *Vazante* (2017), de Daniela Thomas, no 50º Festival de Brasília de Cinema Brasileiro, quando diversos críticos negros teceram questionaram a proposta discursiva e de representação do corpo negro do filme.<sup>13</sup>

---

12 Em novembro de 2020, a APAN inaugura sua plataforma *stream* para exibição e fomento de festivais/mostras *on-line* chamada Todes Play. Disponível em: <https://todesplay.com.br/> Acesso em: 16 dez. 2020.

13 Como a cineasta, centro da polêmica, possui maior capital simbólico no campo audiovisual brasileiro, a revista Piauí concedeu um espaço para ela contar a sua versão. Daniela Thomas escreve o seguinte artigo: O lugar do silêncio (4

## ATRÁS DAS CÂMERAS: DESAFIOS E ROMPIMENTOS

A importância de traçar um percurso biográfico — trajetória social — de agentes pertencentes a um campo colabora para a compreensão das posições desses agentes no campo e o modo como este se estrutura (BOURDIEU, 2005). A investigação, portanto, ancorou-se nos conceitos de capital (social, cultural e simbólico), *habitus*, trajetória social, e instâncias de reconhecimento e consagração, que estão entrelaçados a essa discussão, tendo como objetivo entender a lógica de funcionamento de um campo audiovisual, com suas leis próprias, agentes e instituições.

Os quatro cineastas entrevistados para essa pesquisa tinham idade entre vinte e quatro e quarenta e três anos, e iniciaram suas carreiras em períodos semelhantes. Um aspecto em comum é o fato de todos ainda trabalharem, na ocasião das entrevistas, em atividades alternativas ao ofício de diretor de cinema. As entrevistas abordaram os seguintes tópicos: inserção no campo cinematográfico, dificuldades na profissão, condições de produção das obras, políticas públicas, dimensão interna das obras (temas e engajamento racial), o conceito de cinema negro e preconceito e racismo. Como constatamos por meio da análise da trajetória dos cineastas entrevistados e do mapeamento do campo, o trabalho desses novos realizadores afro-brasileiros se caracteriza pela produção de curtas-metragens, embora alguns deles, ao longo deste período, tenham conseguido realizar seus primeiros trabalhos de longa-metragem, como mostrado na **Tabela 1**.

---

out. 2017). Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/o-lugar-do-silencio/>; e ao citar o nome do crítico negro Juliano Gomes, a revista concedeu a ele o direito de resposta. O crítico escreve o seguinte artigo: O movimento branco (19 out. 2017). Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/o-movimento-branco/>

Tabela 1: Cineastas e suas produções

André Novais Oliveira	Edson Ferreira	Viviane Ferreira	Larissa Fulana de Tal
<p><b>Curta-metragem:</b>  <i>Uma homenagem a Aluázio Neto</i> (2004)  <i>Fantasma</i> (2010)  <i>Domingo</i> (2011)  <i>Pouco mais de um mês</i> (2013)  <i>Quintal</i> (2015)  <b>Longa-metragem:</b>  <i>Ela volta na quinta</i> (2014)  <i>Temporada</i> (2018)</p>	<p><b>Curta-metragem:</b>  <i>Auroras de Ébano</i> (2005)  <i>Frames</i> (2008)  <i>Eles Ainda São</i>  <i>Belíssimos</i> (2009)  <i>Marcas da Vila</i> (2010)  <i>Senhor do tempo</i> (2012)  <i>Chamada a cobrar</i> (2020)  <b>Longa-metragem:</b>  <i>Entretornos</i> (2015)</p>	<p><b>Curta-metragem:</b>  <i>O dia de Jerusa</i> (2014)  <b>Longa-metragem:</b>  <i>Pessoas - Contar para Viver</i> (2019)  <i>Um dia com Jerusa</i> (2020)</p>	<p><b>Curta-metragem:</b>  <i>Lápis de cor</i> (2014)  <i>Cinzas</i> (2015)  <i>Senhoras de rua</i> (2018)  <b>Série de TV - Canal Futura</b>  <i>Diz Ai – Temporada Afro e Indígena</i> (2017/2018).</p>

Fonte: Os autores

A produção de longas-metragens de realizadores negros ainda se restringe a poucos nomes. Considerando as dificuldades no acesso às informações sobre as fichas técnicas de cineastas negros, nossa pesquisa identificou os seguintes diretores que dirigiram um longa-metragem a partir dos anos 2000: Daniel Santiago (*Coração do Brasil*, 2011); Emílio Domingues (*Favela é moda*, 2019; *Deixa na régua*, 2016; *A batalha do passinho*, 2013; e *L.A.P.A.*, 2008 — co-dirigido com Cavi Borges); Gabriel Martins (*Amanhã*, 2012; *No coração do mundo* — co-dirigido com Maurílio Martins); Jeferson De (*Bróder*, 2010; *O amuleto*, 2015; *Correndo atrás*, 2017; *M8: quando a morte socorre a vida*, 2020); Joel Zito Araújo (*A negação do Brasil*, 2000; *Filhas do vento*, 2004; *Cinderelas, Lobos e um Príncipe Encantado*, 2009; *Raça*, 2012; *Meu amigo Fela*, 2019; e *Pai de Rita* — previsão de lançamento 2021); Luiz Antônio Pilar e Anderson Quack (*Remoção*, 2014); Markus Konká (*Meninos da Guarani*, 2009); Rogério Moura (*Bom dia eternidade*, 2010); Rodrigo Fela (*Favela gay*, 2014); Camila de Moraes (*O caso do homem errado*, 2017); Glenda Nicácio e Ary Rosa (*Café com canela*, 2017; e *Ilha*, 2019); Raphael Barbosa e Werner Salles (*Cavalo*, 2020).

Em relação ao total de produções cinematográficas brasileiras, o montante de filmes de cineastas negros é reduzido. Dos 129

longas-metragens lançados em 2015 de acordo com o “Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro 2015”, identificamos somente um filme de um realizador negro, *O amuleto* (2015), de Jerfeson De. O anuário aponta ainda para um monopólio do poder para os portadores dos meios de produção. “Segundo o levantamento realizado pela da ANCINE, a parte dos títulos lançados em 2015 foi dirigida por não estreantes (71)” (ANCINE, 2016, p. 34). O que define a estrutura de um campo é a distribuição de capital, seja ele cultural, simbólico, etc., entre os diferentes ou diversos agentes engajados em determinado campo. “Cada campo é o lugar de constituição de uma forma específica de capital” (BOURDIEU, 2004, p. 26). Deste modo, o que constatamos a partir do levantamento da Ancine é que a concentração de poder continua nas mãos dos detentores de maior capital econômico e simbólico. Sobre essa questão, a cineasta Larissa Fulana de Tal comenta:

O país é extremamente racista estruturalmente e não pensa uma política para cineastas negros que mesmo tendo em sua maioria da população a gente tem uma minoria de realizadores negros e negras. E acho que é de fundamental importância pensar na permanência não só quanto edital, quanto ação, mas quanto política pública, e pensar uma nova estrutura de acesso e de processo, né? Porque, querendo ou não, o processo é burocrático. E várias outras problemáticas que têm com a burocracia, que é uma linguagem própria. [...] Quando pontuei a necessidade formativa é justamente pelo fato de compreender como funciona para acessar. Pois há uma linguagem própria; vamos dizer burocrática. (FULANA DE TAL, 2017, em entrevista a Adriano Monteiro)

A estrutura de um campo se configura como um estado de relação de forças entre os agentes ou instituições envolvidas na luta, ou seja, por distribuição de capital específico, uma vez que o acúmulo deste capital de lutas anteriores fornece condições de aperfeiçoamento nas estratégias para enfrentamentos posteriores.

De acordo com Bourdieu (2003), essa estrutura por onde manifestam as estratégias que almejam transformação está sempre em jogo, pois as lutas que têm no campo o seu local de manifestação visam à conservação ou subversão da estrutura de distribuição de capital específico – embora o sociólogo saliente que toda luta no campo está condicionada às regras do campo, ou seja, qualquer disputa no espaço estruturado de posições implica num acordo tácito entre os ocupantes:

Os que participam da luta contribuem para a reprodução do jogo contribuindo, mais ou menos completamente segundo o campo, para produzir a crença no valor das paradas em campo. Os novos que entram têm que pagar o direito de entrada que consiste no reconhecimento valor do jogo (a seleção e a cooperação prestam sempre muita a atenção aos índices da adesão ao jogo, do investimento) e no conhecimento (prático) dos princípios do funcionamento do jogo. (BOURDIEU, 2003, p. 121-122).

Há um processo de preservação da posição dos dominantes na estrutura de tomadas de posição, ou seja, aqueles que acumulam capital específico e prestígio estarão inclinados para estratégias de conservação (ortodoxia), enquanto os ocupantes marginalizados ou menos privilegiado de capital específico tenderão a adotar estratégias de subversão, chamado de heterodoxia. (BOURDIEU, 2003; 2005; WACQUANT, 2005). Esses novos agentes buscam (e reivindicam) sua legitimidade no campo do audiovisual e o processo de legitimação depende das diversas instâncias de consagração (críticos, curadores, festivais, imprensa, instituições públicas ou privadas de fomento etc.). Alcançar essa chancela ainda é um grande obstáculo para realizadores negros, mas muitos têm adotado estratégias de subversão dessa lógica. É o caso do diretor André Novais Oliveira, que utilizou recursos de produção de um curta-metragem para rodar um longa-metragem:

E tem a coisa do “Ela volta na quinta” também, que é um caso diferente também porque ele [o filme] ganhou edital, só que ganhou edital pra gente fazer um curta e a gente acabou pegando o dinheiro e fazendo um longa. Ele [o filme] ganhou 87 mil em um edital de Minas Gerais. [...] passou e aí eu vim trabalhando o roteiro e achei que estava mais para um longa. Usamos uma equipe bem reduzida, infelizmente pagamos pouco como se fosse para fazer um curta mesmo. E tinha uma coisa que beneficiava essa coisa de ter pouca gente, de ser um filme menor, de se passar grande parte do filme na casa dos meus pais. (OLIVEIRA, 2017, em entrevista a Adriano Monteiro).

Com o filme *Ela volta na quinta* (2014),<sup>14</sup> o diretor obteve ótima aceitação da crítica e conquistou grande repercussão nacional e internacional, participando de importantes festivais e conquistando prêmios. André Novais Oliveira é sócio da produtora Filmes de Plásticos, juntamente com Gabriel Martins, Maurílio Martins e Thiago Macêdo Correia, fundada em 2009, em Contagem, região metropolitana de Belo Horizonte. Sua produtora realizou importantes filmes na última década, entre curtas e longas, ganhando legitimidade e reconhecimento do campo audiovisual brasileiro. A carreira do André Novais Oliveira se consolida com seu segundo longa-metragem, *Temporada* (2018),<sup>15</sup> que ganhou grande reconhecimento da crítica, da mídia e de festivais nacionais e internacionais, e hoje faz parte do catálogo da Netflix. Outro exemplo dessas estratégias é o do cineasta capixaba Edson Ferreira,

---

14 Conferir Filmes de Plástico, sobre a participação de festivais e prêmios conquistados de *Ela volta na quinta* (2014). Disponível em: <https://www.filmesdeplastico.com.br/ela-volta-na-quinta/>. Acesso em: 15 dez. 2020.

15 Conferir Filmes de Plástico, sobre a participação de festivais e prêmios conquistados de *Temporada* (2018): <https://www.filmesdeplastico.com.br/temporada/>. Acesso em: 15 dez. 2020.

que contratou atores de visibilidade nacional, como Luís Miranda e Milhem Cortaz, da Rede Globo, para atuarem em seu primeiro longa-metragem. O cineasta relatou em sua entrevista que em um projeto de longa-metragem possuir no elenco um ator conhecido do grande público pode chamar a atenção da curadoria dos festivais.

No caso de um longa, além da questão dos festivais, tem um cunho comercial. É uma estratégia sim você ter um ator ou atriz que tem renome, mas não como uma forma de “Eu, Edson, negro ter uma aceitação maior do meu trabalho”, mas de uma maneira para que aquele projeto alcance uma visibilidade maior nesse sentido [...]. Por exemplo, no caso do Luiz Miranda, durante a pré-produção do filme e da nossa necessidade de conseguir um financiamento maior, o próprio Luiz, a gente em conversa, ele disse que tem consciência do papel dele como alguém conhecido e que vai captar. Tanto é que em muitas reuniões para tentar captar recursos de outras fontes ele esteve comigo e foi algo que colaborou, ele tinha consciência disso e ele via isso como algo até uma co-responsabilidade [...]. Indiretamente eu posso dizer pra você que isso, em se tratando também de um ator negro, acaba sendo muito interessante. Quer dizer, você tem o diretor e você tem um dos atores principais do filme que são negros. Isso acaba sendo muito positivo não só para o empresariado, mas em outros campos onde você vai olhar que o negro ele tem uma capacidade de realização, uma capacidade de empreendedorismo, vamos dizer assim, que permite a ele fazer trabalhos como foi o Entretornos. E que acaba tendo reconhecimento muito grande da crítica especializada como eu tive e de que o filme não perderia em nada para outros projetos. (FERREIRA, 2017, em entrevista a Adriano Monteiro).

Já a diretora baiana Larissa Fulano de Tal<sup>16</sup> promoveu o lançamento de seu curta-metragem *Cinzas* (2015) numa tradicional sala de exibição de Salvador, a sala Walter da Silveira, configurando uma estratégia de visibilidade.

Viviane Ferreira também teve seu primeiro longa-metragem, *Um dia com Jerusa* (2020), exibido nos principais festivais brasileiros de cinema do país, consagrando-se como a segunda mulher negra brasileira a dirigir um longa-metragem de ficção (a primeira foi Adélia Sampaio). Atualmente, a cineasta baiana, residente em São Paulo, é presidente da Associação de Profissionais do Audiovisual Negro (APAN), e em 2020, passou a integrar a Academia Brasileira de Cinema e Artes Audiovisuais, sendo eleita presidente do Comitê de Seleção do Oscar 2021, ocupando, portanto, importantes espaços de atuação e reconhecimento no campo do audiovisual brasileiro.

Uma das questões postas aos cineastas entrevistados selecionados para a pesquisa realizada se refere ao debate sobre a própria ideia de um cinema negro brasileiro, sua efetividade e relevância.

Sobre o tema, Viviane Ferreira é enfática: “O cinema negro pra mim é tão importante quanto o meu existir cinematográfico”. Para ela, há no Brasil uma tentativa de desqualificação do cinema negro como um movimento político cinematográfico quando se questiona sobre qual a estética, narrativa ou especificidades da forma do cinema negro, pois se trata de uma produção heterogênea. “Porque a nossa existência é heterogênea”, afirma a diretora, que defende esse cinema como movimento político porque permite ao corpo negro falar por si e se representar sem constrangimentos ou delimitações, inclusive com amplo uso das tecnologias e recursos disponíveis. Para a artista, “[...] interessa ser célula de cada parte do mecanismo da indústria audiovisual brasileira. Essa é a mensagem que o cinema negro passa

---

16 Larissa Fulana de Tal é o nome artístico de Larissa Santos de Andrade. <http://www.cultura.ba.gov.br/2017/11/14646/Cultura-em-Movimento-Perfil-Larissa-Fulana-de-Tal.html>

para essa engrenagem audiovisual”. Além disso, afirma que o cinema negro “não disputa única e exclusivamente a perspectiva do diretor. A gente quer distribuir, produzir, dirigir, exhibir. É um movimento que olha para toda a cadeia cinematográfica”.

Já o diretor André Novais Oliveira acredita que o movimento ainda esteja se configurando, e que para ele se trata de um processo. Considera válido afirmar a existência de um cinema negro, mas tendo como pressuposto de que se trata de um cinema feito por negros, sem haver limites sobre o que deve ou não ser feito ou dito, a exemplo do que defende Viviane. “Tem que ter filmes mais diretos, mas tem que ter filmes indiretos também; que simplesmente é um cineasta negro falando sobre uma coisa que ele quer contar”, esclarece o cineasta.

O diretor Edson Ferreira, por sua vez, respondeu acreditar que a questão do cinema negro ainda está por ser construída, havendo necessidade de se ampliar mais o debate. “O que é o cinema negro? É um cinema feito por negros, para negros, com negros? É isso tudo? Eu sinto necessidade de mais discussão sobre isso”, pontua Ferreira.

Para a diretora Larissa Fulana de Tal é fundamental que o cinema negro se estabeleça enquanto processo político, sem receios de se tornar uma espécie de “gueto”, considerando os diversos movimentos existentes na história do cinema brasileiro: “Acho que Cinema Negro é uma postura política, é uma postura artística, é uma postura estética, é uma postura histórica”.

## ALGUMAS CONCLUSÕES

A dinâmica de funcionamento de agentes e instituições dentro do campo do audiovisual no país ainda reflete o racismo estrutural da sociedade brasileira, o que implica situações de invisibilidade e/ou apagamento desses sujeitos e de suas obras. Por outro lado, há uma ampliação de realizadores negros que se lançam em disputa para ocupação de um espaço no campo audiovisual, uma vez que, historicamente, diretores afro-brasileiros costumam estar excluídos das instâncias de poder

do campo e dificilmente são reconhecidos pelas instâncias de consagração. Esses agentes, na condição de pretendentes, estão acirrando as lutas internas do campo audiovisual, uma vez que, na história do cinema brasileiro nunca houve uma produção tão sólida e representativa de realizadores afro-brasileiros. Esses atores sociais compõem um emergente contingente dentro do campo audiovisual ou no mercado cinematográfico do país, apontando para uma alteração em relação à paisagem étnica dos detentores dos meios de produção e, consequentemente, da produção de materiais simbólicos no campo.

O racismo estrutural, como é definido pelo filósofo e pesquisador Silvio Almeida, é marcado “pela ausência de intencionalidade explícita de discriminar as pessoas. Isso pode acontecer porque a norma ou a prática não leva em consideração ou não pode prever de forma concreta as consequências da norma” (ALMEIDA, 2019, p. 33). Permanece sendo um mecanismo de opressão, dominação e poder de uma sociedade de casta racial velada, como destaca Autran (2011), que prefere a omissão de um conflito racial ao invés de enfrentá-lo. “A ausência de uma discussão aberta sobre o conflito racial no Brasil permite muitos supor, e mesmo afirmar, que o país não tem nenhum problema racial, mas tão somente uma “questão social” ainda ser resolvida” (AUTRAN, 2011, p. 73).

Uma das consequências desta negligência que identificamos ao longo do desenvolvimento desta pesquisa é com relação ao reconhecimento do cinema negro como um movimento. O reconhecimento advém dos agentes que detêm poder para tal dentro do campo. É o caso do Novíssimo Cinema Brasileiro (OLIVEIRA, 2014), assim denominado por setores da crítica cinematográfica nacional para caracterizar uma cena audiovisual pós-Cinema da Retomada, com produções marcadas pela linguagem experimental, orçamentos de baixo custo, e muitas vezes realizadas por coletivos audiovisuais compostos por jovens cineastas (OLIVEIRA, 2014). São agentes do campo que possuem o poder de consagrar os bens simbólicos de produção e os movimentos artísticos advindo destes.

Desse modo, a legitimação de um cinema negro brasileiro pressupõe o reconhecimento do histórico racismo que também afeta o campo cinematográfico. Se hoje esse debate acontece pela existência de uma produção específica que não pode mais ser ignorada, também surge em detrimento de um cinema que se consolidou, principalmente no ocidente, com bases estéticas e filosóficas branca, eurocêntrica e heteronormativa. Por outro lado, a discussão em torno de um cinema negro brasileiro também gera uma série de reivindicações, como as propostas pela Associação do Profissional do Audiovisual Negro (APAN), e que dizem respeito às políticas de ações afirmativas para o setor audiovisual. A arena de disputas nesse espaço estruturado de posições está formada, e o cinema negro se configura como uma possibilidade de ruptura estética e narrativa ao estabelecer novos parâmetros de produção e de fruição das obras:

A questão, quase literalmente, não é tanto a cor do rosto que aparece na imagem, mas a voz social real ou figurativa que fala “através” da imagem. Menos importante que a “acuidade mimética” é sua capacidade de transmitir as vozes e perspectiva da comunidade ou comunidades em questão. (SHOHAT; STAM, 2006, p. 310).

A concepção de um “Negro Desde Dentro”, como o sociólogo Guerreiro Ramos, elaborou em 1957, nos oferece pistas para compreender este cinema negro que se constitui; as condições que permitem aos cineastas terem total controle das dimensões internas de sua obra, em seus aspectos narrativos, estéticos e representativos, e que possam ocupar espaços onde a autonomia lhes permita expressar suas subjetividades. Trata-se de um cinema que nasce de uma perspectiva das experiências negras em diáspora, que são essencialmente plurais, diversas, múltiplas e transversais. Compreende-se o discurso da negritude expresso pela linguagem audiovisual como uma perspectiva política de identidade, o redescobrimto de uma identidade negra em seus aspectos valorativos, que transcendem as

discussões de raça e reconhecem a diversidade cultural desse grupo social. A perspectiva do “Negro Desde Dentro” produz um deslocamento da margem para o centro de todo um modo de pensar, agir, sentir sobre traços de elementos culturais que, em sua gênese, é múltiplo (negro-vida). Diawara (2016) salienta que o acesso a produções com tais fundamentos desestabiliza uma produção eurocêntrica em relação à imposição de seus referenciais. “Uma das funções do cinema negro independente deve ser, assim, aumentar a consciência do espectador para a impossibilidade de uma aceitação acrítica dos produtos de Hollywood” (DIAWARA, 2016.).

Há um emergente cinema negro em consolidação no Brasil distinto dos períodos anteriores, pois também é marcado pela atuação das mulheres e agentes LGBTQI+ à frente de importantes projetos audiovisuais, o que favorece a diversidade de falas, olhares e perspectivas que constitui a sociedade brasileira. Todavia, em 2020, é mais do que necessária uma reflexão sobre as mudanças que afetaram o audiovisual brasileiro desde o fim desta pesquisa, principalmente considerando as (anti) políticas implementadas pelo governo de Jair Bolsonaro, tais como a extinção do Ministério da Cultura, o desmonte da ANCINE e os cortes de orçamento para o setor.<sup>17</sup> É inegável que esses retrocessos repercutem na forma como se dão processos de inclusão social e cultural, afetando diretamente as condições de produção de cineastas brasileiros. Em que condições reais os jovens realizadores negros conseguirão continuar produzindo seus filmes num contexto ainda maior de precarização, sem políticas públicas de ações afirmativas ou de democratização do acesso a financiamentos públicos? As condições de desigualdade dentro do campo do audiovisual, portanto, tendem a se ampliar, questão que necessita de outro espaço para ser mais aprofundada.

---

17 Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2019/09/em-o-fensiva-contra-ancine-bolsonaro-corta-43-de-fundo-do-audiovisual.shtml>; <https://midianinja.org/news/o-desmonte-da-ancine-e-do-cinema-brasileiro-desde-a-posse-de-bolsonaro/> Acesso em: 15 dez. 2020.

# Referências

ALMEIDA, Silvio Luiz de. **Racismo estrutural**. São Paulo: Pólen, 2019.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). **Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro 2015-2016**. Disponível em: [http://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/cinema/pdf/anuario\\_2015.pdf](http://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/cinema/pdf/anuario_2015.pdf)  
Acesso em: 10 maio 2017.

ANDREWS, George Reid. **Negros e Brancos em São Paulo (1888-1988)**. São Paulo: EdUSC, 1998.

AUTRAN, Arthur. O pensamento industrial cinematográfico brasileiro: ontem e hoje. *In*: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema e mercado**: indústria cinematográfica e audiovisual brasileira. São Paulo: Escrituras, Iniciativa Cultural, 2010, v. 3.

AUTRAN, Arthur. **Imagens do negro na cultura brasileira**: considerações em torno do cinema, teatro, literatura e televisão. São Carlos: EdUFScar, 2011. (Coleção UAB-UFScar).

BOURDIEU, Pierre. **Algumas propriedades dos campos**. In: BOURDIEU, Pierre (org.). **Questões de sociologia**. Lisboa: Fim de Século, Sociedade Unipessoal, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

BOURDIEU, Pierre. **Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico**. São Paulo: Unesp, 2004.

CANDIDO, Marcia Rangel; DAFLON, Verônica Toste; FERES JÚNIOR, João. Cor e gênero no cinema comercial brasileiro: uma análise quantitativa do âmbito da produção e da caracterização dos personagens negros e mulheres. ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 39, 2015, Caxambu (MG). **Anais [...]** São Paulo, 2015. Disponível em: <http://www.anpocs.com/index.php/encontros/papers/39-encontro-anual-da-anpocs/gt/gt32/9743-cor-e-genero-no-cinema-comercial-brasileiro-uma-analise-quantitativa-do-ambito-da-producao-e-da-caracterizacao-dos-personagens-negros-e-mulheres>. Acesso em: 10 maio 2017.

CARVALHO, Noel dos Santos. Esboço para uma história do Negro no Cinema Brasileiro. In: DE, Jeferson. **Dogma feijoada - o cinema negro brasileiro**. São Paulo. Imprensa Oficial, 2005.

CARVALHO, Noel dos Santos. O cinema em negro e branco. In: SOUZA, Edileuza (Org.). **Negritude, cinema e educação: caminhos para implementação da Lei 10.639/2009**. Belo Horizonte: Mazza, 2006.

CARVALHO, Noel dos Santos; DOMINGUES, Petrônio. Dogma Feijoada: a invenção do cinema negro brasileiro. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. São Paulo, v. 33, n. 96, 2018.

DIAWARA, Manthia. **O Espectador Negro**: o problema acerca da identificação e resistência. Disponível em:<https://ursodelata.com/2016/12/13/traducao-o-espectador-negro-problemas-acerca-da-identificacao-e-resistencia-manthia-diawara/> Acesso em: 15 jan. 2017.

NAGIB, Lúcia. **A utopia do cinema brasileiro**: matrizes, nostalgia, distopias. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

OLIVEIRA, Janaína. **Kbela e Cinzas**: o cinema negro no feminino do Dogma Feijoada aos dias de hoje. In: Valente, António Costa; CAPUCHO, Rita (Coord.) FESTIVAL DE CINEMA DE AVANCA, 20, 2016, Avanca (Portugal).

OLIVEIRA, Maria Carolina Vasconcelos. **“Novíssimo” cinema brasileiro**: práticas, representações e circuitos de independência. Tese. Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. USP/São Paulo, 2014.

RAMOS, Guerreiro. **Introdução crítica à sociologia brasileira**. Rio de Janeiro, Andes, 1957.

RODRIGUES, João Carlos. Filmografia. **Revista Filme Cultura**, ano 15, ago.-out. n. 40, p. 30-31, 1982.

RODRIGUES, João Carlos. **O negro brasileiro e o cinema**. 4. ed. Rio de Janeiro: Pallas, 2011.

SENNA, Orlando. Preto e branco ou colorido: o negro e o Cinema Brasileiro. **Revista de Cultura Vozes**, Petrópolis, v. LXXIII, n. 3, ano 73, p. 211–226, 1979.

SHOHAT, Ella; STAM, Robert. **Crítica da imagem eurocêntrica**: multiculturalismo e representação. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

SILVA, P. V. B. da; TRIGO, R. A. E.; MARÇAL, J. A. Movimentos negros e direitos humanos. PPGE da Universidade Católica do Paraná. **Revista Diálogo Educacional**, Paraná/SC, v. 13, n. 39, 2013.

STAM, Robert. **Multiculturalismo tropical**: uma história comparativa da raça na cultura e no cinema brasileiros. São Paulo: EdUSP, 2008.

WACQUANT, Loïc. Mapear o campo artístico. **Sociologia, problemas e práticas**, n. 48, p. 117-123, 2005.

**parte 3**

**Imagens e  
narrativas  
midiáticas**

# *Narrativas políticas e imagens-técnicas em tempos de pós-verdade*

*Fábio Gomes Goveia  
Tasso Gasparini de Souza  
Johanna Inácia Honorato*

Muitos debates têm ocorrido por conta de todas as transformações que as novas tecnologias de informação e comunicação proporcionaram à sociedade especialmente nas últimas duas décadas. Desde a consolidação da internet como sistema global de interconexão, a partir dos anos 1990, observamos movimentos pendulares de análises. Se algumas vezes pesquisadores trataram a rede mundial de computadores como um sistema libertário, por outras o consideraram um grande risco para a humanidade. Vivemos esse dilema até hoje.

Nosso interesse é analisar como a própria ideia revolucionária de conectar pessoas, empresas, partidos políticos, movimentos sociais e *tutti quanti* sem intermediários tornou-se o calcanhar de Aquiles da sociedade contemporânea. Seguiremos esse caminho, mas não sem

antes alertar que estamos nos equilibrando no fio da navalha: tecemos essa análise enquanto os eventos ainda estão em curso.<sup>1</sup>

Por isso nos soa tão familiar a observação de Vilém Flusser (2014) sobre a dificuldade de produção de conhecimento em tempos de rupturas. Os investigadores acabam por transitar em terrenos movediços que podem tanto nos fazer avançar de maneira mais rápida — quando tentamos um empuxo extra para superar um problema — ou nos tragar para a imobilidade. Flusser destacou a capacidade que o poeta Charles Baudelaire teve em antever o impacto do surgimento da fotografia na sociedade; isso ainda em meados do século XIX:

A História continua fluindo. Ela flui cada vez mais rapidamente; dividindo-se cada vez mais; acontecendo cada vez mais. A consciência histórica é como um coelho. Produz cada vez mais, e mais e mais acontecimentos. Os acontecimentos precipitam. É assim que vemos a coisa hoje, após 150 anos. Mas outrora alguns grandes homens, como Baudelaire, já a tinha visto assim, quando lhes mostraram a primeira câmera fotográfica. Há gente com uma visão tremendamente clara. Quando descrevo isso, não é nenhum feito. Estou chegando depois do acontecido. Mas quando alguém vê isso no decorrer da coisa, é genialidade (FLUSSER, 2014, p. 211-212).

É esse desafio de lançar luz sobre o tempo presente que nos move. Flusser nos alertou ainda que temos demasiado apego a uma sociedade em franca e inexorável “decadência”, enquanto na verdade deveríamos nos concentrar na “emergência da sociedade”. Ele observa que a revolução por que passamos é técnica, não política e,

---

1 Esse trabalho é uma versão adaptada do artigo apresentado no GP Fotografia, do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em Belém, em setembro de 2019.

assim, quem se engaja politicamente “deve se haver não com as formas sagradas, mas com as novas técnicas” (FLUSSER, 2008, p. 66-67).

Deste modo, o estudo das imagens que circulam nas redes sociais sob formas de memes nos coloca diante de um dos objetos-do-futuro que Flusser teorizava ainda no início dos anos 80: as imagens-técnicas. Vamos nos lançar ao desafio de investigar os memes do #showdopavão a partir da ótica de leituras flusserianas. Isso porque hoje é impossível imaginar os movimentos políticos e sociais relevantes em qualquer cenário sem levar em consideração o impacto das imagens-técnicas (FLUSSER, 2008): vídeos ao vivo, as chamadas “lives”, pequenos pedaços de nossas experiências, fotos de viagens ou do prato favorito, cartazes de eventos ou memes das celebridades instantâneas. Tudo o que norteia o debate público parece estar reunido nas redes sociais digitais em forma de imagens.

## O CASO ESTUDADO

No dia 9 de junho de 2019, o sítio virtual jornalístico *The Intercept Brasil* começou a publicar uma série de reportagens<sup>2</sup> sobre os bastidores da Operação Lava-Jato, que desde 2014 investiga desvios de recursos públicos e levou à prisão de empresários, empreiteiros e políticos — incluindo os ex-presidentes Luiz Inácio Lula da Silva e Michel Temer. As reportagens do *The Intercept Brasil* foram baseadas em uma série de documentos — mensagens de áudio, vídeo e texto — originados de serviços de mensagem *on-line*, como Telegram e Whatsapp. As mensagens explicitam, entre outras coisas, a troca de informações entre o procurador do Ministério Público Federal Deltan Dallagnol — responsável pelas investigações da Força-Tarefa da Lava-Jato —, e o então juiz federal Sérgio Moro — magistrado responsável pelos julgamentos da operação. Ambos ficaram conhecidos nacionalmente e internacionalmente

---

2 Disponível em: <https://theintercept.com/2019/06/09/editorial-chats-telegram-lava-jato-moro/>. Acesso em: 15 jul. 2019.

pelas suas atuações em operações de combate à corrupção e acabaram por se tornar “heróis” de grande parte da população brasileira.

A dupla (procurador/juiz), assim como demais integrantes da Lava-Jato, passou a gozar de prestígio especialmente entre aqueles que se identificavam com ideais de direita e com o chamado “antipetismo”, a oposição aos ex-presidentes Lula e Dilma Rousseff e ao Partido dos Trabalhadores (PT). As conversas divulgadas apontam possíveis irregularidades nos procedimentos da operação Lava-Jato, fortalecendo a tese de que o julgamento e a condenação do ex-presidente Lula foram políticos e não técnico-jurídicos.

Para muitos as conversas reveladas pelo *The Intercept Brasil* colocaram em xeque o discurso de que a Lava-Jato agiu de maneira imparcial. Outro fato precisa ser considerado: o juiz Sérgio Moro foi o responsável pela sentença condenatória de Lula — fato que impediu o líder do Partido dos Trabalhadores de concorrer à presidência da República em 2018 quando as pesquisas de opinião o colocavam à frente na disputa. Depois da eleição Moro abandonou a toga e aceitou o cargo de Ministro da Justiça no governo do presidente Jair Bolsonaro, declaradamente adversário político do PT. Esses fatos, somados às mensagens divulgadas pelo *The Intercept Brasil*, acabaram maculando a imagem da Lava-Jato junto à opinião pública.

Com a repercussão das reportagens, grupos de apoiadores de Sérgio Moro começaram a tentar desqualificar as mensagens e o *The Intercept Brasil*, dando início a uma disputa de narrativas entre os dois lados. Neste trabalho analisamos um evento específico nessa guerra de palavras e imagens. Trata-se do “Show do Pavão”. A partir do estudo de cerca de 2.500 imagens compartilhadas com a #showdopavão, no *Twitter*, entre 16 e 22 horas, de 16 de junho, aproximamos o conceito de “imagem-técnica” (FLUSSER, 2008) ao de “*cultural analytics*” (MANOVICH, DOUGLASS, ZEPPEL, 2011; ROGERS, 2015) para compreensão do fenômeno da “era da pós-verdade” (SANTOS, 2019) a partir do estudo de imagens, especialmente dos memes (SHIFMAN, 2013). O nosso principal objetivo é investigar o fenômeno

do uso da *memética* como dispositivo de disseminação de desinformação, mais conhecida como *fake news*.

## AS IMAGENS-TÉCNICAS NAS REDES SOCIAIS: METODOLOGIA

Para trabalhar grandes volumes de imagens-técnicas que circulam em redes sociais é necessária uma metodologia que pense o estudo de conteúdos nativamente digitais, o que Richard Rogers (2015) chama de “métodos digitais”. Rogers aponta que muitos estudos realizados com os conteúdos que circulam digitalmente se baseiam em técnicas de análise previamente existentes, e por isso não poderiam dar conta desses elementos em toda sua extensão.

A metodologia aplicada à coleta e processamento das imagens utilizadas nesse trabalho foi desenvolvida pelo Laboratório de Estudos sobre Imagens e Cibercultura (Labic/Ufes). Por meio do *script* Ford, desenvolvido dentro do próprio laboratório, foi realizada a coleta dos tweets relacionados à *hashtag* #showdopavão no período da tarde e noite do dia 16 de junho de 2019, gerando um arquivo.csv.

Após a coleta dos *tweets*, deu-se início ao procedimento de coleta das imagens: por meio de outro *script* chamado WebCrawler, foram identificados dentro do arquivo .csv os tweets que contivessem links de imagens, entregues pela API do *Twitter* na coluna “media\_url”. A partir desses *links*, o *script* consegue recuperar todas as imagens publicadas durante o período delimitado, armazenando-as em uma pasta do computador.

Com as imagens em mãos, foram geradas as visualizações a partir do *ImageCloud*, desenvolvido também pelo Labic. O *script* permite a visualização de imagens na ordem de leitura tradicional ocidental (de cima para baixo, da esquerda para a direita), e tem como vantagem o fato de não sobrepor as imagens. O parâmetro pelo qual as imagens serão dispostas pode ser definido pelo pesquisador, bastando estar presente em uma tabela de Excel, junto aos nomes dos arquivos de cada imagem.

Outra visualização gerada foi a Pulsão de Imagens,<sup>3</sup> criada utilizando a linguagem JavaScript a partir da biblioteca D3.js (*Data-Driven-Documents*). Ela tem como principais elementos analíticos as cores predominantes das imagens, e as interações destas ao longo do tempo, como número de curtidas e retweets. A visualização funciona a partir de um servidor web. O período temporal em horas está abaixo do eixo “X”, que mostra uma escala cromática indo do branco ao lilás; o volume de compartilhamentos da imagem é o eixo “Y”; o diâmetro do círculo que representa cada imagem aumenta ou diminui em função da popularidade do tweet no qual a imagem está vinculada. O usuário pode analisar cada período clicando no controlador e avançando ou retrocedendo a sua exibição. O ícone *play* exibe a visualização de modo automático. Caso o usuário queira analisar o *tweet* de origem da imagem basta clicar no círculo e a publicação será aberta em outra aba do navegador que estiver usando.

Considerando o volume de imagens-técnicas que atualmente é produzido e circulado nos meios digitais,<sup>4</sup> o uso de visualizações de imagens torna-se uma opção viável e necessária, ao permitir que se percebam as imagens em relação umas às outras, e como se estabelecem suas dinâmicas de compartilhamento e republicação. O uso de algoritmos computacionais para a leitura de tais imagens é uma forma de desconstruir a técnica e reorganizar os feixes que compõem as “superfícies imagéticas” (FLUSSER, 2008).

Os dispositivos técnicos deram potencialidade para que as imagens (técnicas) fossem recombinadas. De certa forma, a criação das visualizações permite que registremos as movimentações da rede em novas imagens, surgidas de um processo de bricolagem digital. Isso

---

3 Disponível em: <http://www.labic.net/pulsao/?showpavao>. Acesso em: jul 2019.

4 Conferir Hochman & Manovich (2013): em 2013, apenas três anos depois do lançamento do Instagram a rede social já havia compartilhado cerca de mais dezesseis bilhões de imagens oriundas de cerca de 130 milhões de usuários. Disponível em: <https://firstmonday.org/article/view/4711/3698#2>. Acesso em: 10 jul. 2019.

também é forma de registrar todas essas movimentações das imagens em história. Se o fotógrafo está limitado a querer apenas aquilo que o aparelho pode realizar (FLUSSER, 2008), o ato de criar as visualizações com múltiplas imagens é mais um ato de luta do produtor de imagens contra o programa.

Para que as visualizações utilizadas nesse artigo fossem possíveis, foi necessária uma série de acertos e modificações nos códigos que as geraram. Foi preciso ampliar os limites do aparelho (aqui representado pelos códigos computacionais, como Python e MatLab) para que se adequassem ao gesto desprogramador dos pesquisadores em sua produção de imagens. O programador é um fotógrafo sem câmera.

Contudo, é necessária certa distância para manter a superficialidade das visualizações, como seria para qualquer imagem (FLUSSER, 2008). A leitura das visualizações quebra o divertimento da leitura superficial tradicional das imagens-técnicas isoladas. É o que transforma o emaranhado de pontos que compõem a visualização em imagens individuais. A partir do momento em que o pesquisador identifica o padrão comportamental das imagens dentro de uma visualização ele pode desenvolver novas leituras para a bricolagem de superfícies. Por isso, além de observar as imagens, buscamos um neste trabalho estudar um subconjunto no qual estejam agrupadas as imagens consideradas meméticas.

Entendemos esse processo de memetização como um aspecto visível das tecnoimagens ou das “imagens-técnicas” (FLUSSER, 2008). Limor Shifman (2013) define o meme de internet como: “(a) um grupo de itens digitais compartilhando características de conteúdo, forma e/ou postura em comum, (b) e que foram criados cientes uns dos outros, (c) e são circulados, imitados, e/ou transformados por meio da internet por diversos usuários” (SHIFMAN, 2013, posição 455).

Os dados deste trabalho mostram que os memes são um campo de disputa especialmente sensível do debate político contemporâneo.

Quando a disputa pela verdade não faz mais sentido, uma vez que vivenciamos uma “orgia de opiniões” (SANTOS, 2019), o impacto de uma mensagem direta, impactante, com uma imagem forte é suficiente para ganhar o impulso do compartilhamento. E, assim, se consolidar como informação relevante.

[...] o direito a ter opinião expandiu-se sem precedente e a expropriação da opinião de que somos usuários (mais que titulares) atingiu novos patamares. Surgiram os empresários, tanto legais quanto ilegais, da manipulação da opinião pública, de que são exemplos paradigmáticos as redes e as páginas de *Facebook* e de *Whatsapp* que produzem “táticas de desinformação” particularmente ativas em períodos eleitorais [...]. (SANTOS, 2019, p. 1)

Por fim, as imagens também foram processadas a partir do *script* AISI (*Automatic Identifier of Similar Images*), desenvolvido pelo Labic. A aplicação funciona a partir do software *MatLab* e identifica parâmetros de semelhança entre imagens, permitindo encontrar imagens iguais em um conjunto. O usuário define o grau de “exigência” que o programa irá utilizar, isto é, quão preciso ele será na análise das imagens. Com esses dados foi possível realizar visualizações e observar quais foram as imagens mais republicadas, mesmo que elas tenham sido publicadas em uma nova postagem.

## #SHOWDOPAVÃO, MEMES E GUERRA DE NARRATIVAS

Na tarde e noite do dia 16 de junho de 2019, um grupo de perfis deu popularidade à *hashtag* #showdopavão no *Twitter*. O início desse movimento começou a partir da criação de um perfil chamado O Pavão Misterioso (@oppavaomisterio), que publicou boatos sobre possíveis transações monetárias ilegais entre o jornalista Glenn Greenwald e hackers russos. Essas transações seriam pagamentos, por meio da *cybermoeda* BitCoin, para que hackers invadissem o aplicativo

de mensagens Telegram, usado por Moro, e coletassem as mensagens das conversas privadas. O perfil do Pavão Misterioso foi criado assumidamente com o intuito de divulgar tais “informações”, mas desde sua criação já avisava que teria vida curta.

Glenn Greenwald, principal vítima e personagem das teorias comentadas pelo perfil, é jornalista americano e um dos fundadores do *The Intercept*. Glenn já teve atuação reconhecida anteriormente pelo seu papel no caso *WikiLeaks*,<sup>5</sup> em que o ex-analista de sistemas da CIA Edward Snowden divulgou documentos confidenciais de operações militares norte-americanas. O jornalista já foi premiado com os prêmios Pulitzer e Esso, além de receber o Oscar pelo documentário que retratou o percurso desse trabalho de investigação acerca da espionagem das agências de inteligência dos EUA em outros países, incluindo o Brasil. Ele atualmente vive no Rio de Janeiro e é casado com o deputado federal David Miranda (PSOL/RJ), anteriormente vereador da capital carioca, e suplente do deputado federal eleito Jean Willys. Após uma série de ameaças, Jean desistiu do mandato e saiu do Brasil, com David Miranda ocupando sua cadeira na Câmara Federal.

A teoria sustentada nas publicações do Pavão Misterioso era de que Glenn havia pago um hacker russo para que invadisse o celular de Sérgio Moro, além de ter pago para que Jean Willys desistisse do cargo e fosse embora do Brasil. Essas afirmações eram embasadas em um suposto extrato de transações de BitCoin, que foi criticado por especialistas (e pelo próprio Glenn) por conter erros de grafia inglesa, entre outras inconsistências.<sup>6</sup> As publicações do perfil também acusavam Glenn de ter ligação com grupos neonazistas.

---

5 Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/le-monde/2013/08/11/glenn-greenwald-o-blogueiro-por-tras-das-revelacoes-sobre-a-espionagem-da-nsa.htm>. Acesso em: 14 jul. 2019.

6 Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/especialistas-em-criptomoedas-apontam-inconsistencias-em-historia-do-pavao-misterioso/>. Acesso em: 14 jul. 2019.

Apesar de o perfil logo ter sido deletado, seus conteúdos foram propagados e alavancados na rede fazendo com que a *hashtag* chegasse ao topo dos assuntos mais comentados do Brasil no *Twitter* na noite de 16 de junho.

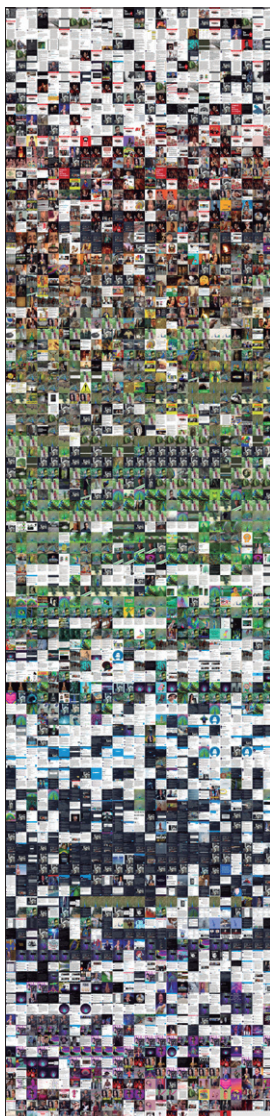
A circunstância de que um perfil desconhecido recém-criado tenha conseguido obter tamanha repercussão em um curto espaço de tempo sugere a existência de um movimento articulado para atacar a credibilidade de Greenwald, usando estratégia de desinformação. Posteriormente, alguns usuários começaram a utilizar a *hashtag* em defesa de Glenn, desmentindo as informações espalhadas e apontando as inconsistências na trama do Pavão.

Foi coletado um total de 77.744 *tweets*, publicados por 18.243 usuários entre as 16 horas e 22 horas do dia 16 de junho. Foi um período de coleta de seis horas, com uma média de 12.327 *tweets* por hora. A partir desses dados, foi realizada a coleta de 2.596 imagens, provenientes publicações realizadas por 4.849 usuários, entre *tweets* originais, retweets e respostas. O recorte de tempo mais curto se justifica para compreender a gênese do movimento. Depois desse período a tag #showdopavao continuou ativa, mas atores mais alinhados na defesa de Greenwald entraram em ação, assim como o próprio jornalista, o que deu outra dinâmica ao termo. A nós interessou o momento de gênese do debate em torno desta temática.

## ANÁLISE

As imagens que circularam no *Twitter* podem ser divididas em dois grandes grupos, visíveis na Figura 7. O primeiro, reúne prints e republicações das supostas articulações de Glenn Greenwald, com hackers, para pagar pela vaga de deputado federal que seu marido passou a ocupar, quando o deputado eleito Jean Wyllys decidiu não assumir o cargo em função das ameaças de morte que vinha sofrendo (regiões de verdes, brancas contidas na Figura 7).

Figura 7: Visualização 1 do tipo ImageCloud, com imagens organizadas por cor média.



Fonte: os autores.

Disponível em: <http://www.labic.net/pulsao/?showpavao>. Acesso em: 15 ago. 2019

Uma região mais acinzentada agrega fotos do jornalista ao lado de um homem com inscrição da suástica, na tentativa de associar o responsável pelas publicações que lançaram dúvida sobre a imparcialidade da Operação Lava-Jato com movimentos neo-nazistas. O segundo grupo, ainda na **Figura 7**, aglutina imagens de Glenn Greenwald associadas a pavões, como se o vencedor do Oscar e do prêmio Pulitzer estivesse usando as mensagens da Lava-Jato para se promover. Fica evidente ainda, nas imagens da origem do movimento #showdopavão, a atuação coordenada de alguns perfis que avisam que a “Operação” iria começar, como pode ser observado nas imagens dos primeiros tweets. Além disso, festejam o “sucesso” da empreitada..

A imagem mais republicada é o *print* de um post que associa Glenn a um neonazista. Ela aparece em pelo menos 43 *tweets* diferentes. O homem na foto com uma tatuagem de suástica é Andrew Auernheimer, um hacker americano conhecido pelo pseudônimo “Weev”. Ele ficou conhecido por ter participado de diversas “trollagens” em diversos sítios virtuais, e principalmente por ter exposto uma falha de segurança da empresa AT&T, que permitia o acesso a informações pessoais de vários usuários. Devido à sua atuação no caso da AT&T ele acabou sendo investigado e preso pelo FBI. Essa condenação (assim como a de outros hackers) foi criticada por Glenn Greenwald no documentário *The Hacker Wars*. Glenn criticava que essa perseguição aos hackers como “terroristas globais” era uma resposta dos governos contra as mensagens políticas que alguns desses *hackers* propagavam.

Após ter parte da sentença revogada e sair da prisão, Weev passou a adotar abertamente um discurso de ódio contra minorias, período no qual postou a sua fotografia com a tatuagem de suástica.<sup>7</sup> Apesar de não podermos afirmar quando exatamente foi realizada a

---

7 Disponível em: <https://gawker.com/ipad-hacker-and-troll-weev-is-now-a-straight-up-white-1641763761>. Acesso em: 10 jul. 2019.

foto de Glenn com weev, a construção da narrativa sem colocar todo o contexto histórico da relação entre ambos, é típico da era da pós-verdade. Usa-se elementos pontuais de impacto para construir uma verdade sobre o fato. Isso está presente como um todo nas publicações do tal Pavão Misterioso.

Figura 8: Visualização 2 do tipo ImageCloud, contendo as imagens mais republicadas do conjunto, organizadas pela quantidade de republicações computadas pelo script AISI.



Fonte: os autores.

Também foram bastante republicadas montagens com a foto de Glenn editadas no estilo Vaporwave, uma delas chegando a ser mais retuitada do conjunto. Essa estética é composta por montagens digitais que misturam elementos que fazem referência ao visual das fitas VHS e dos sistemas computacionais dos anos noventas, acompanhadas por cores fortes e efeitos de *glitch*. Essa estética surgiu a partir de um ramo da música eletrônica e vêm ganhando popularidade entre internautas que se identificam com a chamada nova direita. Essa apropriação da estética pela direita até mesmo ganhou uma nomenclatura própria: *flashwave*.<sup>8</sup> A mesma montagem de Glenn com a *hashtag* #ShowdoPavao foi publicada mais de trinta vezes, assim como o meme que coloca a cabeça de Glenn no corpo de uma criança que foge de um pavão.

Tradicionalmente, nos estudos de memética, autores como Dawkins (1987) e Shifman (2013) colocam a competição como uma das características dos memes, pois eles estariam competindo entre si em busca de visibilidade e do tempo dos indivíduos. Já nas imagens meméticas que circulam no *Twitter*, o alvo da competição tem um representante concreto: os Trending Topics (TT's), que funcionam como um certificado de popularidade, que legitima sua presença na rede. Isso pode ser percebido pelo fato de que a segunda imagem mais retuitada é um *print* que mostra a presença da #ShowdoPavao no primeiro lugar dos TT's. A mensagem que traz a publicação pede aos usuários que divulguem mais a *hashtag*, pois ela estaria sendo ignorada pela mídia tradicional. Aqui a disputa por atenção tenta quebrar a bolha da rede, partindo para o ataque à grande mídia. Ser o assunto mais falado do *Twitter* no Brasil não era o suficiente, era preciso povoar o imaginário da mídia tradicional. E a viralidade em si torna um conteúdo mais atrativo: saber que tantas pessoas estão

---

8 Disponível em: [https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2019jun.o-que-e-vaporwave-a-estetica-criada-na-musica-eletronica-e-apropriada-pela-nova-direita.shtml](https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2019jun/o-que-e-vaporwave-a-estetica-criada-na-musica-eletronica-e-apropriada-pela-nova-direita.shtml). Acesso em: 10 jul. 2019.

falando sobre aquele tema, faz com que outros queiram participar da conversação (SHIFMAN, 2013). Percebe-se que a preocupação também é em pautar a discussão, como um dos tweets diz, é a “Milícia bolsonarista pautando a internet brasileira”.<sup>9</sup> Com as reportagens do *The Intercept*, os críticos da Lava-Jato haviam ganho a palavra e a atenção, eram elas que ditavam a discussão. Nesse sentido, o perfil do pavão com suas teorias parece ter o objetivo de recuperar o domínio sobre a narrativa.

Bernardo Kuster, usuário mais retuitado do conjunto, publicou as duas imagens com mais *retweets*: uma montagem de Glenn Greenwald e o *print* dos *Trending Topics* do *Twitter*. Ele também é o terceiro usuário mais mencionado nas publicações, perdendo apenas para o perfil oficial de Glenn Greenwald e a conta do Pavão Misterioso. Ele é um influenciador digital que ganhou fama ao fazer vídeos em defesa do presidente Jair Bolsonaro e do escritor Olavo de Carvalho. Apesar de grande alcance que obteve, ele publicou apenas quatro imagens, portanto grande parte desses números podem ser atribuídos aos seguidores que ele já possuía. A conta mais ativa no período foi o @SrAndrade9, que retuitou 75 publicações diferentes, sem publicar nenhum conteúdo original, isto é: todas as suas postagens foram compartilhamentos de postagens de outros usuários. Esse é um comportamento de usuário com características robóticas, mesmo que seja um usuário real.

---

9 Disponível em: <https://twitter.com/PauloBriguet/status/1140332428743102464/photo/1>. Acesso em: 10 jul. 2019.

Figura 9: Visualização 3 do tipo ImageCloud, contendo as imagens mais retuitadas do conjunto, organizadas pela quantidade de retweets individuais obtidos.



Fonte: os autores

Outros apoiadores públicos do presidente Bolsonaro a figurar entre as imagens mais compartilhadas são o comentarista político Caio Coppolla e o deputado federal Carlos Jordy, que publicou uma foto em que aparece junto ao primeiro tomando uma cerveja em “comemoração” às denúncias realizadas pelo Pavão. A foto dos dois foi a quarta imagem com mais *retweets*.

Podemos considerar, portanto, que a difusão da *tag* #showdo-pavão se apoia em elementos típicos da era da pós-verdade. Manipula elementos verdadeiros descontextualizados para criar uma falsa verdade sobre o fato. Esse processo segue um padrão: se apoiam em imagens, mais que em textos. E mesmo quando há textos, estes viram imagens (*prints*) e são editados sobre a superfície da imagem. Portanto, as imagens-técnicas transformadas em memes e circulantes nas redes sociais representam a própria crise por que passamos, uma vez que elas só buscam o divertimento. Estão conectadas a um objetivo único: comunicar uma pós-verdade da maneira mais direta possível.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

No geral, o conjunto imagético estudado é composto por memes e *prints* com ar de denúncia. Não há substância para sustentar o imaginário criado. As imagens são “superfícies” rasas, no sentido mais simplório do termo: ao observador técnico não há muito ali além de *pixels* e cores. Não há informação. São imagens quase ocas, que servem apenas para reverberar um discurso já presente na mente dos receptores a quem foram destinadas. Essas imagens se casam com a narrativa proposta pela *hashtag*: posts de um perfil anônimo criado no *Twitter* apenas para espalhar teorias, sem qualquer tipo de prova ou lastro.

Por mais que o *The Intercept* também não tenha exibido alguma “prova concreta”, por assim dizer, de que realmente esteja de posse das conversas entre Moro e Dallagnol, suas reportagens sobre os vazamentos ganham valor de verdade a partir da confiabilidade do emissor: as pessoas acreditam por saberem que se trata de um veículo

sério, que tem toda uma credibilidade jornalística em jogo. A confiança no emissor dá a veracidade em primeiro lugar. É justamente o ar de mistério do tal Pavão Misterioso que o coloca como uma fonte não confiável, um mero disseminador de desinformações.

De certa forma, o *tweet* com mais curtidas do conjunto traz uma síntese de toda a rede que se forma em torno do Pavão: “Glenn acha que o Brasil é para amadores? Aqui não e tem CIA nem NSA ou KGB. Aqui é meme, zoeira e guarana Dolly com arroz e feijão, porra! Vai IntercePTar a mãe, canalha! #ShowdoPavão” (sic).

Há uma redução da preocupação com a situação em elementos de dispersão e divertimento. Todos os escândalos e investigações políticas se tornam piada. Não é por acaso que uma das imagens mais replicadas foi um *gif* do cantor Michael Jackson comendo pipoca. Esta imagem é comumente utilizada pelos usuários na internet para demonstrar que estão se divertindo com algum acontecimento, muitas vezes algum tipo de conflito. É signo que demonstra divertimento e empolgação com o que acontece.

Nesse sentido, a política brasileira é transformada em puro entretenimento, numa grande novela memética da qual todos somos espectadores assíduos. Como Shifman (2013) ressalta, os memes permitem que mais indivíduos se interessem pelo jogo político, pois criam um elo entre o que seria particular e o político. Os indivíduos podem participar do debate público, mas sem abrir mão de elementos particulares. É possível assim, apoiar um político, mas fazê-lo utilizando sua estética favorita, como no caso do Vaporwave. Contudo, a própria autora coloca que é preciso tomar cuidado para que o uso de memes e referências à cultura pop não levem a um processo de despolitização.

Ao comentar sobre o conceito de imagens-técnicas propostas por Flusser, Ciro Marcondes Filho (2006) observa que a técnica não pode puramente substituir o texto, pelo risco de esvaziar a cultura em mero entretenimento. Dessa mesma forma, o debate político não poderia ser resumido aos memes, pois apesar de seus atributos, eles

não poderiam passar as mensagens e os acontecimentos em sua plenitude. O meme requer simplicidade, e é antes de tudo, uma forma comunicacional que visa sua sobrevivência na rede. A memetização das imagens no debate político não pode tornar-se o centro do debate em si, ou o debate se desfaz em puro divertimento. Como o próprio Marcondes aponta: “Talvez uma fórmula híbrida que passe conteúdos abstratos com a ajuda de cores, imagens e sons avance no sentido daquilo que a cultura discursiva atual já não está dando conta” (MARCONDES FILHO, 2006, p. 441).

A cultura do meme nos coloca diante de uma questão: as imagens projeção das coisas não são as coisas. Portanto, para nada servem, ou servem para tudo. Pensar desse modo cria dois movimentos: o primeiro libertador — as imagens são nada, logo não tem mais amarras com o real, com a realidade — o segundo inquietante — se elas são nada, podem tudo. Não há mais limites a elas. Por isso, a verdade buscada nas imagens não mais interessa. É como se de repente percebêssemos que a nossa crença nas imagens técnicas como pedaços da realidade nos servia de porto-seguro. Agora sem essas amarras, estamos à deriva. E os charlatães chafurdam nessa superficialidade.

# Referências

FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas**: elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008. 206p.

FLUSSER, Vilém. **Comunicologia**: reflexões sobre o futuro. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

MANOVICH, L., DOUGLASS, J.; ZEPEL, T. **How to Compare One Million Images?** 2011. Disponível em: <http://lab.softwarestudies.com/>. Acesso em: 10 fev. 2015.

MARCONDES FILHO, Ciro. A comunicação como uma caixa preta. Propostas e insuficiências de Vilém Flusser. *In: Em Questão*, Porto Alegre, v. 12, n. 2, p. 423-456, jun.-dez. 2006.

ROGERS, Richard. **Digital Methods**. Massachusetts: First MIT, 2015.

SHIFMAN, Limor. **Memes In Digital Culture**. Cambridge: MIT, 2013.

SANTOS, Boaventura Souza. O avanço da direita e a causa oculta. **Outras Palavras**: jornalismo de profundidade e pós-capitalismo.

2019. Disponível em <https://outraspalavras.net/crise-civilizatoria/boaventura-o-avanco-da-direita-e-sua-causa-oculta/>. Acesso em: 6 jul. 2019.

# *Fotojornalismo, narrativa e crítica: a pandemia da covid-19 no Brasil em três atos<sup>1</sup>*

*Vitor Jubini Venturin  
Ruth Reis*

Enquanto no ocidente era celebrada a passagem do ano de 2019 para o ano de 2020, se propagava na China uma pneumonia misteriosa que posteriormente seria chamada covid-19. O alto potencial transmissível e a gravidade do quadro clínico apresentado por pacientes contaminados pelo vírus acionaram o alerta das autoridades de saúde chinesa (MEDEIROS, 2020). A rápida disseminação da doença para outros países e a alta taxa de mortalidade provocada pelo SARS-CoV-2 levaram a Organização Mundial da Saúde

---

1 O artigo resultou de estudos desenvolvidos no âmbito da pesquisa Modelos metodológicos para estudo de discurso e narrativas em processos de comunicação contemporâneos no contexto da cibercultura, financiada pela Fapes (Edital Fapes n. 21/2018 – Universal).

(OMS) a caracterizar a situação como uma pandemia. À medida que o novo coronavírus se espalhava por outros continentes os problemas começavam aparecer. A primeira preocupação foi em relação aos sistemas de saúde; ainda que grande parte dos infectados apresentasse sintomas leves, um número expressivo de acometidos pelo vírus passou a ocupar leitos e unidades intensivas dos hospitais. Para prevenir a contaminação, foram adotadas providências inusitadas como a suspensão das aulas em escolas e universidades, restrições no funcionamento do comércio, distanciamento social e isolamento dos casos suspeitos, atitudes que trouxeram impactos sociais, econômicos e psicológicos (CREPALDI *et al.*, 2020).

Em janeiro de 2020 surgem as primeiras informações jornalísticas acerca da covid-19, ainda sendo tratada como pneumonia misteriosa. O estágio inicial da doença e o baixo conhecimento científico sobre ela resultaram na circulação de especulações e informações desencontradas, confusas e sem lastro de fontes credíveis e sobre o comportamento do vírus. O clima de incertezas e ansiedade provocado pelo quadro sanitário inédito para a maioria das pessoas no mundo promoveu um flanco para o jornalismo recuperar o seu papel, que se desgastava em meio ao mundo da hiperinformação.

Com o passar do tempo, o jornalismo torna-se primordial ao se estabelecer como agente esclarecedor diante do surto imprevisível. É uma atividade que tem se colocado como mediadora das ações e decisões adotadas pelas autoridades públicas, exigindo-lhes transparência na divulgação dos dados relacionados ao combate da doença, e também atuado como orientadora da população, que é afetada de diversas formas pela pandemia, não somente em sua condição de saúde, mas também em suas relações sociais, sua saúde psicológica e sua atividade econômica. O jornalismo também cumpre o papel de checar as informações e combater redes de desinformação que se propagam com rapidez. Segundo Ferraz (2020, p. 275), acontecimentos sanitários como as epidemias “passam por um

processo de construção semântica em que são articulados outros elementos na narrativa jornalística, como as razões, os responsáveis, as implicações de determinado fato na vida social e os possíveis desdobramentos”.

O jornalismo se torna assim fundamental como narrador do tempo presente, missão que desenvolve utilizando diferentes linguagens, estratégias de produção, criando também soluções alternativas para contornar as limitações que o risco de contaminação impõe. Uma dessas linguagens é a fotografia jornalística, construída a partir de princípios que visam fazer convergir os recursos da fotografia às dinâmicas e necessidades comunicacionais do jornalismo. “A fotografia jornalística mostra, revela, expõe, denuncia, opina. Dá informação e ajuda a credibilizar a informação textual” (SOUSA, 2002, p. 5). É uma forma de observar, registrar, analisar e opinar sobre a atividade humana e as consequências que ela produz sobre ao planeta. Mas a sua principal finalidade, na visão de Sousa (2002) é a informação. Esta é moldada nas fotografias que acompanham as notícias, naquelas dos grandes projetos documentais, passando pelas ilustrações fotográficas e pelos *features* (as fotografias intemporais de situações peculiares com que o fotógrafo depara).

Neste texto vamos apresentar algumas considerações sobre a representação visual que tem sido feita em temáticas emergentes da pandemia de coronavírus, identificando como a imagem jornalística contribui para a construção da compreensão sobre o fenômeno atual e os conceitos que potencializa. Recorremos a teóricos do fotojornalismo e adotamos o método de análise de imagem proposto por Gervereau (2004), de que trataremos a seguir. As fotografias que analisamos nesse estudo são referentes a publicações veiculadas por jornais e sítios virtuais jornalísticos que circulam no Brasil.

Diante dos mais diversos eventos e crises sociais ocorridas nos últimos cem anos, o fotojornalismo tem se posicionado na linha de frente dos acontecimentos. Nos locais mais inóspitos e adversos encontra-se a figura do fotojornalista. Seja na cobertura de guerras,

conflitos urbanos, genocídios, manifestações, incêndios florestais de grandes proporções, terremotos, erupções vulcânicas, tsunamis, derramamento de óleo, catástrofes naturais, acidentes aéreos, campos de refugiados, movimentos migratórios, é provável que haverá alguém munido de uma câmera para contar essas histórias. Então, não poderíamos esperar nada diferente diante de uma crise de saúde sem precedentes na história da humanidade. E mais uma vez o fotojornalismo mostra sua aptidão para retratar grandes momentos da história. Os profissionais da imagem têm ido a campo em busca de construir imagens que expressem os fenômenos ocasionados pelos múltiplos efeitos da doença e pelas medidas adotadas para sua contenção.

A partir de um conjunto de fotografias selecionado por meio de pesquisa exploratória em veículos de comunicação em território brasileiro, foram escolhidas três imagens publicadas em jornais brasileiros que representam os eixos escolhidos para o debate: ações e reações do presidente Jair Bolsonaro, o efeito da doença em populações vulneráveis e o alto número de óbitos provocados pela covid-19. Para melhor visualização desse corpus, agrupamos as imagens coletadas em categorias de acordo com a temática apresentada (Figura 10).

Figura 10: Histórias selecionadas



Fonte: os autores

Sabemos que a linguagem fotográfica é polissêmica e frente às diversas possibilidades de interpretação, os esforços necessários para a compreensão dos sentidos produzidos nas fotografias da pandemia do coronavírus passam por extrair o máximo de informação sobre a finalidade da imagem, o contexto da publicação, os veículos que a veicularam e o autor da foto. Para isso adotaremos uma grade de análise desenvolvida por Gervereau (2004), na qual pretendemos descrever os componentes produzidos nas imagens do gênero fotojornalístico. Segundo o autor, as três etapas do processo são: “a descrição, a evocação do contexto e a interpretação”.

A descrição é o passo inicial para a análise e incorpora as informações técnicas acerca das imagens, identificando primeiramente o emissor, a data de produção, o suporte e a localização. Em seguida o método sugere reflexões sobre o estilo, especificando-se as características plásticas do objeto analisado. Por fim, a grade descritiva incorpora as informações temáticas que devem ser elencadas, como, por exemplo, a relação texto-imagem, os símbolos presentes e as temáticas de conjunto, isto é, um primeiro sentido sobre as imagens. Sendo assim, “a fase da descrição está então concluída, dando uma primeira base factual ao trabalho” (GERVEREAU, 2004, p. 58).

O estudo do contexto, a próxima etapa, é dividido em dois elementos: o contexto a montante e o contexto a jusante. Eles dizem respeito à condição que a imagem foi criada, levando em consideração questões de autoria e de distribuição e circulação, sobretudo indagando possíveis efeitos de recepção. As questões de contexto dialogam com conceitos relacionados à subjetividade na produção das imagens e a intencionalidade de quem encomenda a produção, no caso, os veículos de comunicação relacionados.

Após construir uma base sólida de informações nas duas primeiras etapas (descrição e contexto), a análise aparece como atividade final para conhecer os sentidos produzidos pelas imagens. Se a descrição e o contexto são realizados com eficiência, a interpretação tem grande chance de atingir seu objetivo, demonstrar a ideia mais forte do ícone levando em conta as subjetividades presentes no olhar do autor.

## O FOTOJORNALISMO COMO INFORMAÇÃO E SENTIDO

O fotojornalismo ascende no final do século XIX impulsionado pela industrialização que proporcionou mecanismos para a reprodução técnica da imagem em larga escala (FREUND, 1995). Após a consolidação como narrativa visual, a fotografia jornalística acompanhou a trajetória da sociedade com a missão de mostrar, revelar, expor, denunciar

e opinar, sempre contribuindo com a credibilidade da “informação textual” (SOUSA, 2002), principalmente nos momentos mais críticos, como nas guerras, períodos em que houve um desenvolvimento exponencial da atividade fotojornalística (SONTAG, 2003). Segundo a autora, desde que a primeira câmera foi inventada, “a fotografia sempre flertou com a morte”, no entanto, agora, os corpos não se encontram nos campos sangrentos de batalhas, estão espalhados por todas as partes do mundo, padecendo nas UTIs ou até mesmo dentro das residências.

A primeira questão ao nos depararmos com uma fotografia é a presença do seu referente, perpetuado por uma resposta luminosa de algum objeto, gravada em uma superfície química ou em um sensor digital. No entanto, a fotografia jornalística é composta por códigos que a transformam em mensagem conotativa e invariavelmente ancorada por texto. “Embora fotografia e texto não sejam estruturas homogêneas (o texto ocupa, geralmente, um espaço contíguo ao da fotografia, não invadindo o espaço desta, a não ser para construir mensagens gráficas), não existe fotojornalismo sem texto” (SOUSA, 2002, p. 76). Já Vilches (1984) traz uma perspectiva diferente quando afirma que “em certas condições de coerência, a imagem tem estrutura de um texto autônomo. A imagem, em geral, pode ser legível e compreensível sem necessidade de uma legenda ou um texto escrito, cuja função é contextualizadora” (VILCHES, 1984, p. 175). Ainda segundo o autor espanhol, a fotografia jornalística não é qualquer mensagem, ela é um conteúdo visual que tem a missão de veicular um sentido informativo adequado a um “modelo de produção dos conteúdos que influencia diretamente sua leitura e compreensão” (VILCHES, 1997, p. 80).

A capacidade narrativa não é atribuição exclusiva dada ao texto, ao passo que “[...] a narrativa pode ser sustentada pela linguagem articulada, oral ou escrita, pela imagem, fixa ou móvel, pelo gesto ou mistura ordenada de todas substâncias” (BARTHES, 2011, p. 19). A imagem jornalística criada a partir da fotografia adquire aptidão para contar histórias no momento que surge um ponto de vista do autor que aborda o acontecimento através de sua perspectiva:

O termo fotojornalismo designa indistintamente uma função profissional desenvolvida na imprensa e um tipo de imagem por ela veiculada. De acordo com os critérios funcionais de classificação das imagens de acordo com a finalidade de seu uso e o circuito em que estão registradas, o fotojornalismo representa o tipo de imagem midiática mais reconhecida e consagrada. A imagem fotojornalística é, entre as produzidas ou adquiridas pela imprensa como conteúdo editorial próprio, a que está ligada aos valores da informação, atualidade e notícia. É também aquela que coleta fatos relevantes de uma perspectiva social, política, econômica e outras, assimiláveis pelas classificações usuais da imprensa por meio de suas seções. (BAEZA, 2001, p. 32)

A compreensão das fotografias jornalísticas está interligada ao momento presente no qual a imagem está sendo publicada. A interpretação dos códigos exibidos na mensagem depende de alguns fatores cognitivos do receptor da informação, como afirma Vilches (1997):

A fotografia de imprensa e a imagem geral não podem expressar significados fixos ou estáveis. Os significados da imagem pertencem a vastos campos semânticos que obedecem a interpretações culturais vinculadas, além da percepção e do contexto espaço-temporal da cultura. (VILCHES, 1997, p. 83-84)

E para melhor entendimento do vasto e movediço campo fotográfico há uma série de esforços para classificação dessas imagens de modo a organizá-las, embora não seja a uma tarefa descomplicada, conforme afirma Barthes chamando atenção para as formas de categorização da fotografia:

As divisões às quais ela é submetida são de fato ou empíricas (profissionais/amadores), ou retóricas (paisagens/objetos/retratos/nus), ou estéticas (realismo/pictorialismo), de qualquer modo

exteriores ao objeto, sem relação com sua essência, que só pode ser (caso exista) o Novo de que ela foi o advento, pois essas classificações poderiam muito bem aplicar-se a outras formas, antigas, de representação. Diríamos que a fotografia é inclassificável. (BARTHES, 1984, p. 12)

No campo das fotografias jornalísticas, segundo Baeza (2001), as classificações também manifestam ambiguidade na medida em que se torna uma atividade incerta rotular as imagens pelos aspectos apresentados:

Se ainda não existe uma categorização estável e reconhecida dos diferentes usos da fotografia na imprensa, é por algum critério. Em parte, porque existem alguns termos que, embora inadequados ou incompletos, muitas vezes resolvem, seja a partir do bom senso ou de hábitos estabelecidos. (BAEZA, 2001, p. 32)

Também é fundamental que o leitor tenha conhecimento das fontes de qualquer informação que esteja consumindo, de modo a evitar qualquer tentativa de manipulação:

[...] qualquer classificação de imagens na imprensa contemporânea deve partir da finalidade do uso dado a essas imagens, das intenções comunicativas sobre aquelas que elaboram e divulgam uma mensagem visual e tudo isso também deve ser complementado com a análise do contexto comunicativo em que está inserida, a fim de completar o processo de significação com garantias mínimas. Portanto, o uso e o contexto, e não o estilo, são os requisitos para uma classificação fazer seu papel: esclarecer. (BAEZA, 2001, p. 32)

Segundo Sousa (2002), não há consenso na classificação das imagens fotojornalísticas e o autor se esforça em um capítulo de seu livro para apresentar as características de cada subdivisão de

acordo com manuais e autores. São eles: notícias (*spot news* e notícias em geral), *features*, retrato, ilustrações fotográficas, paisagem e histórias em fotografias ou *picture stories* (foto-reportagens e dos foto-ensaios).

As fotografias estudadas aqui podem se encaixar em notícias (*spot news*) que “são as fotografias ‘únicas’ de acontecimentos ‘duros’ (*hard news*), frequentemente imprevistos” (SOUSA, 2002, p. 110). Ou também as fotografias de notícias em geral, que abordam os assuntos de maneira mais previsível e as *features photos*, que lembram as *spot news*, mas são mais carregadas de recursos estilísticos. “As *feature photos* são imagens fotográficas que encontram grande parte do seu sentido em si mesmas, reduzindo o texto complementar às informações básicas (quando aconteceu, onde aconteceu etc.)” (SOUSA, 2002, p. 114). A grande abrangência da cobertura da pandemia do coronavírus também propiciou a criação de histórias fotográficas ou histórias em fotografia, que “são um gênero fotojornalístico em que uma série de imagens integra num conjunto que procura constituir um relato compreensivo e desenvolvido de um tema” (SOUSA, 2002, p. 127).

## FOTOGRAFIAS DA COVID-19 NO BRASIL EM TRÊS ATOS

A imagem a seguir (*Figura 11*) é uma fotografia digital produzida pelo fotógrafo Adriano Machado, da agência de notícias Reuters, em 18 de março de 2020, publicada no sítio virtual *Folha de São Paulo*,<sup>2</sup> e, no mesmo dia, na editoria Poder, do mesmo jornal. A imagem em cores tomada por uma teleobjetiva traz o presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, centralizado no quadro. À sua frente encontra-se um microfone e no fundo há predomínio da cor azul, marcada pelas formas de parte do brasão nacional. A ação que se desenvolve

---

2 Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/03/bolsonaro-e-mandetta-ignoram-recomendacao-de-uso-de-mascara-contracoronavirus.shtml>. Acesso em: 15 dez. 2020.

na cena insinua que o presidente tem dificuldade para colocar a máscara de proteção contra o coronavírus de forma correta. Na legenda da publicação, a reiteração do que a imagem já dizia: “O presidente Jair Bolsonaro se atrapalha para colocar máscara cirúrgica durante entrevista coletiva”. Diante da situação embaraçosa, o fotógrafo congelou o movimento na hora em que o objeto de proteção se encontrava nos olhos.

Figura 11: Presidente Bolsonaro durante entrevista coletiva no Palácio do Planalto.



Fonte: Folha de São Paulo, 2020. Fotografia: Adriano Machado (Agência Reuters).

Além destes aspectos, a fotografia por meio de sua linguagem, expressa o contexto de como o presidente conduz a crise no Brasil. Segundo Campos (2020), desde o início da pandemia, Jair Bolsonaro, com o pretexto de salvar a economia, vem se colocando contra qualquer tipo de isolamento social, a principal e comprovada medida contra os efeitos da pandemia enquanto não se disponibiliza

a vacina já desenvolvida por diversos laboratórios farmacêuticos. A quarentena evita o contágio e influencia diretamente no número de internações, evitando o colapso do sistema de saúde, e na redução de mortes por covid-19. Ao invés de seguir as normas estabelecidas pelos organismos internacionais, Bolsonaro adota falácias como a chamada “imunidade de rebanho”. Com atitudes negacionistas quanto à extensão de danos causados pela doença, o presidente insiste em não exercer uma articulação nacional para o enfrentamento da pandemia. Pelo contrário, cria embates políticos e interfere em outras instâncias de poder que se mobilizam para iniciativa própria. “Ao revés, dificulta repasses orçamentários para a rede de estados e municípios, não auxilia a aquisição de testes e equipamentos, por vezes, atrapalha, além de enfraquecer as diretrizes para o isolamento social” (CAMPOS, p. 4, 2020).

Na próxima fotografia (**Figura 12**), vemos quatro indivíduos sentados em um terreno repleto de vegetação e, no centro da imagem, em pé, uma mulher seminua com vários adereços fixados na face, olhando para uma máscara de proteção facial. A foto foi produzida pelo fotógrafo da agência EFE, Joedson Alves, e publicada dia 11 de julho, no sítio virtual do jornal *El País*,<sup>3</sup> em uma reportagem sobre a mudança de comportamento provocada pelo coronavírus em aldeias indígenas. A legenda é descritiva e traz algumas informações sobre a etnia e localização da tribo: “Povo Yanomami na região de Surucucu, município de Alto Alegre, em Roraima”. A profundidade de campo é reduzida o que leva a crer que a lente utilizada foi uma teleobjetiva. O foco está na personagem indígena em pé e o fundo está totalmente desfocado. A presença de algum elemento no primeiro plano causa um efeito de névoa e interrompe a visão plena dos Yanomami sentados.

---

3 Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-07-11/o-coronavirus-esta-quebrando-a-nossa-crenca-o-luto-imposto-aos-povos-indigenas-na-pandemia.html?rel=mas>. Acesso em: 15 dez. 2020.

Figura 12: Indígenas Yanomamis em aldeia em Roraima



Fonte: *El País*, 2020. Fotografia: Joedson Alves (EFE).

A imagem em questão, que retrata o contexto indígena, chama atenção e nos remete para questões relacionadas à vulnerabilidade de grupos subalternizados frente à pandemia do coronavírus. A doença trazida ao Brasil por classes privilegiadas encontrou nas periferias espaço para um rápido crescimento. A negligência histórica com esses grupos se manifesta na ausência de saneamento, moradias inadequadas e transporte precário nas comunidades menos favorecidas. Segundo Santos (2020), a pandemia serve para escancarar as diferenças de um sistema de saúde desigual:

No Brasil, a conjugação de classe e território gera hierarquias e assimetrias marcantes na distribuição dos níveis de saúde dentro da população. A desigualdade absoluta é maior nas áreas menos desenvolvidas, pois a maior intensidade do estado de saúde negativo nestes territórios se combina à maior densidade das categorias mais vulneráveis, para impor um enorme fardo populacional de saúde. (SANTOS, 2020, p. 3)

Os efeitos negativos de outras epidemias introduzidas em territórios protegidos por projetos desenvolvimentistas ao longo das últimas décadas já são velhos conhecidos dos indígenas. Para Santos *et al.* (2020), “inquestionavelmente, a crise provocada pela covid-19 põe em evidência a maior vulnerabilidade política, social e ambiental dos povos indígenas” (SANTOS *et al.*, 2020, p. 2). As adversidades habituais como a falta de saneamento, o confronto com invasores e as degradações causadas por eles em seus territórios, a insegurança alimentar, a falta de água potável, a alta taxa de mortalidade infantil, potencializam a possível propagação da covid-19 nestes espaços.

A fotografia em preto em branco abaixo (**Figura 13**) é uma tomada aérea produzida pelo fotógrafo da *Folha de São Paulo*, Lalo de Almeida. Possivelmente feita usando um *drone*, a imagem com perspectiva grande angular, mostra um cemitério com três mil novas covas abertas para receber vítimas da covid-19, em São Paulo. Ao fundo, está a cidade repleta de casas e prédios. Publicada na versão impressa da *Folha de São Paulo*, dia 3 de junho, está acompanhada das seguintes informações: “Mais de três mil covas são abertas na periferia da zona sul de São Paulo. Localizado em uma das regiões da cidade mais afetadas pela covid-19, o cemitério São Luiz espera por vítimas da doença; um mês atrás, ainda havia árvores onde hoje está descampado”.

Figura 13: Cemitério São Luiz na Zona Sul de São Paulo



Fonte: Folha de São Paulo - 03 jun. 2020. Fotografia: Lalo de Almeida/Folhapress.

Os corpos vítimas desta tragédia não tardaram em chegar aos cemitérios para os sepultamentos e logo se tornaram espetáculo midiático. O fotojornalismo, que sempre se “aproveitou” das mais diversas calamidades, agora se depara com corpos invisíveis, lacrados por caixões. Bucci relata esta situação da seguinte maneira:

Aí as telas eletrônicas recrutaram os cemitérios como espaço cenográfico: cemitérios revirados pelo avesso, em “terradas” revoltas. Numerosos jazigos públicos, perfilados como planilha de Excel, carimbavam o solo sem calçamento das necrópoles. Sobre o chão escalavrado, casulinhos matriciais, alinhados em marrom escuro, ofereciam covas rasas para a plateia. (BUCCI, 2020, p. 248)

Enterros em série realizados por coveiros paramentados criam cenas típicas de filmes de ficção científica. São imagens factuais que não era tão comum acontecer, mas, agora, por conta de algumas características da linguagem fotográfica, vão perpetuar no imaginário

social por muito tempo. A essência da linguagem fotojornalística é carregada de sentido e geralmente com uma visão particular sobre o acontecimento. Mesmo diante de numerosos recursos visuais — ilustrações, gráficos, vídeos, imagens 3D, animações e vídeos — a fotografia garante seu espaço em virtude de suas características:

A imagem em movimento, por força da repetição, acaba por fixar-se como se estivesse parada, tornando-se fotografia; sabe-se bem que é a fotografia que fixa melhor nas memórias os dramas da vida (basta lembrar da foto da menina vietnamita correndo, nua, fugindo dos horrores da guerra). (CHARADEAU, p. 246, 2013)

Susan Sontag se alinha a essa concepção para evocar a competência fotográfica de atingir diretamente o receptor. Ao levarmos esta perspectiva para o campo jornalístico temos como exemplos as imagens fotográficas impactantes que marcam épocas e acontecimentos, construindo parte do imaginário coletivo:

O fluxo incessante de imagens (televisão, vídeo, cinema) constitui nosso meio circundante, mas quando se trata de recordar, a fotografia fere mais fundo. A memória congela o quadro; sua unidade básica é a imagem isolada. Numa era sobrecarregada de informação, a fotografia oferece um modo rápido de aprender algo e uma forma compacta de memorizá-lo. (SONTAG, 2003, p. 23)

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A representação visual construída sobre a pandemia carrega a forte carga simbólica dos graves problemas causados pela covid-19, como estagnação econômica pela paralisação de alguns setores produtivos, falta de leitos em hospitais para atender os infectados e grande número de mortos. A fotografia jornalística é mais um componente discursivo em meio a uma infinidade de mensagens que pode ajudar

na construção de uma percepção sobre a pandemia, sobretudo no plano de expressão político-social determinada pela maneira que a doença influencia a vida cotidiana.

A representação sobre uma epidemia parte de sistemas sociais complexos e consideramos o fotojornalismo um gênero informativo essencial para compreensão do momento contemporâneo. É uma narrativa visual que colabora com a informação textual, mas, sobretudo, como também proporciona efeitos de sentido, como o de proximidade e de verdade que contribuem para a compreensão das profundas dimensões dos impactos políticos, sociais, econômicos e psicológicos proporcionados por uma crise como esta que nos atinge em diversos níveis.

# Referências

BAEZA, Pepe. **Por uma función crítica de la fotografia de prensa**. FotoGGrafia. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.

BARTHES, Roland. **A câmara clara**: nota sobre fotografia. Tradução: Julio Castañon Guimarães. Rio Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BARTHES, Roland. **Análise estrutural da narrativa**. Rio de Janeiro: Vozes, 2011. p. 19-62.

BENJAMIN, Walter. Pequena história da fotografia. *In*: BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 91-107. (Obras Escolhidas, v. 1).

BUCCI, Eugênio. A humanidade encontra sua irrelevância. **Estud. av.**, São Paulo, v. 34, n. 99, p. 245-260, 10 jul. 2020. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/s0103-4014.2020.3499.015>. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40142020000200245&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142020000200245&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 14 dez. 2020.

CAMPOS, Gastão Wagner de Sousa. O pesadelo macabro da covid-19 no Brasil: entre negacionismos e desvarios. **Trabalho educação e saúde**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 3, e00279111, 29 maio 2020. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1981-77462020000300302&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-77462020000300302&lng=en&nrm=iso). DOI: <https://doi.org/10.1590/1981-7746-sol00279>. Acesso em: 13 dez. 2020.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2013.

CREPALDI, M. A.; SCHMIDT, B.; BOLZE, D. S.; AZEREDO, S. D. & GABARRA, L. M. Terminalidade, Morte e Luto na Pandemia de covid-19: demandas psicológicas emergentes e implicações práticas. **Estudos de Psicologia**, 37, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1982-0275202037e200090>. Acesso em: 13 dez. 2020.

FERRAZ, Luiz Marcelo. Saúde e política na crise da covid-19: apontamentos sobre a pandemia na imprensa brasileira. **Reciis – Revista Eletrônica Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**. 2020. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/2128/2351>. Acesso em: 12 dez. 2020.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FRANCISCATO, C. E. O jornalismo e a reformulação da experiência do tempo nas sociedades ocidentais. **Brazilian Journalism Research** (Online), v. 2, p. 96-123, 2014. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/741> Acesso em: 10 dez. 2020.

FREUND, Gisele. **Fotografia e sociedade**. Lisboa: Vega, 1995.

GERVEREAU, Laurent. **Ver, compreender, analisar as imagens**. Lisboa: 70, 2007.

MEDEIROS, Eduardo Alexandrino Servolo. Desafios para o enfrentamento da pandemia covid-19 em hospitais universitários. **Revista Paulista Pediatria**, São Paulo, v. 38, e2020086, 2020. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-05822020000100101&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-05822020000100101&lng=en&nrm=iso). DOI: <https://doi.org/10.1590/1984-0462/2020/38/2020086>. Acesso em: 13 dez. 2020.

SANTOS, José A. Figueiredo covid-19, causas fundamentais, classe social e território. **Trabalho, Educação e Saúde**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 3, 2020, e00280112. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1981-77462020000300303&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-77462020000300303&lng=en&nrm=iso). DOI: 10.1590/1981-7746-sol00280. Acesso em: 13 dez. 2020.

SANTOS, Ricardo Ventura; PONTES, Ana Lucia; COIMBRA JR., Carlos E. A. Um “fato social total”: COVID-19 e povos indígenas no Brasil. **Caderno de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 36, n. 10, e00268220, 2020. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-311X2020001000201&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2020001000201&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 14 dez. 2020. DOI: <https://doi.org/10.1590/0102-311x00268220>. Acesso em: 13 dez. 2020.

SONTAG, Susan. **Diante da dor dos outros**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2002.

VILCHES, Lorenzo. **La lectura de la imagen**. Prensa, cine, televisión. Barcelona: Paidós, 1984.

VILCHES, Lorenzo. **Teoría de la imagen periodística**. Barcelona: Paidós, 1997.

# *Transformações no ecossistema jornalístico e o deserto de notícias no Espírito Santo<sup>1</sup>*

*Rita Benezath  
Ruth Reis*

Já não é novidade que o jornalismo enfrenta uma crise no modelo de negócios e tem se deparado com constantes mudanças no consumo de notícias, ocasionadas principalmente pela internet, e com o fechamento de jornais. Com isso, o jornalismo, que durante os séculos XIX e XX construiu hegemonia na produção e circulação de informações sobre o cotidiano, sofre os revezes de um processo de substituição da base tecnológica. A *internet* e as redes sociais possibilitaram a ampliação do acesso individual à produção e distribuição

---

1 Este artigo é resultado de estudos desenvolvidos no âmbito da pesquisa Modelos metodológicos para estudo de discurso e narrativas em processos de comunicação contemporâneos no contexto da cibercultura, financiada pela Fapes, Edital Fapes n. 21/2018 – Universal.

de informações. Com elas, os hábitos mudaram. Devido às notícias serem em tempo real, não é necessário que o leitor espere a divulgação em uma mídia tradicional, pois diversos usuários já compartilham informações durante o desenrolar do fato.

A redução da oferta de conteúdos jornalísticos é considerada um problema para o exercício da democracia e da vida cívica. Dezoito estudos sobre jornalismo comunitário, divulgados por Josh Stearns, da ONG *Democracy Fund*<sup>2</sup> demonstrou isso. Nos distritos dos Estados Unidos, onde a votação é opcional, os moradores demonstraram dificuldades para escolher candidatos onde a cobertura local era escassa (LAWLESS, HAYES, 2015). No Brasil, 37 milhões de pessoas vivem nos chamados deserto de notícias, onde não há presença de nenhum veículo jornalístico — seja rádio, TV, impresso ou on-line. Isso significa 17,9 % da população brasileira (ATLAS DA NOTÍCIA, 2019).

No Espírito Santo<sup>3</sup> o mesmo levantamento informa que 50 % da população de quase quatro milhões de habitantes vive em desertos de notícias e cerca de 28 % em quase desertos (lugares com até dois veículos de comunicação). Para compreender como essa realidade se apresenta de forma efetiva, empreendemos uma pesquisa que busca mapear as mudanças nos hábitos de consumo de informações sobre a atualidade e questionar se estas impactam no exercício da cidadania, como apregoam autores que estudam as mudanças no campo do jornalismo, e o desaparecimento/transformações dos jornais. Também nos propomos a discutir como a internet e as redes sociais, tão presentes no cotidiano das pessoas, formam um território informacional que, teoricamente, preenche as demandas informacionais, rivalizando com o campo do jornalismo. Para isso, iniciamos por buscar uma primeira aproximação com o tema, estudando um caso pontual de produção e circulação de informações

---

2 Disponível em: <https://democracyfund.org/who-we-are/>. Acesso em: 28 jul. 20.

3 Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/>. Acesso em: 28 jul. 2020.

sobre a covid-19 em quatro cidades de pequeno porte do estado do Espírito Santo, característica que corresponde a municípios de até cem mil habitantes (IPEA, 2019), distribuídas em diferentes pontos do estado como mostraremos a seguir.

Consideradas as condições de pesquisa que dispúnhamos, uma vez que foi conduzida durante a pandemia, momento em que vigora o distanciamento social como medida de prevenção, não foi possível realizar visitas presenciais. Optamos então por buscar uma aproximação por meio de páginas no *Facebook*, por ser a segunda plataforma de rede social mais utilizada no Brasil, atrás apenas do *Youtube*.<sup>4</sup> As páginas que se mostraram mais promissoras foram as administradas pelas prefeituras locais, uma vez que outras, pertencentes a associações locais ou emissoras de rádio, não estavam sendo atualizadas com frequência.<sup>5</sup> Em nossa observação empírica não sistemática foi possível perceber que as prefeituras se apresentam como importantes provedoras de informação local, especialmente em momentos como esses, de crise sanitária.

Realizamos o levantamento de postagens nas páginas das quatro prefeituras, manualmente, no período de 16 de junho a 16 de julho de 2020, que corresponde a um dos momentos de elevação de casos de covid-19 no Espírito Santo. A partir da coleta, analisamos as postagens e construímos uma tipologia com as informações selecionadas pelos municípios para serem entregues aos cidadãos. Como método, recorreremos à análise de conteúdo, optando pela “análise categorial temática” (BARDIN, 1977, p. 46), uma das propostas desse modelo metodológico.

A seguir apresentamos as principais categorias conceituais que guiam estes estudos e, em seguida, o resultado da pesquisa empírica,

---

4 Disponível em: <https://wearesocial.com/>. Acesso em: 20 set. 2020.

5 Foram encontradas as seguintes páginas: Associação de Moradores de Boa Esperança; Eu curto São Roque do Canaã; São Roque On-line, São Roque Notícias; Associação dos Animais de São José do Calçado, e Newspaper ES, de Boa Esperança.

cujo objetivo foi o de construir uma compreensão prévia sobre a atuação dos entes privilegiados como são as prefeituras nas redes de comunicação locais, identificando as características das mensagens que produzem e fazem circular.

## DESERTO DE NOTÍCIAS

Tomamos como referência inicial o conceito de deserto de notícias, surgido nos Estados Unidos, após o fechamento de vários jornais na primeira década dos anos 2000. Penelope Muse Abernathy é referência no assunto e estuda o tema no *Center for Innovation and Sustainability in Local Media* da Universidade de Carolina do Sul. A iniciativa mapeou quais locais no país norte-americano em que há apenas um jornal ou nenhum. Outro projeto como a mesma finalidade é o *America's Growing News Desert*, da revista *Columbia Journalism Review*, que inspirou o projeto brasileiro Atlas da Notícia. Iniciada em 2017, esta é uma iniciativa do Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor),<sup>6</sup> que mapeia a presença de veículos de comunicação no território brasileiro.

A premissa por trás do conceito é a de que as comunidades que não dispõem de veículos institucionalizados de jornalismo vivem em desertos de notícias e têm a cidadania afetada, por não disporem de informações de qualidade que favoreçam a participação nas decisões coletivas, submetendo-as à desinformação e à manipulação. Esta é uma questão importante e controversa, que exige compreender as redes de informação que vigoram em determinados espaços-tempos, uma vez que não é seguro atribuir apenas aos veículos jornalísticos convencionais, a primazia do provimento informação com qualidade, dada a disponibilidade e acesso facilitado na *web* a fontes de alta reputação. A produção e circulação de informações atuais, por meio da

---

6 PROJOR (Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo). **Atlas da Notícia**, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/> Acesso em: 28 jul. 2020.

internet e das mídias sociais, configuram um dispositivo que, teoricamente, pode ser tão capaz de promover a cidadania quanto foi o jornalismo. Mas esta hipótese ainda demanda maior conhecimento sobre o funcionamento e o *ethos* que vigora nesse novo sistema e também sobre sua influência em relação ao próprio sistema jornalístico.

## JORNALISMO LOCAL

Uma das questões que se colocam no debate sobre a crise do jornalismo, o desaparecimento dos jornais e a prevalência de um sistema de comunicação em rede de alcance global é o impacto sobre o local. O surgimento da internet tornou mais fácil o acesso a informações e conexões de todo o mundo, o que ficou conhecido como globalização. No entanto, o local ainda persiste como espaço de vivência de cada um de nós, mesmo que atravessado por todos os vetores do global. Surge, assim, um novo conceito: o *glocal*, que busca compreender o local em articulação com o global. Franco (2003) conceitua o local como “necessariamente o pequeno, mas não no sentido territorial ou populacional e sim no sentido daquilo que foi tornado pequeno pela força de alta ‘tramatura’ social” (FRANCO, 2003, p. 140). Para o autor, *glocalização* é “uma planetarização e uma comunitarização”. Já Milton Santos (2002) discorre sobre a interferência da localização do indivíduo sobre a participação política e alerta para a desigualdade geográfica:

É impossível imaginar que uma cidadania concreta que prescindia do componente territorial [...]. O valor do indivíduo depende do lugar em que está e que, desse modo, a igualdade dos cidadãos supõe, para todos, uma acessibilidade semelhante aos bens e serviços, sem os quais a vida não será vivida com aquele mínimo de dignidade que se impõe. (SANTOS, p. 144, 2002)

Outro conceito surge para tornar ainda mais complexa a compreensão das dimensões espaciais e simbólicas contemporâneas: o

hiperlocal. Juliano de Carvalho e Angela de Carvalho discutem a convergência de mídias e o conceito de hiperlocal, a partir do campo do jornalismo:

O jornalismo passa por uma transformação que transita entre a circulação da informação em tempo real, dinâmica e de grande alcance e a necessidade de adaptar a produção de conteúdo para os públicos locais. Nasce, assim, o conceito de hiperlocal. (CARVALHO; CARVALHO, 2014, p. 73)

Autores como Dellagnello e Baldessar (2013, p. 105) observam nas experiências do jornalismo hiperlocal a participação ativa do usuário e a prática de colocar em cena temas que interessam aos usuários, assinalando que essa cobertura adquire a capacidade de enfrentar critérios de seleção de informações produzidos no interior das grandes corporações comunicacionais.

Cândida Emília Lemos e Reinaldo Pereira (2011, p. 8) apontam que não há uma definição oficial para o hiperlocal, mas que é caracterizado como “uma modalidade de cobertura e produção jornalística de conteúdo sobre uma comunidade específica com vistas para o Jornalismo Colaborativo (quando a própria comunidade passa a participar do processo de construção desses conteúdos)”.

A produção de informações e também de narrativas sobre o local é preponderante para a construção de um conhecimento sobre o território, o lugar ou, como propõe Lefebvre (2000), do espaço vivido. Esse conhecimento é potencialmente gerador de cidadania, uma vez que cria as condições básicas de participação e ação cívica, portanto de exercício de cidadania. O jornalismo vem cumprindo a função de oferecer um leque de informações, tendo ao longo de seu desenvolvimento, procurado dar conta dessas múltiplas camadas de vivências que se colocam em níveis local, regional e global. O novo sistema de comunicação tem maior potencial no âmbito local, por encorajar a participação por meio da produção de conteúdos por parte dos indivíduos.

## REDES SOCIAIS

Sempre que mudanças ocorrem, especulações sobre o fim de algum meio de comunicação surgem. O século XXI viveu a maior delas: o surgimento na internet e das redes sociais e com elas as apostas de fim da era do jornalismo. Ainda não é certo que o jornalismo vai perecer, mas é certo que o ecossistema de comunicação se transforma. As redes também interferem na agência noticiosa, com assuntos em alta na internet e que viram reportagem, além de o *feedback* agora ser imediato, e não mais por meio das “cartas dos leitores”. Também abriu espaço para projetos de produtos noticiosos importantes, como os de coletivos focados em temas específicos, que nem sempre se traduzem em pautas nos jornais. É neste ecossistema que se desenvolve, ainda, a circulação infinita de assuntos locais. Segundo Raquel Recuero:

Sites como o *Twitter*, o *Facebook* [...] passaram assim a dar também uma nova dimensão informativa para a sociedade, gerada pela construção e pelo espalhamento das informações pelas redes sociais suportadas pelas ferramentas. Com isso, ferramentas cujo princípio basilar seria social passam a ter um novo valor informativo diferenciado. (RECUERO, 2011, p. 6)

É interessante pontuar que a internet se tornou um espaço de disseminação rápida de informações sem fundamento empírico, o que tem sido entendido como um fenômeno de desinformação ou *fake news*. Segundo Lins (2018), as *fake news* são notícias fraudulentas. O ecossistema das redes propicia o compartilhamento rápido de conteúdos, cuja origem e veracidade normalmente não são checadas. Por trás disso, há quem lucre politicamente e economicamente. A internet e as mídias sociais, portanto, se colocam como um território informacional relevante quando se trata do sistema de comunicação contemporâneo e, em especial, da produção de informações sobre o presente. São ambientes em

que as pessoas passam grande parte do dia utilizando recursos disponíveis para produção e compartilhamento de vivências.

## COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA

O debate sobre o local, as dinâmicas informacionais contemporâneas e o deserto de notícias nos levam a outro conjunto de questões, ensejado pelos estudos sobre comunicação comunitária. Peruzzo (2006) elenca um feixe de termos que caracteriza o conceito:

Grosso modo, a comunicação comunitária é aquela elaborada no âmbito de comunidades, representa o exercício da liberdade de expressão e de participação popular através de canais próprios, com a finalidade de difundir conteúdos orgânicos à própria realidade, e como forma de promover a educação informal e a mobilização comunitária. Já a imprensa alternativa, salientamos apenas. (PERUZZO, 2013, p. 89)

A autora (2013, p. 89) também observa que há um processo de apropriação nas tecnologias digitais por parte de movimento sociais e comunidades que cria novas formas de identificação e formação de comunidades. Embora o conceito de comunicação comunitária remeta a um universo de uma comunicação popular e alternativa que “gera processos cooperativos de organização e se pauta por transmitir conteúdos infocomunicativos tratados de maneira diversa daqueles que circulam nos *mass media* tradicionais” (PERUZZO, 2011, p 84), também agrega abordagens relevantes para uma melhor compreensão sobre as mutações contemporâneas nos processos de comunicação e constituição da cidadania. Isso porque as redes podem se tornar aliadas no fazer-se ouvir dos cidadãos, por meio da comunicação comunitária. Com a internet não é preciso uma grande estrutura para a disseminação de conteúdo.

## A NOTÍCIA NOS DESERTOS

Para esta pesquisa, de natureza exploratória, selecionamos cidades situadas em diferentes regiões do Espírito Santo: São José do Calçado (região de Caparaó, no sul do estado), que não possui veículos de comunicação; Boa Esperança (Nordeste), que tem uma rádio; São Roque do Canaã (Centro-Oeste), também conta com uma rádio comunitária; e Piúma (litoral sul), que conta com dois jornais impressos de pequeno porte (Tabela 2). Segundo aponta o Atlas da Notícia (2019), as três cidades são consideradas quase deserto de notícias, exceto São José do Calçado, que é considerada deserto. No Atlas (2019) não consta o registro de uma rádio comunitária em São Roque do Canaã, mas que foi mapeada nesta pesquisa por meio de consulta com moradores locais.

**Tabela 2:** População das cidades Espírito Santo e distância da capital Vitória

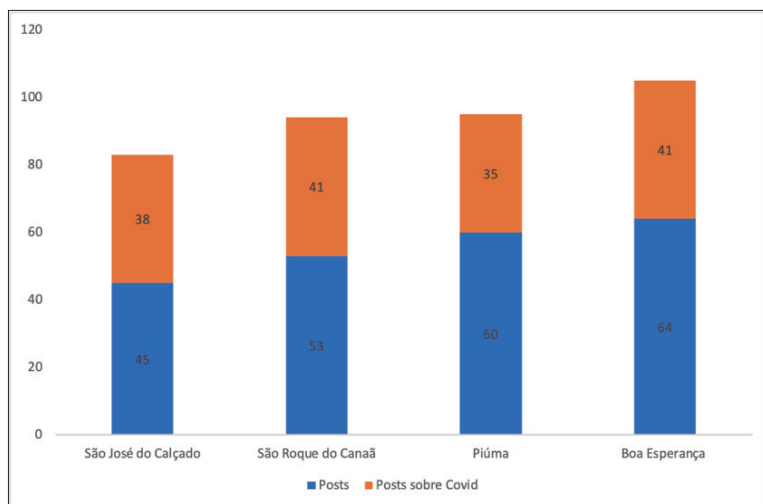
Cidade	Distância da Capital	População estimada (IBGE, 2020)	Densidade demográfica (IBGE, 2020)	Seguidores nas páginas Facebook
Piúma	72.38 km	22.053	242,18 hab/ km <sup>2</sup>	15.341*
Boa Esperança	195.548 km	15.092	33,14 hab/km <sup>2</sup>	4.409*
São Roque do Canaã	76.481 km	12.510	32,96 hab/km <sup>2</sup>	5.136*
São José do Calçado	160.051 km	10.546	38,06 hab/km <sup>2</sup>	848*

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e a autora

\*Dados coletados em junho de 2020

No período analisado, de 16 de junho a 16 de julho de 2020, a pandemia foi assunto preferencial nas páginas das prefeituras. Conseguimos identificar nas quatro prefeituras um total de 377 postagens, sendo em quase metade de cada uma das prefeituras referentes à covid-19 (Gráfico 12).

**Gráfico 12:** Comparativo de postagens sobre assuntos gerais e sobre covid-19



Fonte: a autora

Na maioria dos casos, as postagens foram feitas por meio de imagens e textos. Vídeos foram utilizados em poucas ocasiões. Analisado o conjunto das postagens e adotando o método de definição de categorias a posteriori, identificamos e construímos cinco categorias temáticas: Informativa (reúne postagens provenientes de boletins de governo e comunicados locais); orientação (sobre medidas a serem adotadas pela população); ações (da prefeitura para combate à covid-19); obituário (comunicados de óbito); interações afetivas (demonstrações solidariedade e esperança).

**Tabela 3:** Categorização dos conteúdos e proporção de ocorrências de cada categoria

Cidade	Informativas	Orientação	Ações	Obituário	Interações afetivas
Boa Esperança	73,17%	12,20%	2,43%	12,20%	-
São Roque do Canaã	73,17%	2,43%	7,31%	4,9%	12,19%
São José do Calçado	84,44%	7,90%	18,42%	2,63%	-
Piúma	82,85%	5,72%	11,43%	-	-

Fonte: a autora

No universo de 222 postagens realizadas pelas prefeituras, sendo 155 sobre a pandemia, constatamos que a maioria é informativa, como mostra a **Tabela 3**. São divulgados os novos casos registrados em vinte e quatro horas, com número de pessoas curadas, de óbitos, de casos suspeitos e notificados nas cidades, cujos dados são provenientes do governo do Estado, que mantém o “Painel covid-19”,<sup>7</sup> sistema público de dados sobre a doença, como número de infectados por bairro e cidade, curados, casos descartados, número de mortos, entre outras informações.

Em segundo lugar, estão as postagens de orientação (**Tabela 2**). Estas abrangem principalmente os cuidados pessoais para evitar o contágio às medidas adotadas pelos municípios, geralmente com imagem e chamadas breves. No caso de novos decretos, algumas prefeituras acrescentam o *link* para direcionamento ao sítio virtual, com possibilidade de o morador acessar mais detalhes. Por fim, consideramos como interações afetivas, na cidade de São Roque do Canaã, publicações como “Seu amigo testou positivo para covid-19?

<sup>7</sup> Disponível em: <https://saude.es.gov.br/Not%C3%ADcia/sesa-lanca-sistema-publico-para-consulta-dos-dados-da-covid-19>. Acesso em: 17 jul. 2020.

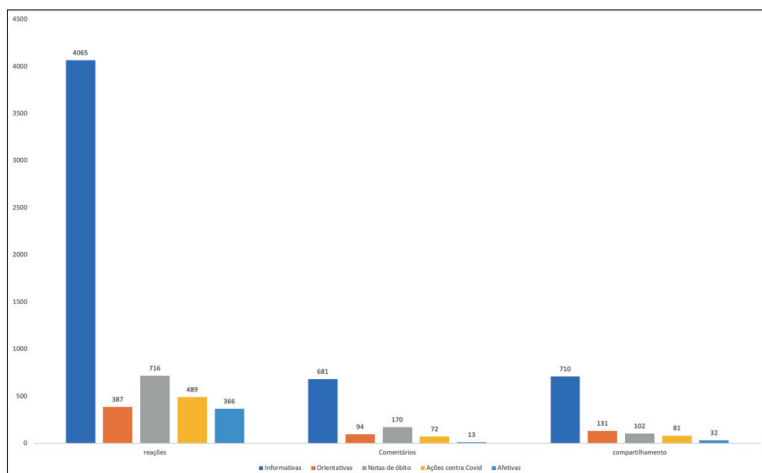
Acalme esse coração ansioso, as coisas vão se ajeitar”.<sup>8</sup> Observa-se que a de prefeitura de São José do Calçado investiu no didatismo em algumas postagens, como, ao esclarecer a diferença entre distanciamento social, quarentena e isolamento e ao explicar como funcionam os boletins. Mas esta alternativa não é frequente em todas as páginas analisadas. Geralmente as postagens são sucintas e objetivas, usam linguagem de fácil acesso e imagens cativantes.

Os números encontrados indicam que conseguem obter engajamento dos moradores locais, no entanto, em geral as redes sociais são complementadas com outros recursos de divulgação como os carros ou bicicletas de som informando e orientando os moradores. No total de postagens, nas ações de comunicação sobre a pandemia no *Facebook* realizadas pelas prefeituras das quatro cidades (Gráfico 13) observa-se a predominância de reações por meio de ícones disponíveis na plataforma principalmente para as postagens de natureza informativa, seguida pelas informações de óbitos. As informativas e óbitos também são os tipos de posts que recebem mais comentários e a informativas as que recebem mais compartilhamentos.

---

8 Disponível em: <https://www.facebook.com/prefeiturasaoroque/photos/a.710700152327711/3369870523077314>. Acesso em 31 de maio de 2021.

Gráfico 13: Engajamento por tipo de postagem



Fonte: a autora

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados coletados e as informações precedentes nos permitem apontar que o novo ecossistema de comunicação edificado sobre a internet apresenta questões importantes tanto ao campo do jornalismo quanto da produção e promoção da cidadania. Considera-se oportuno refletir sobre o conceito de deserto de notícias. É realmente um “deserto” por não haver veículo institucionalizado? Conforme discutido, a internet possibilitou a criação de outros produtos noticiosos também importantes, que não possuem necessariamente ligação com a grande mídia, sejam eles produzidos pelo jornalismo profissional, seja por indivíduos ou coletivos independentes.

As redes sociais podem ajudar na prática da comunicação comunitária e no desenvolvimento da cidadania, visto que proporcionam discussões que nem sempre têm voz nos periódicos tradicionais. Torna-se necessário, também, investigar como se dá o acesso à informação por parte dos cidadãos que vivem nas cidades caracterizadas

como sendo desertos de notícias, além de compreender como o novo ecossistema de informação afetou os hábitos de leitura e consumo de notícias e informações desses moradores.

Os sítios virtuais institucionais das prefeituras têm desempenhado um papel importante neste momento em que a informação se transforma em caso de “vida ou morte”. A ausência de jornais que cumpram o papel de manter a comunidade atualizada sobre as questões de seu interesse faz com que a esfera da visibilidade pública (GOMES, 2008) seja promovida por meio de outros atores, entre os quais o próprio poder público e as redes comunitárias que se auto-organizam de diversas formas. A presença das plataformas de redes sociais nesses processos têm se apresentado como instrumentos centrais na medida em que se expande o alcance da internet no interior e aumenta o número de pessoas conectadas.

No período da pandemia de covid-19, a produção de monitoramento de casos e informações por parte do governo do estado e sua reprodução por meio das prefeituras tem sido crucial para o controle da propagação da doença. Isso coloca em relevo a importância da comunicação pública, produzida de forma responsável, de modo a contribuir para combater a desinformação promovida seja pela inexistência de veículos de comunicação jornalísticos, seja pela propagação de *fake news*, prática que tem sido comum nas redes digitais. Como se pode observar no levantamento apresentado, a predominância da categoria informativa demonstra que as prefeituras atuaram positivamente no ecossistema informacional, replicando os números fornecidos pelo estado e agregando os gerados nessas cidades, compondo assim um painel mais detalhado da propagação da doença e contribuindo para orientar a população.

# Referências

BALDESSAR, M; DELLAGNELLO, P. Jornalismo hiperlocal e o desafio da criação de uma agenda noticiosa internacional plural. **Intexto**, Porto Alegre, n. 28, p. 53-62, jul. 2013 Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/41161/26091>. Acesso em: 2 out. 2020

CARVALHO, J. M. de; CARVALHO, A. M. G. de. Do hiperlocal aos insumos criativos: as mutações do jornalismo na contemporaneidade. *In*: BRONOSKY, M.; CARVALHO, J. M (orgs.). **Jornalismo e Convergência**, Cultura Acadêmica Editora, São Paulo, n. 135, p. 69-88, 2014.

COLUMBIA UNIVERSITY. Projeto que mapeia o deserto de notícias nos Estados Unidos. **Columbia Journalism Review**. Disponível em: [https://www.cjr.org/local\\_news/american-news-deserts-donuts-local.php](https://www.cjr.org/local_news/american-news-deserts-donuts-local.php). Acesso em: 02 out. 2020.

FRANCO, Augusto. **Pobreza & desenvolvimento local**. Brasília: Aed, 2002.

GOMES, Wilson. Da discussão à visibilidade. *In*: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley. C. M. (orgs.). **Comunicação e democracia. Problemas e perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008.

LEFEBVRE, Henri. **A produção do espaço**. Paris: Anthropos, 2000.

LEMOS, C. E. B.; PEREIRA, R. M. Jornalismo hiperlocal no contexto multimídia: um relato da experiência do jornal-laboratório *Contra-mão On-line*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. In: (INTERCOM). XVI CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 12 a 14 de mai. 2011, São Paulo. **Anais eletrônicos...** Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0588-1.pdf> . Acesso em: 2 out. 2020.

PERUZZO, C. Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária. In: (INTERCOM). XXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 6 a 9 de set. 2006, Brasília. **Anais eletrônicos...** p. 4-14. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/116338396152295824641433175392174965949.pdf>. Acesso em: 10 out. 2020.

PERUZZO, C. Movimentos sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que “o gigante acordou”. **MATRIZES**, v. 7 n. 2, p. 73-93, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v7i2p73-93>. Acesso em: out. 2020.

RECUERO, R. “Deu no Twitter, alguém confirma?” Funções do Jornalismo na Era das Redes Sociais. In: (SBPJor). ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 9., 3 a 5 nov. 2011, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2011, p. 6. Disponível em <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/sbpjorreacuero.pdf>. Acesso em: 8 out. 2020.

SANTOS, Milton. **O espaço do cidadão**. 7. ed, 2. reimpr. São Paulo: da Universidade de São Paulo, 2014.

# *Jornalismo do bem na era das fake news*

*Caroline de Marchi Pignaton<sup>1</sup>*

Apesar do campo do jornalismo estar em permanente movimento, sofrendo transformações em seus modos de funcionamento e condições de produção, as velhas estruturas ainda persistem no que diz respeito a rotinas e definições atreladas à ordem produtiva do capital. Com as novas práticas da era da comunicação digital, novas estruturas foram se formando e com elas novas táticas e estratégias de se fazer jornalismo. O modelo baseado em rede transformou o sistema comunicacional de um modo em que partes ou atos do jornalismo podem ser praticados em alguma medida por todos (STEARNS, 2013). O material jornalístico passa a ser produzido não só por profissionais da área, mas também por pessoas que exercem outras atividades e que assumem o papel de comunicadores ou criadores de conteúdo.

Nesse cenário, a diversidade de práticas do jornalismo cresceu e houve uma “democratização” da produção de conteúdos, dando lugar de fala a novas vozes antes suprimidas por quem detinha o

---

1 A autora contou com bolsa de estudos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

capital de produção. Ao mesmo tempo, o processo de desprofissionalização do jornalismo criou condições e abriu espaço para as chamadas *fake news*, que apesar de não são um fenômeno novo, propagam-se muito mais facilmente com a internet e ganharam muita relevância desde as eleições presidenciais americanas, em 2016, tornando-se objeto de disputa para demarcar o campo do jornalismo. Como o próprio nome já diz, as *fake news* vão desde matérias inventadas e divulgadas, que não possuem nenhuma relação com a realidade, até matérias distorcidas e totalmente parciais sobre assuntos em evidência.

Do lado oposto, a comunicação em rede também possibilitou o aumento do chamado jornalismo “do bem”, cuja produção está pautada para dar visibilidade a determinadas causas sociais, fornecendo uma visão mais precisa da realidade. Essa categoria jornalística se situa entre o jornalismo tradicional, que conta uma notícia sem se envolver com seus protagonistas, e o jornalismo ativista, que declara abertamente a defesa de uma causa e investe numa apuração mais detida, transformando a informação em uma ferramenta para a militância.

Mais do que um rótulo, o jornalismo do bem, também denominado jornalismo moral (WIESSLITZ, 2011), busca envolver o cidadão nas causas em questão, contribuindo para que ele seja considerado ator social na solução de determinadas bandeiras de luta, mas o que o distingue não é a forma de informar e sim o assunto a ser abordado. Mesmo seguindo os cânones do jornalismo clássico como a objetividade e a estética da imparcialidade, por exemplo, ele se ocupa de temas que estão fora da agenda convencional da imprensa, buscando sempre o comprometimento social com a pauta.

## FAKE NEWS VERSUS JORNALISMO DO BEM

Há um abismo entre as ditas *fake news*, cuja produção é atribuída a entes que se estruturam ora como organizações sociais ora com a

aparência de pequenos negócios de mídia e se especializam em criar, recriar e colocar em circulação narrativas sem conexão com ocorrências empíricas, e o jornalismo do bem ou jornalismo moral, em que há a preocupação em demonstrar evidências mais precisas sobre as ocorrências, aproximando-se do público ao qual ela é destinada.

Enquanto o jornalismo do bem é embasado em valores éticos e morais, as *fake news* evidenciam-se pela manipulação do sentimento do público para engajá-lo a reproduzir a informação inverídica ou distorcida da forma que lhe é conveniente. Manchetes sensacionalistas, histórias fabricadas, boatos não são nenhuma novidade no contexto do ambiente comunicacional, mas o diferencial do ambiente on-line em rede é a capacidade de circulação e disseminação dessas informações.

De acordo com o *A field guide to Fake News and other information disorders*,<sup>2</sup> as notícias falsas podem ser consideradas não apenas em termos da forma ou conteúdo da mensagem, mas também em termos de infraestruturas mediadoras, plataformas e culturas participativas que facilitam a sua circulação e por isso o significado das notícias falsas não pode ser totalmente compreendido fora da sua circulação *on-line*. Portanto, as notícias falsas só são reconhecidas como tal devido ao seu alcance. “Para se tornar *fake news* eles precisam mobilizar um grande número de públicos — incluindo testemunhas, aliados, reações e compartilhamentos, assim como oponentes para contestar, sinalizar e desmenti-los” (BOUNEGRU *et al.*, 2017, p. 18).

Nesse cenário surgem as iniciativas de *fact checking*, que começaram de forma independente, mas hoje parte delas se aproxima nos grandes *players*, *Facebook* e *Google*, e também da mídia tradicional, trazendo um novo componente ao já tensionado campo da comunicação. Trata-se de um tema polêmico, pois envolve dispositivos de

---

2 Guia do *Public Data Lab*, uma nova rede de pesquisadores que trabalha para facilitar a pesquisa, o engajamento e o debate público sobre o futuro da sociedade de dados e foi produzido em colaboração com a *First Draft*.

controle ainda não muito claros para todos os que participam das trocas comunicacionais. Com a ampliação da circulação de notícias produzidas nas redes por qualquer pessoa de modo geral, a confiabilidade e a procedência das informações e dos fatos estão sendo atreladas aos sítios virtuais de notícias das grandes empresas de comunicação como forma de confirmação de veracidade (FIGARO, 2014).

Enquanto as *fake news* se tornam o objeto que mobiliza os esforços pela preservação do lugar de autoridade do jornalismo e seus operadores, e são vistas como uma conjuntura comunicacional “do mal”, o jornalismo moral ou do bem, é uma espécie ou um desdobramento do jornalismo cívico como prefere chamar o professor Nelson Traquina, que retoma valores essenciais do jornalismo esquecidos no dia a dia em meio a produção de notícias (COSTA FILHO, 2006).

Esse novo jornalismo caminha no sentido contrário do *status quo* das produções de notícias e, apesar de ter surgido na década de noventa, nos Estados Unidos, em reação ao período eleitoral anterior em que os jornalistas não foram capazes de perceber e se posicionar, ganhou mais notoriedade com a disseminação dos meios de comunicação virtuais, pois eles não necessitam de tanto investimento de capital como o das mídias tradicionais, facilitando o acesso do público a esse novo modelo de jornalismo, que também recebeu outras nomenclaturas como jornalismo comunitário, jornalismo público, jornalismo de solução, jornalismo cidadão, dentre outros. Mesmo tendo algumas especificidades distintas, no geral, eles convergem para a prática de um jornalismo rotulado como “do bem”.

Por essa facilidade da sociedade contemporânea em produzir informação no ambiente virtual, a mediação da imprensa tradicional não é indispensável, diversificando e interferindo no papel do jornalismo e no valor de mercado da notícia além de dar lugar a novas formas de praticar jornalismo. Nesse contexto, o jornalismo do bem pode encontrar seu lugar e espaços para desenvolver um papel propriamente dele: levar o jornalismo para perto do cidadão e resgatar

a credibilidade perdida pelo jornalismo tradicional que afastou seu público pela visão pessimista e distorcida da realidade, gerando apatia e descrença na democracia.

Para Merrit (*apud* TRAQUINA, 2015), o jornalismo pode e deve ser uma força fundamental na revitalização da vida pública e o jornalismo do bem se propõe a vislumbrar isso se tornando intermediador de notícias na era digital, promovendo, ou ao menos buscando promover, um novo modelo de jornalismo que desafia os valores jornalísticos associados ao jornalismo da era moderna através das plataformas digitais.

Cabe salientar que o jornalismo do bem não milita nem participa dos eventos, mas sim testemunha os mesmos, e reproduz certo tipo de empatia com o intuito de mudar a realidade testemunhada. O “fazer jornalismo” está experimentando mudanças que vêm alterando o seu papel social, transformando o seu valor de uso tanto de forma mais comercial quanto de forma social. Assim, enquanto há uma forte tendência de se alinhar ao público-consumidor seguindo a lógica da ordem econômico-política hegemônica, há também esse novo processo do jornalismo moral que encontra relevância em camadas da sociedade e desperta interesse até mesmo dos grandes grupos de mídia, não pela sua essência, mas pela exigência de um contexto novo em que os usuários têm mais interação e respondem mais rápido ao que é publicado:

Com essas transformações em curso, a captura pela atenção da audiência, independentemente da plataforma midiática da qual o público faça uso, ocorre em grande proporção, e cada vez com maior frequência, a partir da elaboração de um pacote personalizado de notícias moldado pelos hábitos expostos e executados pelos indivíduos na internet. Desse modo, o jornalista ou quem pratica jornalismo terá acesso aos gostos dos usuários e vai indicar a eles um cardápio noticioso considerado mais relevante de acordo com seu perfil de leitura. Assim, a autoridade jornalística

é cada vez mais baseada nos indivíduos, e cada vez menos baseada nas instituições. (SCHUDSON, 2011, p. 146)

As interações centrais da vida cotidiana, sejam elas públicas ou privadas, estão sendo realizadas de maneira indireta, mediata, através de diferentes meios, tecnologias e fluxos informativos dos quais participam (OROZCO GÓMEZ, 2014). Para Orozco Gómez a condição comunicativa mudou, configurando um novo cenário, caracterizado por formulações ou narrativas necessárias a oferecer uma cidadania comunicativa, que antes se atinha mais ao local e agora se levanta para o mundo. Por condição comunicativa entende-se o fato inescapável da múltipla interação entre audiências-usuários e telas. Nesse sentido, o típico receptor se torna também emissor em um processo de tentativas e erros dentro de uma transformação cultural para situar-se como um cidadão midiático, que produz conteúdos e se comunica com direitos e responsabilidades. Do contrário, pode falsear a realidade como acontece no caso das *fake news*. Por outro lado, pensando no jornalismo do bem, aproveita-se esse intercâmbio consciente para criar novas condições para o jornalismo e para a cidadania através das novas formas de produção e transmissão de informação.

Essa democratização das “telas” não é significado de democracia e, tampouco, de cidadania. Pressupor que a interatividade dá lugar igualitário para todos é no mínimo imprudente. Existem aí muitas variáveis que exigem estudos mais aprofundados, mas fato é que toda essa disponibilidade de acesso e produção de conteúdo cria condições e possibilidades que podem ser usadas para o “bem” e para o “mal”. A questão é saber onde fica o jornalismo tradicional nesse espaço disputado de respostas imediatas. O que é e o que não é jornalismo?

A autoria de certos produtos audiovisuais se intercambia e transforma pelos usuários, dilui-se, de um lado ou de outro; as novas produções facilmente desconhecem, porque não é evidente, a origem de muitos produtos midiáticos-informáticos. Onde fica a

propriedade intelectual ou a artística, ou a científico-tecnológica em produtos-mercadorias que parecem não ter quem se responsabilize por eles, mesmo que, talvez, haja quem os aproveite e mercantilize? Uma cidadania comunicativa, pois, deve pressupor as considerações imprescindíveis para realizar ética e democraticamente uma crescente “convergência interativa” de cidadãos com telas, e de cidadãos entre si, a propósito das telas. (GÓMEZ, p. 101, 2014)

A principal característica do jornalismo dito do bem é construir um novo relacionamento com o público que contribua para o sentimento de pertencimento e de cidadania. Traquina (2005) considera esse movimento um dos mais importantes do campo jornalístico dos últimos trinta anos, pois o público precisa entender-se primeiro como cidadão e ser construído junto a essa prática em um dar e receber constante de aprendizado, ações e resultados. Como exemplo temos o jornalismo de soluções, que propicia a inovação social através do engajamento dos cidadãos com as comunidades, produzindo senso de possibilidade mais preciso para solucionar os problemas. Esse formato é visto por alguns estudiosos como um desdobramento do jornalismo cívico, que foi estruturado pela ideologia comunitarista na qual se percebeu uma apatia política e o declínio da função social diante da preponderância do lucro, que afastaram o jornalismo do público e das comunidades (SOUZA, 2017).

Um relatório produzido em 2014, na Universidade do Texas, intitulado *The Power of Solutions Journalism*,<sup>3</sup> trouxe o jornalismo de soluções como reportagens críticas que investigam e explicam soluções credíveis para problemas sociais que podem orientar as comunidades sobre como lidar com esses problemas, facilitando a solução e tornando o público mais engajado nela (SOUZA, 2017):

---

3 Conferir Souza (2017) sobre original em inglês *Solutions journalism is critical reporting that investigates and explains credible responses to social problems*, foi financiado pelo Engaging News Project.

O objetivo ao adotar esse enquadramento é promover a circulação de um conhecimento com o qual as pessoas e as comunidades possam aprender e que as ajude corrigir os problemas da sociedade. Quando bem executado, o jornalismo de soluções consegue engajar mais pessoas, tanto por gerar uma sensação de eficácia ao seu redor, quanto por demonstrar ao indivíduo sua capacidade de, junto com os demais cidadãos, promover modificações na sua comunidade. (SOUZA, 2017, p. 53)

A possibilidade de se estabelecer uma ligação com a comunidade e expor sua realidade, voltando os olhares para a busca de resolutividade e engajamento, só reforça a ideia de que é possível fazer um jornalismo do bem e causar impacto positivo na sociedade, gerando responsabilidade e cidadania para as partes envolvidas nos temas abordados. Isso gera debate público, estimula a resolução dos problemas e pode até mudar políticas governamentais, porém, não existe militância para essa ou aquela solução específica, existe um olhar voltado para aquele fato, uma personificação da causa, que muitas vezes, está ausente do debate público, ou seja, o cidadão não está consciente sobre o assunto ou se sente incapaz de fazer algo a respeito.

A pesquisadora israelense Carmit Wiesslitz<sup>4</sup> dedicou-se ao tema estudando o sítio virtual *Macksonwatch*, criado por jornalistas, mulheres israelenses que monitoram há anos a entrada e saída de palestinos nos territórios ocupados às margens ocidental do rio Jordão. O sítio virtual mostra a vida desse povo através de histórias pessoais, fotos, vídeos e textos, voltando para eles um olhar diferente do enfoque dado pela grande mídia. Para Wiesslitz (2011), é possível fazer

---

4 Carmit Wiesslitz leciona na Universidade Ben-Gurion, no Departamento de Estudos da Comunicação. É autora do artigo **Moral journalists: the emergence of new intermediaries of news in an age of digital media**, junto com Tamar Ashuri, professor no Departamento de Estudos de Comunicação da Universidade Ben-Gurion, Israel.

jornalismo com ferramentas da sociologia cultural em que o jornalista se torna um observador próximo, participante, mas não engajado, não militante. Para isso, o jornalismo deve caminhar equilibradamente em uma linha tênue para não interferir nas decisões da comunidade e do público para o qual será direcionada a notícia.

No Brasil a TV Cultura foi a precursora do que mais se aproxima do conceito do que chamamos aqui de jornalismo do bem, considerando ser pautada pelos princípios norteadores do que deveria ser um bom jornalismo de caráter público. Atualmente encontramos algumas iniciativas que podem ser consideradas também como pertencentes a esse segmento “do bem”, para além de iniciativas que se caracterizam por fazer um jornalismo mais engajado ou militante. Um desses exemplos é o sítio virtual da agência Só Notícia Boa, que afirma produzir um “jornalismo positivo”: “Somos uma agência nacional de notícia boa: uma plataforma de jornalismo positivo — com vídeo, áudio e texto — criada para ser uma alternativa para o público, cansado do noticiário violento da grande mídia”.<sup>5</sup> O sítio virtual de notícias investe num olhar mais humanitário e empático às questões sociais, e é voltado à repercussão de notícias positivas, contrariando o jornalismo habitual, composto em boa parte por notícias “ruins”. Em sua lista de princípios, destacam-se defender direitos iguais a todos os seres e repudiar qualquer tipo de preconceito, além de afirmarem não ter nenhum tipo de ligação com grupos religiosos ou políticos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

É curioso o contrassenso entre a preocupação com que o jornalismo do bem tem de explicar minuciosamente a que veio e como pode ter vários enquadramentos e o que diferencia uns dos outros nessa finalidade em comum de participar positivamente da construção social,

---

5 Disponível em: <https://www.sonoticiaboa.com.br/quem-somos/> Acesso em: 15 dez. 2020.

e a irresponsabilidade dos produtores de notícias falsas, que com objetivos bem definidos (econômicos, ideológicos e políticos) disseminam e conseguem engajamento tão facilmente nas redes de interação sem se preocuparem muito com as consequências dessas ações.

O intercâmbio de informações em tempo real antes insólito, agora atravessa o dia a dia dos cidadãos e traz novos desafios para a comunicação e também para a cidadania. Enquanto o jornalismo clássico busca se reinventar e achar um caminho frente a esse novo cenário, novos modelos informacionais estão sendo criados para o “bem” e para o “mal”, se assim puderem ser rotulados. Essa dicotomia gera insegurança social e afeta ainda mais o campo comunicacional que se encontra em crise, de certo modo ameaçado — e ao mesmo tempo desafiado — por novas estruturas, novas ferramentas e novos conceitos. Dessa forma, busca-se compreender o que está em curso e pressupor considerações a respeito das transformações em curso para criar condições de atuação nesse contexto informacional.

# Referências

BOUNEGRU, Liliana; VENTURINI, Tommaso; MAURI, Michele. **A Field Guide to “Fake News” and Other Information Disorders**. SSRN Scholarly Paper, no ID 3097666. Rochester, NY: Social Science Research Network, 8 jan. 2018. Disponível em: <https://papers.ssrn.com/abstract=3097666>. Acesso em: 7 jun. 2021.

COSTA FILHO, Paulo Celestino da. Jornalismo Público: por uma nova relação com os públicos. **Revista Organicom**, São Paulo, ano 3, n. 4, set. 2006.

DELMARO, Caroline; VALENTE, Jonas C. L. Fake news nas redes sociais *on-line*: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. **Media & Jornalismo**, v. 18, n. 32, 2018. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/pdf/mj/v18n32/v18n32a12.pdf>. Acesso em: 10 ago 2020.

FIGARO, Roseli; NONATO, Claudia; GROHMANN, Rafael. **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013.

FIGARO, Roseli. Jornalismo e trabalho de jornalistas: desafios para as novas gerações no século XXI. **Parágrafo**, v. 2, n. 2, p. 23-37,

2014. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recifofi/article/view/231>. Acesso em: 12 ago 2020.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. **Educomunicação: recepção midiática, aprendizagens e cidadania**. São Paulo: Paulinas, 2014.

SCHUDSON, Michael. As notícias como um gênero difuso: a transformação do jornalismo na contemporaneidade. **Comunicação & Cultura**, n. 12, p. 139-150, 2011. Disponível em: <http://comunicacaoecultura.com.pt/wp-content/uploads/08.-Michael-Schudson.pdf>. Acesso em: 17 jul. 2019.

SOUZA, Marina Göelzer de. **Jornalismo de Soluções: um caminho possível**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). 81 f. Faculdade de Jornalismo, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2017.

STEARNS, J. **Acts of Journalism: Defining Press Freedom in the Digital Age**. New York: Free Press, 2013.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo Cívico**. Vinte anos de Jornalismo contra indiferença. Imprensa da Universidade de Coimbra. 2015. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10316.2/36658>. DOI: [http://dx.doi.org/10.14195/978-989-26-0873-0\\_19](http://dx.doi.org/10.14195/978-989-26-0873-0_19). Acesso em: 28 nov. 2019.

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

WIESSLITZ, Carmit; ASHURI, Tamar. **Moral journalists: the emergence of new intermediaries of news in an age of digital media**. Israel, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1464884910388236>. Acesso em: 26 nov. 2019.

# Índice

## A

Algoritmo, 100

algoritmos, 18, 81, 86, 87, 95, 96,  
97, 99, 101, 102, 103, 104, 116, 164

Audiência, 49, 94, 95, 102, 220

Audiovisual, 10, 15, 128, 129, 130,  
131, 133, 136, 138, 139, 140, 141,  
142, 143, 146, 147, 149, 150, 151,  
152, 153, 154

## C

Campo, 10, 13, 14, 15, 16, 17, 21, 26,  
27, 28, 36, 43, 49, 50, 58, 69, 74, 76,  
78, 89, 93, 119, 122, 123, 128, 129,  
130, 131, 133, 134, 136, 137, 138,  
139, 140, 141, 142, 143, 145, 146,  
147, 149, 150, 151, 152, 153, 155,  
157, 166, 183, 187, 188, 191, 195,  
201, 205, 212, 217, 218, 222, 225

Cinema Negro, 10, 15, 128, 129,  
130, 131, 132, 136, 138, 139, 141,

142, 143, 149, 150, 151, 152, 153,  
155, 156

Corpo, 80, 81, 85, 99, 111, 113, 114,  
119, 120, 122, 123, 142, 149, 172

Covid, 6, 11, 16, 17, 88, 98, 180,  
181, 183, 189, 191, 193, 195, 198,  
199, 202, 208, 209, 210, 213

Cultura, 9, 15, 60, 92, 94, 101, 110,  
113, 117, 118, 119, 121, 132, 135,  
138, 140, 149, 154, 157, 176, 177,  
187, 197, 233

## D

Democracia, 10, 18, 42, 71, 96, 106,  
110, 111, 112, 114, 201, 214, 221

Desigualdade, 134, 153, 192, 204  
desigualdades, 113, 119

Desinformação, 9, 15, 87, 88, 90,  
91, 96, 97, 98, 99, 101, 102, 103,  
104, 105, 106, 107, 163, 166, 168,  
181, 203, 206, 213, 226

- Direitos humanos, 49, 51, 58, 64, 71, 101, 157
- Discurso, 9, 14, 18, 25, 26, 27, 32, 37, 48, 71, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 101, 105, 133, 152, 162, 171, 175, 180, 200
- E**
- Esfera pública, 13, 23, 28, 55, 103, 111, 115, 116, 117, 124, 126
- Estereótipo, 121, 135
- F**
- Facebook*, 14, 21, 23, 25, 49, 56, 57, 59, 69, 74, 91, 166, 202, 206, 208, 211, 218
- fact cheking*, 218
- fake news*, 11, 17, 107, 163, 206, 213, 216, 217, 218, 219, 221
- I**
- Identidade, 10, 15, 18, 92, 111, 112, 113, 115, 117, 118, 120, 121, 123, 125, 126, 127, 131, 133, 134, 152
- Ideologia, 63, 79, 116, 222
- Imagem, 17, 18, 52, 61, 74, 77, 78, 79, 80, 81, 110, 133, 138, 152, 157, 162, 163, 165, 166, 170, 172, 175, 176, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 189, 190, 191, 192, 193, 195, 210
- Influenciador, 173
- influenciadores, 93, 101, 102
- Instagram*, 23, 74, 164
- Invisibilidade, 129, 130, 131, 136, 150
- J**
- Jornalismo, 11, 17, 203, 204, 205, 214, 215, 216, 217, 226, 227
- L**
- Linguagem, 15, 50, 75, 79, 81, 98, 120, 136, 141, 145, 151, 152, 164, 184, 186, 190, 194, 195, 211
- M**
- Meme, 165, 172, 176, 177
- Movimentos sociais, 21, 23, 32, 36, 45, 46, 117, 159
- Mediação 23, 38, 41, 93, 219
- mediações, 4, 5, 8, 14, 20, 101
- N**
- Narrativa, 11, 16, 18, 52, 98, 101, 130, 136, 149, 152, 172, 173, 175, 180, 182, 185, 186, 196, 197
- Notícia, 11, 64, 187, 208, 218, 219, 224
- P**
- Pandemia, 11, 16, 17, 31, 180, 181, 182, 184, 189, 190, 191, 192, 195, 196, 198, 199, 202, 208, 210, 211, 213
- Plataforma, 9, 35, 55, 75, 87, 88, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 101, 102, 103, 104, 115, 116, 117, 132, 142, 202, 211, 220, 224

- Poder, 18, 37, 41, 42, 43, 50, 52, 55, 69, 72, 78, 79, 81, 95, 101, 116, 126, 128, 130, 133, 136, 137, 140, 145, 151, 152, 189, 191, 213
- Polarização, 25, 82
- Política, 8, 14, 18, 20, 21, 22, 23, 26, 28, 30, 33, 36, 37, 38, 43, 45, 46, 49, 50, 51, 55, 57, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 86, 89, 99, 104, 107, 116, 124, 125, 139, 141, 145, 150, 153, 161, 176, 187, 193, 197, 198, 204, 220, 222
- Pós-verdade, 9, 10, 15, 16, 87, 88, 89, 97, 159, 163, 171, 175
- R**
- Representação 10, 17, 110, 114, 117, 118, 119, 120, 123, 125, 131, 136, 139, 140, 141, 142, 157, 182, 188, 195, 196
- representações 119, 120, 131, 140, 156
- Retórica, 14, 45, 76, 83
- S**
- sociabilidade, 18, 38
- sociabilidades, 89, 94, 103, 104
- T**
- Tecnologia, 60, 88, 89, 91, 97, 107
- Território, 35, 93, 115, 117, 119, 129, 183, 192, 199, 201, 203, 205, 206

# *Sobre os autores*

## **ADRIANO MONTEIRO**

Mestre em Comunicação e Territorialidades e graduado em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes). Jornalista, cineasta e produtor cultural.

E-mail: [adrixmonteiro@gmail.com](mailto:adrixmonteiro@gmail.com)

## **ALEXANDRE CURTISS ALVARENGA**

Doutor em Comunicação e Cultura (UFRJ), mestre em Multimeios pela Universidade Estadual de Campinas e graduado em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes)

E-mail: [acurtiss.vix@gmail.com](mailto:acurtiss.vix@gmail.com)

## **CAROLINE DE MARCHI PIGNATON**

Caroline De Marchi Pignaton, jornalista, graduada pela Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), com especialização em Gestão e Assessoria de Comunicação e mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades (Ufes).

E-mail: [carolpignaton@gmail.com](mailto:carolpignaton@gmail.com)

### **DANIELA ZANETTI**

Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA). Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades (UFES). Coordena o grupo de pesquisa Cultura Audiovisual e Tecnologia (CAT).

E-mail: daniela.zanetti@ufes.br

### **FÁBIO GOMES GOVEIA**

Doutor e mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, graduado em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes). Professor do Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Espírito Santo. Coordena o Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic), com foco em Visualizações de Dados e pesquisas de Data Science.

E-mail: fabiogv@gmail.com

### **FREDERICO CARNEIRO**

Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação e Territorialidades, graduado em Comunicação Social/Jornalismo Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes).

E-mail: carneiro.fred@gmail.com

### **GUSTAVO CARDOSO**

Doutor em Sociologia, professor catedrático de Tecnologia e Sociedade e pesquisador associado e Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (Cies), no Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL). Também atua no Departamento de Comunicação e Estudos da Performance da Universidade de Milão e na Universidade Católica Portuguesa. Suas principais áreas de pesquisa são os estudos da comunicação, jornalismo e Internet. É autor de diversos livros e co-editor, com Manuel Castells, do livro *Network Society: from Knowledge*

to Policy e editor associado nas revistas IJOC na USC Annenberg e IC&S na Routledge. É membro dos painéis de avaliação do European Research Council (ERC) e do ESF (European Science Foundation).  
E-mail: [gustavo.cardoso@iscte.pt](mailto:gustavo.cardoso@iscte.pt)

### **JOANA AZEVEDO**

Professora auxiliar no Departamento de Sociologia e pesquisadora no Centro de Investigação e Estudos de Sociologia no Instituto Universitário de Lisboa (Cies, ISCTE -IUL). É doutora em Teoria e Investigação Social pela Università degli Studi di Roma La Sapienza, licenciada em Sociologia, com pós-graduação em Análise de Dados em Ciências Sociais (ISCTE-IUL). Leciona e desenvolve pesquisa nas áreas de ciências da comunicação e cultura, migrações internacionais e ação humanitária e metodologias de investigação em ciências sociais. É coordenadora executiva do Observatório da Emigração (OEm) e membro do Observatório da Comunicação (OberCom).

E-mail: [joana.azevedo@iscte-iul.pt](mailto:joana.azevedo@iscte-iul.pt)

### **JOHANNA INÁCIA HONORATO**

Mestre em Comunicação e Territorialidades e graduada em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade Federal do Espírito Santo. Atua na área de jornalismo com experiência em extração, visualização e análise de grandes volumes de dados e imagens.

E-mail: [johannahonorato@gmail.com](mailto:johannahonorato@gmail.com)

### **LUIZ DANTAS**

Mestrando em Comunicação e Territorialidades pela Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes). Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Comunicação Organizacional pela Universidade de Brasília (UnB). Integrante do Grupo de Estudos Cultura Audiovisual e Tecnologia (CAT/Ufes).

E-mail: [luizgustavo.dantas@gmail.com](mailto:luizgustavo.dantas@gmail.com)

### **RITA BENEZATH**

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes) e graduada em Jornalismo pelo Centro Universitário FAESA. Jornalista da Rede Gazeta (ES).

E-mail: rita\_benezath@hotmail.com

### **RUTH REIS**

Doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP) e graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes). Professora do Departamento de Comunicação Social da Ufes, na área de Jornalismo, e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades. Coordena o grupo de estudos em Comunicação, Cultura e Discurso – GRUDI.

E-mail: ruthdosreis@gmail.com

### **STÉPHANE FIGUEIREDO FERREIRA**

Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), com especialização em Pedagogia, gestão e docência pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (Ead PUCPR); especialista em Marketing pela Universidade de Vila Velha (UVV); graduada em Publicidade e Propaganda pela Faculdade Novo Milênio.

E-mail: sfigueiredof@gmail.com

### **TASSO GASPARINI DE SOUZA**

Mestre em Comunicação e Territorialidades e Graduado em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes). Possui experiência em estudos de imagens, análise de redes sociais, data science e jornalismo de dados.

E-mail: tassogasparini@gmail.com

### **THAMARA MACHADO PINTO**

Mestranda em Comunicação e Territorialidades e Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Atua em produção e roteiros para televisão e documentários, redação jornalística, relações públicas e marketing político.

E-mail: [thamara.machado29@gmail.com](mailto:thamara.machado29@gmail.com)

### **TIAGO LAPA**

Doutor em Sociologia e pesquisador do Centro de Investigação e Estudos de Sociologia no Instituto Universitário de Lisboa (Cies, ISCTE -IUL); professor auxiliar na área da comunicação no Departamento de Sociologia da Escola de Sociologia e Políticas Públicas do ISCTE - IUL. Coordena e/ou lecciona unidades curriculares nas áreas da sociologia da informação e das redes, comunicação e métodos de pesquisa online. Participa dos programas COST e Erasmus+ e em redes científicas de âmbito internacional como o World Internet Project e o European Media Coach Initiative, relacionados com os estudos da internet, a divisão digital e literacia dos novos media.

E-mail: [tjfls1@iscte.pt](mailto:tjfls1@iscte.pt)

### **VITOR JUBINI VENTURIM**

Mestrando em Comunicação e Territorialidades pela Universidade Federal do Espírito Santo. Graduado em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Faesa, com especialização em Fotografia pela Universidade Estadual de Londrina. É professor do curso de Comunicação da Faculdade Estácio de Sá, em Vitória, e profissional da Rede Gazeta (ES).

E-mail: [vitor01@gmail.com](mailto:vitor01@gmail.com)

