



# MIDIATIZAÇÃO E RECONFIGURAÇÕES DA DEMOCRACIA REPRESENTATIVA



**Midiatização e  
reconfigurações da  
democracia  
representativa**



## Universidade Estadual da Paraíba

Prof. Antonio Guedes Rangel Junior | *Reitor*

Prof. Flávio Romero Guimarães | *Vice-Reitor*



## Editora da Universidade Estadual da Paraíba

Luciano Nascimento Silva | *Diretor*

Antonio Roberto Faustino da Costa | *Editor Assistente*

Cidoval Moraes de Sousa | *Editor Assistente*

## Conselho Editorial

Luciano do Nascimento Silva (UEPB)

Antônio Roberto Faustino (UEPB)

Cidoval Moraes de Sousa (UEPB)

José Luciano Albino Barbosa (UEPB)

Antônio Guedes Rangel Junior (UEPB)

Flávio Romero Guimarães (UEPB)

## Conselho Científico

Raffaele de Giorgi (UNISALENTO/IT)

Jorge Eduardo Douglas Price (UNCOMAHUE/ARG)

Celso Fernandes Campilongo (USP/ PUC-SP)

Juliana Magalhães Neuwander (UFRJ)

Vincenzo Carbone (UNINT/IT)

Vincenzo Milittelo (UNIPA / IT)

Jonas Eduardo Gonzalez Lemos (IFRN)

Eduardo Ramalho Rabenhorst (UFPB)

Gonçalo Nicolau Cerqueira Sopas de Mello Bandeira (IPCA/PT)

Gustavo Barbosa Mesquita Batista (UFPB)

Rodrigo Costa Ferreira (UEPB)

Glauber Salomão Leite (UEPB)

Germano Ramalho (UEPB)

Dimitre Braga Soares de Carvalho (UFRN)

Maria Creusa de Araujo Borges (UFPB)

Carlos Wagner Dias Ferreira (UFRN)

Anne Augusta Alencar Leite (UFPB)

Rosmar Antonni Rodrigues Cavalcanti de Alencar (UFAL)

Pierre Souto Maior Coutinho Amorim (ASCES)

Diego Duquelsky (UBA)

Afrânio Silva Jardim (UERJ)



Editora filiada a ABEU

## EDITORA DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA

Rua Baraúnas, 351 - Bairro Universitário - Campina Grande-PB - CEP 58429-500  
Fone/Fax: (83) 3315-3381 - <http://eduepb.uepb.edu.br> - email: [eduepb@uepb.edu.br](mailto:eduepb@uepb.edu.br)

# **Midiatização e reconfigurações da democracia representativa**

**Paulo César Castro**

(ORGANIZADOR)



Campina Grande–PB

2019

Copyright © 2019 EDUEPB

*A reprodução não-autorizada desta publicação, por qualquer meio, seja total ou parcial, constitui violação da Lei nº 9.610/98.*

**Editora da Universidade Estadual da Paraíba**

Luciano do Nascimento Silva | *Diretor*

*Design Gráfico e Editoração*

Paulo César Castro

*Divulgação*

Danielle Correia Gomes

*Revisão Linguística*

Os autores

*Normalização Técnica*

Paulo César Castro

*Capa*

Fernanda Estevam

*Foto da Capa*

Fernanda Estevam

Depósito legal na Biblioteca Nacional, conforme decreto nº 1.825, de 20 de dezembro de 1907

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA POR HELIANE MARIA IDALINO DA SILVA - CRB-15<sup>ª</sup>/368

---

M627

Mediatização e reconfigurações da democracia representativa.

[Livro eletrônico] / Paulo César Castro (Organizador). – Campina Grande: EDUEPB, 2019.

Modo de acesso: [eduepb.uepb.edu.br/e-books](http://eduepb.uepb.edu.br/e-books)

**ISBN 978-85-7879-612-9 (E-book)**

**ISBN 978-85-7879-611-9 (Impresso)**

1. Democracia 2. Democracia e sociedade – Relações midiáticas. 3. Eleições presidenciais (2018) – Fake News – Brasil. 4. Capitalismo – Meios de Comunicação. 5. Mediatização. 6. Representação política – Argentina. I. Castro, Paulo César (Organizador).

21. ed. CDD 321.8

---

# Sumário

---

- 7** Agradecimentos
- 9** Apresentação  
Entre a representação e a participação: limites e possibilidades da democracia em tempos de midiatização
- 19** ¿Crisis de la democracia representativa?  
mediatización y circulación  
▶ Mario Carlón
- 40** Discurso de posse do novo presidente:  
vínculos, imaginários e coletivos  
▶ Antônio Fausto Neto
- 56** Midiatização & democracia:  
sistemas de relações no ambiente social  
▶ José Luiz Braga
- 76** Contacto e invocación:  
figuras del liderazgo y escenas de representación política  
presidencial en la Argentina del siglo XXI  
▶ Mariano Fernández
- 101** Polarização e insatisfação midiatizadas no capitalismo comunicacional:  
como manter a democracia?  
▶ José Luiz Aidar Prado
- 123** Imaginário político e identidades no Brasil de 2013 a 2018:  
entre o sentido e o verbo  
▶ Gustavo Said

- 144** Relaciones entre mediatizaciones, democracia y sociedades divergentes:  
apuntes sobre textos encontrados en el Archivo de Eliseo Verón  
▶ Gastón Cingolani, Suzanne de Cheveigné,  
Natalia Raimondo Anselmino y Mariano Fernández
- 163** “Fake news”: as estratégias discursivas da desinformação nas eleições presidenciais de 2018 no Brasil  
▶ Fernanda da Escóssia
- 180** A saúde no processo de “uberização da vida”:  
a (não) alternativa como dispositivo de interpelação que regula e reforça as estratégias de oligopolização do poder  
▶ Wilson Couto Borges e Rodrigo Murinho M. Torres
- 203** Cientista e jornalista:  
a dupla hélice para compartilhar fazeres e democratizar saberes  
▶ Carlos Alberto dos Santos
- 223** Miatização e história da circulação do discurso sobre a ciência na França  
▶ Suzanne de Cheveigné
- 231** De olímpianos/públicos a celebridades/coletivos:  
uma análise conceitual acerca da trajetória da sociedade dos meios à sociedade em miatização  
▶ Aline Weschenfelder



## Agradecimentos

AO CONCLUIRMOS ESSE LIVRO, não poderíamos deixar de fazer os justos agradecimentos pelo apoio à realização do Pentálogo IX e do VII Colóquio Semiótica das Mídias, que aconteceram entre os dias 26 e 30 de novembro de 2018, na pequena cidade litorânea de Japaratinga, em Alagoas.

Agradecemos inicialmente à Universidade Federal de Alagoas (UFAL), através da reitoria, professores e alunos do curso de Comunicação Social.

Outros apoios inestimáveis foram os do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) e da Fapeal (Fundação de Amparo à Pesquisa de Alagoas). E ainda o nosso muito obrigado à Editora da Universidade Estadual da Paraíba (Edupeb), através do diretor e dos editores assistentes, respectivamente Luciano Nascimento Silva, Antonio Roberto Faustino da Costa e Cidoval Moraes de Sousa, pela generosidade de acolher esse título em seu catálogo.

Manifestamos também nosso agradecimento ao Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde (ICICT), da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), e à Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). E também ao Ateliê de Criação da UFMG, à Escola Municipal de Ensino Fundamental Marechal Arthur Costa e Silva e à Escola Estadual Dom Eliseu Maria Gomes de Oliveira, ambas em Japaratinga, através de suas direções, professores e alunos, e ao Hotel Albacora, através de seus proprietários, Ana Nascimento e José Saraiva.



# **Apresentação**

## **Entre a representação e a participação: limites e possibilidades da democracia em tempos de midiaticização**

*O que chamamos democracia começa a assemelhar-se tristemente ao pano solene que cobre a urna onde já está apodrecendo o cadáver. Reinventemos, pois, a democracia antes que seja demasiado tarde. E que a universidade nos ajude. Quererá ela? Poderá ela?*

José Saramago

A CRISE ECONÔMICA DE 2008 teve consequências de alcance global, afetando países, em menor ou maior grau, nos quatro cantos do mundo. Mas uma das versões mais drásticas do colapso financeiro do banco americano Lehman Brothers sobrou para a Islândia. Até então o pequeno país nórdico, de pouco mais de 300 mil habitantes, era exemplo de estabilidade econômica, com taxa de desemprego de 1% em 2007 (uma das menores da Europa) e a 17ª melhor posição no ranking mundial de Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). Em pouco tempo, porém, sua população sentiu os dissabores da hecatombe iniciada no centro do capitalismo mundial, com o desemprego chegando a 8,3% três anos depois, reduções salariais, cortes na saúde e educação, aumento de preços, encolhimento do PIB em 11% e colapso do seu sistema bancário, entre outras mazelas. Com o arroxio sobre a população, condição do FMI para um empréstimo bilionário, vieram os protestos contra o governo, que levaram à renúncia do primeiro ministro e a novas eleições. Mas os islandeses estavam insatisfeitos com muito mais coisas, e queriam, na verdade, substituir a Constituição de 1944, adotada após a independência da Noruega.

A elaboração de uma nova carta constitucional, a partir do final de 2010, cujos princípios básicos foram formulados por um grupo de 950

membros sorteados entre todos os eleitores do país, teve como aspecto inovador a participação da população islandesa através da internet, principalmente via Facebook, Twitter, YouTube e Flickr. Os habitantes da ilha, um pouco maior que Pernambuco (mas população 30 vezes menor), não apenas puderam comentar cada rascunho de artigo, mas também enviar sugestões, além de acompanhar as sessões de trabalho do conselho formado por 25 membros eleitos, através de fotos, vídeos e entrevistas. Foram recebidas cerca de 3.500 propostas e, depois de incorporadas algumas delas, o texto final foi submetido em outubro de 2012 a um referendo, através do qual 67% da população manifestaram sua aprovação.

A experiência inédita de elaboração de uma Constituição colaborativamente através da internet representou, para alguns analistas, um exemplo claro de democracia direta, enquanto para outros – inclusive de quem fez parte do conselho que recebeu as sugestões dos cidadãos islandeses – significou apenas uma forma mais participativa de democracia. Descontadas as divergências sobre como denominar o tipo de envolvimento dos cidadãos, não há como deixar de levar em conta também a contribuição das Tecnologias de Informação e Comunicação para o processo. E, neste sentido, a Islândia reunia uma série de características capazes de transformar a web em um ambiente político crowdsourcing – quase 100% da população tinha acesso à internet e 80% dos adultos eram usuários do Facebook –, além, é claro, da disposição do conselho em realizar seu trabalho de forma transparente, abrindo-se às contribuições da população. Contaram ainda a favor o tamanho pequeno da população, coesa socialmente, totalmente alfabetizada e com altas taxas de participação política através da filiação a partidos.

No contexto de crescentes manifestações de descrédito e insatisfação com a democracia representativa, é recorrente o apelo à criação de novas formas para ampliar a participação dos cidadãos ou até mesmo à implementação da democracia direta. As reclamações têm manifestado que não é mais suficiente a possibilidade de envolvimento apenas através da escolha de representantes a cada nova eleição, principalmente porque os eleitos estariam representando cada vez menos seus eleitores. A crise (ou o fim) da democracia representativa, aliás, já tinha sido objeto da atenção de Umberto Eco quando de sua entrevista, em 2009, a Eliseo Verón, para o Pentálogo I.

Eu estou profundamente convencido de que há uma dezena de anos nós celebramos o fim da democracia representativa. Eu não conto isso para todos porque eles ficariam um pouco confusos. Mas é preciso finalmente que eu diga, uma vez que eu possuo este segredo. Tome por exemplo os Estados Unidos: lá, apenas metade dos cidadãos vota. Dessa metade dos cidadãos, 25% votam por um partido, por um presidente. Este presidente não foi escolhido pelo povo, mas sim pelo aparato, pelo aparelho do partido; uma escolha feita com base na capacidade do candidato de se apresentar perante o grande público. Portanto, o tipo que governa os Estados Unidos foi votado por 25% da população a partir de uma escolha puramente emocional sustentada por uma campanha interna, um grupo do poder. Nesse ponto, diga-me: qual é a diferença entre a democracia americana e o stalinismo onde um grupo do poder decide quem será votado pela maioria dos cidadãos, e ele será votado? Existe uma diferença fundamental. São os grupos de pressão. Os Estados Unidos são uma democracia porque há ainda o *New York Times*. Há o *lobby* da indústria de armas, o *lobby* dos ecologistas, o *lobby* dos cristãos científicos. Há todos esses grupos de pressão que controlam continuamente o governo de maneira aberta e o criticam. Em face da ditadura stalinista, os Estados Unidos são uma democracia pela presença de grupos de pressão, não pelo fato de serem uma democracia representativa. (VERÓN, 2012, p. 17)

O Brasil vive sob uma democracia o seu período mais longo, mas uma retrospectiva mostra que a alternância entre momentos autoritários e democráticos é a marca da nossa história política. Desde 1985, quando saiu de uma ditadura militar, o país se abriu a experiências constitucionais mais participativas, estabelecidas pela Carta Cidadã de 1988 – com a previsão de realização de plebiscito, referendo e iniciativa popular, através da qual a sociedade civil pode submeter projetos de lei à votação no Congresso –, e empreendimentos como o elogiado e copiado orçamento participativo de Porto Alegre em 1989. Mesmo com todo esse arcabouço democrático, ainda assim as práticas demo-

cráticas podem sofrer uma enorme degradação, principalmente quando, após uma eleição, os representantes resolvem governar apenas para a “maioria” que lhe elegeram e deteriorar os direitos das minorias, exatamente aquelas que mais estão à margem da sociedade e mais precisam do Estado.

O exemplo da Islândia pode ser um farol a iluminar novas possibilidades de participação popular nas decisões que afetam os destinos de toda uma nação. Mas, complementarmente, mostra como os processos de mediação possibilitados pela internet – afetando atores individuais e institucionais – transformaram radicalmente as relações entre governantes e governados, representantes e representados, governo e população. Em toda a história de pouco mais de 200 anos da democracia representativa nunca tinha sido tão fácil a qualquer cidadão manifestar-se, sem ter que esperar uma nova eleição, sobre as ações políticas daqueles que escolheu para representá-lo. Se nessas condições tecno-comunicacionais está o germe da volta da *isegoria* grega – quando, na Atenas dos séculos V e IV, a todos os presentes à *eclesia* (assembleia dos cidadãos) era garantido o direito de manifestação sem interrupção sobre os assuntos da *polis* – ou da ideia de democracia que não aliene a soberania e a autonomia dos indivíduos pensada por Rousseau, ainda não é possível dizer. Mas uma escuta mais atenta por parte dos representantes ao que está sendo dito pelos representados não deveria se limitar apenas ao período das campanhas eleitorais. Muito está sendo dito agora, neste momento. Ou foi dito antes e quase ninguém ouviu.

O CISECO, no entanto, está atento ao problema e, por isso, se dispôs a discuti-lo durante o Pentálogo IX, em 2018. Através do tema do evento, o mesmo título deste livro, pretendeu-se examinar as incidências da mediação nas configurações da democracia representativa no contexto atual do capitalismo de plataforma, levando em conta fenômenos que já despontavam na primeira década dos anos 2000, como consequência do surgimento de uma arquitetura comunicacional cujas lógicas e operações de funcionamento já produziam interações – muitas delas inéditas – entre práticas sociais diversas. Na justificativa de realização da nona edição do Pentálogo, o cenário de afetações da mediação sobre a política é tido como muito mais amplo:

A mediação não se trata da reedição de velhos paradigmas causalistas que orientavam as pesquisas de opinião sobre as

preferências eleitorais por parte de públicos. Aponta-se, agora, interpenetrações de práticas de vários sistemas, envolvendo empresas digitais midiáticas, financeiras, pesquisas, instituições acadêmicas e partidos políticos. A referência mais atual tem a ver com o acesso e manipulação de dados de usuários de contas do Facebook, e transformados em mensagens segundo apelos distintos, para diversos setores de um novo mercado político-eleitoral, no cenário norte americano. Não se trata de uma interferência abstrata das tecnologias digitais no âmbito da política, pois delas se ocupam instituições de várias naturezas para organizar e regular decisões e escolhas de mercados diversos, segundo lógicas algorítmicas. Estas transformações dizem também respeito a uma atividade sistêmico-organizacional mais ampla na qual se promove alianças entre “velhos e novos meios”, enquanto operadores complexos que articulam estratégias discursivas que são enunciadas em tempo real, ofertando sentidos em torno de temas, como os do impeachment da presidente e a condenação de ex-presidente, no contexto brasileiro. As mídias acentuam seu papel de reconfiguradoras de agendas mais amplas que envolvem sua relação com a política. A televisão, através de campanha nacional, trata de coletar opiniões de indivíduos sobre temas nacionais e cujo tratamento dos seus conteúdos pode ser gerado possível dossiê para orientar ações do futuro presidente eleito.

Dar conta das múltiplas questões que envolvem a democracia representativa não é trabalho para um evento só e não apenas para um grupo de 15 pesquisadores, por mais qualificados que sejam. Mas pensada a partir do fenômeno da midiaticização, os trabalhos aqui reunidos servem como importantes reflexões, orientadas pelas proposições que nortearam o argumento a favor da realização do Pentálogo:

- a) O trabalho da midiaticização vai além de uma dimensão determinística, chamando atenção para a diversidade sócio-comunicacional que se manifesta em torno de *feedbacks* complexos e não lineares.

Significa que processos interacionais envolvem movimentos relacionais que vão além de lógicas de ofertas midiáticas, considerando também aqueles que emanam de instituições de várias naturezas.

- b) As dinâmicas da midiáticação que envolvem as reconfigurações da democracia representativa devem ser estudadas na própria processualidade das interações, pois as articulações entre fenômenos midiáticos e não midiáticos são caracterizadas por tensões e contradições importantes.
- c) Devemos buscar novos caminhos metodológicos para aceder aos processos através dos quais sistemas sociais e sócio-individuais se apropriam de fenômenos midiáticos para assegurar suas próprias atividades auto-organizantes. E, de modo especial, face à complexidade do tema e do objeto deste Pentálogo, devemos “concentrar nossos esforços na compreensão de regras que dão formas às múltiplas estratégias ativadas por sistemas sócio-individuais (indivíduos) para fazer frente a um ambiente crescentemente midiaticado” (VERÓN, 2015, p. 181).

O leitor que se aventurar pelas páginas desse livro vai encontrar, inicialmente, o texto de Mario Carlón, intitulado “¿Crisis de la democracia representativa? mediatización y circulación”, no qual o pesquisador argentino se propõe a analisar como as novas condições de midiáticação e circulação do sentido afetam a democracia contemporânea. Entretanto, desde o primeiro parágrafo ele aponta a dificuldade da tarefa através de dois motivos principais. Em primeiro lugar, porque, por ser muito recente o desencadeamento dos processos de circulação e midiáticação, é muito difícil saber como eles transformarão a democracia representativa. E em segundo, porque, diante da transformação vertiginosa do sistema de mídia e da condição sempre aberta e em reformulação constante da democracia como forma de governo e sociedade, a complexidade das variáveis a considerar é demasiada grande.

Na sequência o interesse recai sobre o discurso de posse do presidente Jair Bolsonaro em 1º de janeiro de 2019, no texto “Discurso de posse do novo presidente: vínculos, imaginários e coletivos”, do professor da Unisinos Antônio Fausto Neto. Baseado em algumas hipóteses, o trabalho do presidente do CISECO destaca a suspeita de que o discurso presidencial



assume características de “‘fala-exortação’ dirigida para múltiplos coletivos – seguidores, adversários e indecisos etc. – que se apoia em lógicas de um protocolo interacional segundo as quais o presidente fala mais para comandados do que para os que nele votaram”. Assíduo usuário das redes sociais online, a partir das quais constrói um verdadeiro “*bunker* discursivo”, o mandatário regula a palavra, “especialmente as possibilidades de reconhecimento e de acesso daqueles que com ele desejariam criar vínculos”.

José Luiz Braga, no texto “Midiatização & democracia: sistemas de relações no ambiente social”, escolhe como caminho de reflexão os pontos de tensão que a democracia sofre a partir da midiatização, principalmente porque, para ele, “as novas tecnologias são experimentadas nos processos eleitorais, deliberativos, reivindicatórios, de políticas públicas”. O pesquisador avisa que seu interesse recai principalmente sobre as políticas interacionais da sociedade, e a democracia é tomada como um dos macrodispositivos interacionais, “na medida em que se organiza como critério de aceitabilidade e de contorno para os sistemas de relações aí ocorrentes”.

Em “Contacto e invocación: figuras del liderazgo y escenas de representación política presidencial en la Argentina del siglo XXI”, Mariano Fernández analisa o contraste entre as lógicas de comunicação política presidencial, a partir da comparação das cenas de representação – tomadas como exercício da representação política através da combinação entre um modo de se vincular aos representados, de uma forma predominante de *ciudadania figurada* e de um recorte possível do conjunto da população *representável* – que colocaram em prática dois dirigentes presidenciais argentinos, Cristina Kirchner e Mauricio Macri. Fernández defende a hipótese de que, na diferença de construção da figura do líder nos dois casos, a coincidência de fundo é que ambos constroem vias alternativas para contornar a intermediação das instituições midiáticas.

O artigo de José Luiz Aidar Prado – “Polarização e insatisfação midiáticas no capitalismo comunicacional: como manter a democracia?” – anuncia desde o primeiro parágrafo que a democracia “tem enfrentado um rebaixamento nos últimos anos no mundo e no Brasil”. As razões para tal quadro ele se dispõe a avaliar a partir de dois eixos: um de natureza estrutural, que considera o sistema capitalista mundial como capitalismo comunicacional, e outro conjuntural, que tem a ver com a “situação da

democracia brasileira desde a Nova República”. Ao primeiro estão associados fenômenos como o ambiente comunicacional em rede instituído pelas grandes empresas de tecnologia digital, responsável pelo descrédito de políticos, intelectuais e jornalistas; e o segundo tem a ver com a “reação dos movimentos à direita contra as lutas democráticas que ocorreram no mundo entre 2011 e 2013 e mais especificamente no Brasil em junho de 2013”.

A questão do Pentágono IX é enfrentada por Gustavo Said tomando os aportes do imaginário – especificamente o político no Brasil – para entender “a reconfiguração das identidades individuais e coletivas”. No texto “Imaginário político e identidades no Brasil de 2013 a 2018: entre o sentido e o verbo”, o autor passa por acontecimentos políticos como os protestos de junho de 2013, as manifestações de 2014, o impeachment da presidenta Dilma Rousseff e a eleição de Jair Bolsonaro. Em todos, ele vislumbra que a disputa pelo e no poder passa pelo imaginário, através da produção, agenciamento, significação e valorização de imagens. Sobre elas agiram operações simbólicas de cunho político-partidário, cujo resultado foi que “a crença de que o passado é condenável e de que o futuro redimirá o país recupera o discurso salvacionista, de cunho religioso, que desembocou, durante a eleição de 2018, numa forma de coesão grupal com requintes de fanatismo, proclamando o enterro dos partidos e o fim da história política”.

No texto “Relaciones entre mediatizaciones, democracia y sociedades divergentes: apuntes sobre textos encontrados en el Archivo de Eliseo Verón”, Gastón Cingolani, Suzanne de Cheveigné, Natalia Raimondo Anselmino e Mariano Fernández buscam mostrar como, no projeto do livro *Les Sociétés Divergentes*, encontrado nos arquivos pessoais do presidente de honra *in memoriam* do CISECO, ele deixou contribuições à abordagem sobre midiatização, democracia e divergência das sociedades. Já Fernanda da Escóssia dirige seu foco ao impacto das *fake news* sobre a votação durante as eleições presidenciais de 2018. Em “‘Fake news’: as estratégias discursivas da desinformação nas eleições presidenciais de 2018 no Brasil”, ela se propõe a avaliar como a política e a democracia representativa, a partir da midiatização e dos novos modos de circulação de sentido, são ressignificadas, podendo até ter seus valores institucionalizados erodidos.

Tomando a saúde “como política pública, campo, prática social que se estrutura nos espaços de construção da democracia representativa e da midiatização”, Wilson Couto Borges e Rodrigo Murtinho M. Torres traçam

um percurso para tratar do avanço da agenda neoliberal e dos protocolos tecno-midiáticos sobre a liberdade individual de ter um plano de saúde ou sobre a briga pela saúde como um direito. Em “A saúde no processo de ‘uberização da vida’: a (não) alternativa como dispositivo de interpelação que regula e reforça as estratégias de oligopolização do poder”, os pesquisadores da Fiocruz abordam o empreendedorismo como base do argumento de quem, tendo o direito à aquisição de um plano de saúde como parte de sua autorresponsabilidade, “briga pelo direito do Estado não ter que se responsabilizar pela saúde de sua população”.

Em “Cientista e jornalista, a dupla hélice para compartilhar fazeres e democratizar saberes”, Carlos Alberto dos Santos se propõe a abordar a democratização do conhecimento científico. Para tal, discute os diferentes objetivos da divulgação científica e do jornalismo científico a partir de sua experiência pessoal nas revistas *Ciência Hoje* e *Ciência Hoje das Crianças*. Assim como Santos, Suzanne de Cheveigné também dá atenção ao saber científico, especialmente aquele que ganha corpo “nos discursos a respeito das ciências destinados ao grande público, cujo enunciador pertence ou não à instituição científica, frequentemente um ou uma jornalista”. Ao abordar também a instituição científica, em “Midiatização e história da circulação do discurso sobre a ciência na França”, a professora do Centro Norbert Elias mostra como, a partir dos anos 1980, todos os meios de comunicação vão dominando a construção dos discursos sobre a ciência.

No artigo “De olímpianos/públicos a celebridades/coletivos: uma análise conceitual acerca da trajetória da sociedade dos meios à sociedade em midiatização”, Aline Weschenfelder analisa como, em um novo contexto tecno-comunicacional, “os atores sociais se mesclam enquanto operadores, posto que amadores ou peritos transformam-se em produtores de conteúdo” e, sem a dependência dos mediadores profissionais, alcançam o status de celebridades.

Finalizada a leitura dessas contribuições de pesquisadores brasileiros e estrangeiros, o CISECO espera ter atendido, por mínimo que seja, o apelo que o escritor José Saramago fez na epígrafe que abre esse texto. E à pergunta dele sobre se a universidade querará ajudar neste esforço, a resposta certamente será SIM! Mas se poderá ajudar, a decisão, em termos do Brasil de hoje, ainda depende do quanto a universidade conseguirá lutar contra a deterioração do seu ambiente democrático.

## Referências

- SARAMAGO, José. Outros cadernos de Saramago. *Site da Fundação José Saramago*. Disponível em: <<https://caderno.josesaramago.org/48889.html>>.
- VERÓN, Eliseo. Entrevista Umberto Eco, por Eliseo Verón. In FAUSTO NETO, Antonio; MOUCHON, Jean; VERÓN, Eliseo (orgs.). *Transformações da mediatização presidencial: corpos, relatos, negociações, resistências*. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editorial, 2012.
- VERÓN, Eliseo. Teoría de la mediatización: una perspectiva semio-anropológica. *CIC Cuadernos e Información y Comunicación*, v. 20, p. 173-182, 2015.

# ¿Crisis de la democracia representativa? mediatización y circulación<sup>1</sup>

Mario Carlón

*Yo estoy profundamente convencido de que hace una decena de años celebramos el fin de la democracia representativa.*

Umberto Eco<sup>2</sup>

*La democracia es un sistema político decepcionante, porque apunta hacia ideas inalcanzables. Es parte de su propia naturaleza ser siempre algo inacabado y perfeccionable, de la misma forma en que el curso de la historia siempre está abierto. La democracia, al contrario de otras formas de organización política que reclaman para sí la perfección o el fin de la historia, es un espacio en el que crecen en libertad la decepción, la protesta, la desconfianza, la alternativa y la crítica. La historia de la democracia es la historia de sus crisis, la crisis de la democracia no es sólo transitoria, es una situación permanente, porque es un sistema abierto. La condición democrática es siempre decepcionante, está constantemente siendo confrontada con una realidad problemática, porque se trata de un proceso siempre inacabable.*

Daniel Innerarity<sup>3</sup>

## 1. Democracia, mediatización y circulación

En este trabajo nos propusimos originalmente especificar cómo afectan las nuevas condiciones de mediatización y circulación del sentido a la

---

1. Este texto fue presentado en IX Simposio de Ciseco titulado “Midiatização e reconfigurações da democracia representativa: Expansão? Encolhimento?”.

2. Cf. ECO, Umberto. Entrevista Umberto Eco, por Eliseo Verón. In: FAUSTO NETO, A.; MOUCHON, J.; VERÓN, E. *Transformações da midiáticação presidencial: corpos, relatos, negociações, resistências*.

3. Cf. *La política en tiempos de indignación: la frustración popular y los riesgos de la democracia*. Barcelona: Galaxia Gutenberg, 2015. p. 131.

democracia contemporánea. Pero hemos aprendido, a medida que avanzábamos, del grado de dificultad de la tarea. Por dos motivos principales. Por un lado, porque los nuevos procesos de mediatización y circulación del sentido hace poco se han desencadenado y es difícil vislumbrar, en este momento, cuáles serán finalmente sus consecuencias. Es decir, es muy difícil predecir como transformará la nueva mediatización y circulación a la democracia contemporánea. Por otro lado, porque la complejidad de las variables a considerar es tan grande que las posibilidades parecen innumerales, máxime si se recuerda que el sistema mediático se encuentra en el seno de una vertiginosa transformación que no parece haber acabado, y que la democracia es un forma de gobierno y de sociedad siempre abierta<sup>4</sup>, en reformulación incesante.

Para llevar a cabo esta tarea, estableceremos un diálogo con un autor que, aunque no inscribe su obra en el campo académico de las mediatizaciones, ha planteado a lo largo de los años una reflexión sobre la sociedad actual, el rol de los medios, la comunicación, la política y los actores sociales, en particular los movimientos sociales y el poder. Nos referimos a Manuel Castells. Por sobre todo a su libro *Comunicación y poder* (2009). Consideramos que ocuparnos de él vale la pena principalmente por dos

---

4. En la medida en que la democracia es una forma de sociedad (LEFORT, (2004 [1986]), cabe preguntarse en qué cambia en la modernidad, cuando dos hechos fundamentales se suceden: la Revolución Francesa y la Americana. Es posible sostener que dos grandes cambios acontecen. Por un lado, la democracia se establece como régimen de gobierno apoyándose en la voluntad popular como fuente de poder; por otro, la democracia como forma de sociedad se verá afectada por los nuevos principios declamados en la Revolución Francesa, por sobre todo los de la igualdad y la libertad. Es la tesis que sostiene Isidoro Cheresky (2015) en *El nuevo rostro de la democracia*, un libro dedicado a Claude Lefort, en el que distingue entre democracia como forma de sociedad y como régimen de gobierno. Para Cheresky, “(...) la democracia no es tan sólo un régimen de gobierno – que asegura la representación sustentada en el voto ciudadano y la competencia política –, sino además una forma de sociedad, lo que supone que sus principios de libertad e igualdad configuran y se hallan activos en todo el tejido social” (p. 17). Respecto de Lefort nos interesa destacar que para él a diferencia de las sociedades monárquicas en las democráticas “el lugar del poder se convierte en un *lugar vacío*” y “lo esencial es que les está prohibido a los gobernantes apropiarse, incorporarse al poder” (p. 47). En este marco el hecho de que sólo sean visibles “los mecanismos de su ejercicio, o los hombres, simples mortales que poseen la autoridad política” (p. 47) no es, para la exposición que aquí estamos presentando, un tema menor, debido que la mediatización incide de modo específico en la visibilización de una práctica histórica, contextual.

motivos: en primer lugar porque en ese libro, un monumento teórico con amplia cita a investigaciones empíricas, Castells reflexiona sobre los temas que nos interesan aquí: la crisis de la democracia, la mediatización y la comunicación, brindando una “hoja de ruta” que será muy interesante retomar. Y en segundo lugar porque consideramos que establecer acuerdos y desacuerdos con las tesis de un autor tan importante y actual puede ser un buen ejercicio no sólo con nosotros mismos sino también para el lector. Es decir que a la par de que revisaremos su exposición sobre mediatización y comunicación (circulación) expondremos ciertas precisiones desde nuestra conceptualización.

## **2. Crisis de la democracia, mediatización y comunicación según Manuel Castells**

Comenzamos con lo que expresa sobre la crisis de la democracia que es para Castells una práctica histórica y un concepto de la filosofía política<sup>5</sup>. Según dice, no está claro para él que a nivel global se encuentre en una crisis<sup>6</sup>. Sin embargo, en su análisis, destaca dos grandes argumentos que le parecen importantes considerar que, siguiendo su distinción, pueden adjudicarse más a la democracia como práctica histórica que como concepto de filosofía política. Uno de ellos es la crisis del estado-nación, debido a que “la democracia moderna representativa se estableció en el ámbito del

---

5. Como observa en el fin del capítulo “Programando las redes de comunicación: política mediática, política del escándalo y crisis de la democracia”, cuando expresa que “La democracia como práctica histórica, a diferencia de la democracia como concepto de filosofía política, es contextual” (p. 389). Para Castells, como para otros autores, la democracia como concepto de filosofía política es ante todo “una cuestión de procedimiento” (p. 379). Así lo había explicado anteriormente, en el capítulo “El poder en la sociedad red”, al señalar que la democracia constitucional es una forma de legitimación de la dominación entre otras, que ante todo se refiere a “un conjunto de procesos y procedimientos, no se refiere a la política” (p. 35). Es la “legitimación” la que “depende en gran medida del consentimiento obtenido mediante la construcción de significado compartido; por ejemplo, la creencia en la democracia representativa” (p. 36).

6. Así expresa que “si bien no hay dudas respecto a la crisis mundial de la política, no está claro en cómo se traduce ésta en una crisis de la democracia” (CASTELLS, 2009, p. 389) dado que en su opinión, “desde una perspectiva global, la democracia está en crisis permanente” (p. 389) y que, no obstante “la mayoría de la gente en todo el mundo no ha abandonado sus ideales democráticos” (p. 390).

estado-nación construyendo a los ciudadanos individuales como sujetos políticos basados en la ley, la eficacia y la legitimidad del estado” y a que estos factores “han disminuido por su incapacidad para controlar las redes globales de riqueza, poder e información, mientras que su representación se ve difuminada por la aparición de sujetos culturales basados en la identidad” (p. 390). Como la crisis del estado-nación es un tema específico y distinto de los que pretendemos tratar en este artículo, no nos vamos a detener aquí en él. Sobre la situación actual y los sujetos culturales basados en la identidad volveremos más adelante, cuando nos reframos a las redes y los movimientos sociales.

El otro es “la política mediática y su corolario, la política del escándalo, (que) han profundizado la crisis de la legitimidad” (p. 390). Es decir un argumento que evidencia que para Castells la mediatización está jugando un rol relevante en la crisis de la democracia histórica. Y la pregunta que aquí se impone es: ¿se refiere a toda mediatización, es decir, por igual a la de los medios masivos que a la de las redes sociales e Internet? ¿O se refiere a una de ellas en particular?

Repasemos su exposición. El análisis de Castells se despliega en dos capítulos distintos y su estrategia expositiva no es, desde nuestro punto de vista, un fenómeno secundario, sino un aspecto relevante de su modo de pensar. En uno de los capítulos, titulado “Programando las redes de comunicación: política mediática, política del escándalo y crisis de la democracia” (p. 261-392), analiza el rol y la influencia de los medios masivos y la comunicación masiva. En él asocia la mediatización a la personalización de la política, a la política del ataque personal (de la cual son en gran parte responsables los partidos políticos que a través de los think tanks ponen en juego de modo sistémico una investigación de oposición) y a la política del escándalo, practicada por los medios de comunicación. Son estos procesos más que otros, incluso que la corrupción, los que para el sociólogo catalán han profundizado la crisis de la legitimidad de la democracia al acentuar la crisis de las instituciones y de sus representantes. Es en este capítulo en el que se ocupa de las instituciones: mediáticas, partidarias, gubernamentales.

En el siguiente capítulo, titulado “Reprogramando las redes de comunicación: movimientos sociales, política insurgente y el nuevo espacio público” (p. 393-533), se concentra en las redes sociales mediáticas,



en los movimientos sociales y en la ocupación de los espacios públicos. A diferencia del anterior, no culmina con una reflexión sobre la crisis de la democracia sino con un ítem titulado “Reprogramar las redes, recablear las mentes, cambiar el mundo” (p. 530-533) refiriéndose al cambio social e, incluso, las posibilidades de regeneración de la democracia. Esta posibilidad se apoya para Castells en el hecho de que las redes sociales han habilitado un nuevo tipo de comunicación que denomina autocomunicación de las masas. Esta noción constituye uno de sus grandes aportes a las teorías de la comunicación y plantea interesantes cuestiones a atender debido a que es formulada como un modo de comunicación horizontal.

La autocomunicación de las masas se produce según Castells gracias al “desarrollo de redes horizontales de comunicación interactiva que conectan lo local y lo global en cualquier momento” (p. 101). Es una posibilidad que ha surgido “con el desarrollo de las llamadas web 2.0 y web 3.0” (p. 101). Esta comunicación “es de masas porque llega a una audiencia potencialmente global a través de redes P2P y de la conexión a internet” (p. 108). Su “contenido está autogenerado, su emisión autodirigida y su recepción autoseleccionada por todos aquellos que se comunican” (p. 108).

En lo que sigue avanzaremos en el análisis de la relación entre crisis de la democracia representativa, mediatización y circulación, concentrándonos en tres cuestiones.

En primer lugar nos interrogaremos en qué medida su exposición basada en una tajante división entre medios masivos y redes sociales si bien le permite realizar importantes aportes no termina siendo demasiado dualista y estática para dar cuenta de los procesos de circulación contemporáneos. Es una pregunta que nos llevará a una revisión de nuestro propio análisis de la mediatización y la circulación.

En segundo lugar realizaremos una revisión desde una concepción sistémica ternaria de la direcciones comunicacionales – ascendente, descendente y horizontal (CARLÓN, 2016) – profundizando en el análisis de la horizontal, que en Castells aparece enunciada, como acabamos de reseñar, a partir de la formulación de autocomunicación de masas. Aquí nos plantearemos preguntas como: ¿en qué medida es posible determinar en estudios empíricos a la dirección comunicacional horizontal de modo autónomo, independiente de la ascendente y de la descendente? Y para dar cuenta de

los movimientos sociales actuales ¿alcanza con focalizar a la comunicación horizontal?

Y en tercer lugar desplegaremos una reflexión sobre lo que una concepción de la comunicación basada en la no linealidad, es decir, en la circulación (VERÓN, 1987; FAUSTO NETO, 2010), puede aportar al análisis de la crisis de la democracia representativa toda vez que la concepción de Castells no privilegia mayormente esta perspectiva.

### **3. Los riesgos de una concepción dualista y estática de los sistemas mediáticos**

Aunque no está formulado en estos términos el análisis de Castells que comentamos anteriormente, parte, desde nuestro punto de vista, de la distinción de dos sistemas mediáticos, el de los medios masivos y el de las redes sociales mediáticas. Compartimos la necesidad de establecer esta distinción que no siempre es privilegiada. En lo que tomaremos distancia del análisis de Castells es en el modo en que su análisis opera a partir de ella, que desde nuestro punto de vista es demasiado dualista. No es una cuestión menor para el tema que estamos tratando dado que, como veremos enseguida, tiene efectos sobre el modo en que conceptualizamos cómo la mediatización y la circulación afectan en nuestra contemporaneidad a la democracia representativa.

Para Castells los medios masivos son los responsables de política de la personalización, el ataque personal y el escándalo, procesos que afectan a la legitimación de la de democracia representativa. Es cierto que estos procesos adquirieron rasgos específicos en la era de los medios masivos. De hecho son fenómenos que han caracterizado a la mediatización por sobre todo desde la posmodernidad.

A su vez coincidimos también con Castells en que internet, principalmente merced a las redes sociales mediáticas, ha brindado a los ciudadanos, individuos y/o colectivos, cada vez más herramientas para autoconvocarse, ocupar los espacios públicos e, incluso, de ese modo, renovar actores y sentidos para la democracia. Acciones que siguiendo a otros autores, puede agregarse, se realizan por distintos motivos, pero entre ellos se encuentran, sin dudas, la actualización de principios como la igualdad

y libertad<sup>7</sup>, es decir, aquellos que definen a la democracia como “forma de sociedad” (CHERESKY, 2015). Expresa Castells:

Los movimientos sociales ofrecen la posibilidad de crear otro mundo diferente, distinto de la reproducción de normas y disciplinas incorporadas en las instituciones de la sociedad. Aportando nueva información, nuevas prácticas y nuevos actores al sistema político, los insurgentes desafían la inevitabilidad de la política de siempre y regeneran las raíces de nuestra democracia en ciernes. (2019, p. 531)

Sin embargo, más allá de los acuerdos, surgen las diferencias que se basan como adelantamos en el carácter demasiado estático y dualista de su análisis. ¿A que nos referimos? A que pese a que Castells en un momento de su exposición reconoce y manifiesta que la “interacción entre los medios mayoritarios e internet es lo que caracteriza a la política mediática de la era digital” (p. 311) y “la creciente interacción entre redes verticales y redes horizontales de comunicación” (p. 107-108), lo que acontece en esa interacción no está en el centro de su reflexión, tal como lo muestra su exposición y resulta evidente tras una evaluación de conjunto de su texto. Y es un problema porque no todo lo que sucede en los medios masivos es la personalización de la política y la política del escándalo ni lo único que acontece en las redes sociales mediáticas son los movimientos sociales. Porque cada vez hay más política en las redes sociales y cada vez más los

---

7. Para Cheresky estos principios de la Revolución Francesa se actualizan y moldean constantemente a la democracia como “forma de sociedad”. Respecto de la libertad, por ejemplo, señala: “la libertad de los contemporáneos se halla muy favorecida por la expansión de la comunicación y la circulación de personas y bienes, que conecta culturas y experiencias a la escala del mundo; pero en particular por las nuevas redes sociales de internet y la proliferación de los mass media convencionales” (2015, p. 33). Respecto de la igualdad, podemos agregar que en nuestro estudio sobre la votación de la ley de matrimonio igualitario (CARLÓN, 2012) detectamos que el principio que movilizó a los segmentos sociales que reclamaban el derecho de casarse y que finalmente prevaleció en la sanción de la ley fue el de la igualdad. Hechos como éste pueden conectarse con la observación destacada anteriormente de Castells de que la democracia se encuentra en crisis también por la acción de sujetos culturales basados en la identidad. Aunque como en casos como la votación de la ley por el matrimonio igualitario los hechos hayan tenido un desenlace acorde con el reclamo y la democracia fortalecida.

medios masivos juegan roles claves en la difusión y el desarrollo de los movimientos sociales. Es decir porque las relaciones entre medios y actores sociales, la mediatización y la circulación se han tornado en nuestra contemporaneidad en fenómenos mucho más complejos. Para explicar mejor nuestro enfoque dedicamos un momento al análisis de la mediatización y la circulación.

#### 4. Mediatización y circulación horizontal-vertical: el lugar de la autocomunicación de masas

No todo lo que habilita el nuevo sistema mediático basado en internet y la telefonía es autocomunicación de masas y dirección comunicacional horizontal. La emergencia de un nuevo sistema mediático en interacción con el de los medios masivos ha generado la consolidación de un tipo de circulación del sentido vertical-horizontal (CARLÓN, 2016, 2017)<sup>8</sup>. Este tipo es específico debido a que desde las redes sociales mediáticas (aquí nos referimos principalmente a Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, etcétera)<sup>9</sup> se producen contenidos que “escalán” hacia los medios masivos estableciendo direcciones comunicacionales ascendentes. Y a que desde ellos se producen operaciones de “apropiación” de contenidos provenientes de los medios masivos en el marco de direcciones comunicacionales descendentes.

Para explicar mejor lo que estamos señalando incluimos aquí dos grá-

---

8. La dimensión vertical-horizontal incluye la dirección ascendente y la descendente (CARLÓN, 2017). Si bien estas dimensiones están basadas en las denominadas *top down* y *bottom up* que caracterizan, por ejemplo, a las narrativas transmediáticas, su inclusión sistémica en una conceptualización ternaria que también incluye la horizontal las redefine.

9. Consideramos que cada red social mediática no es un medio, en el sentido en que lo son los medios masivos, pero sí que articulan múltiples *medios* (CARLÓN, 2012) de distinto estatuto que permiten a diferentes enunciadores poner en circulación discursos públicos y generar colectivos: *medios* propiamente dichos (versiones digitales), *instituciones* (de diferentes estatuto: sociales, deportivas, políticas, etcétera), *medios individuales* (con capacidad de generar colectivos y contenidos de circulación masiva) y, por supuesto, importantes *medios colectivos* (de género, ecológicos, *fans*, etcétera). Debido a que nos interesa especialmente la circulación del sentido entre sistemas, no incluimos en este gráfico a plataformas de *streaming* como Netflix y Spotify, que no son privilegiadamente medios de producción de contenidos generadas por actores múltiples.

ficos. El primero (Gráfico 1) muestra el escenario mediático contemporáneo, que es el que habilita las nuevas formas de circulación. Siguiendo debates ya establecidos “arriba”, hemos ubicado a los medios masivos y “abajo” a las redes sociales mediáticas. Y hemos incluido Whatsapp debajo debido a que consideramos que su estatuto es, al menos hasta ahora, radicalmente diferente<sup>10</sup>.

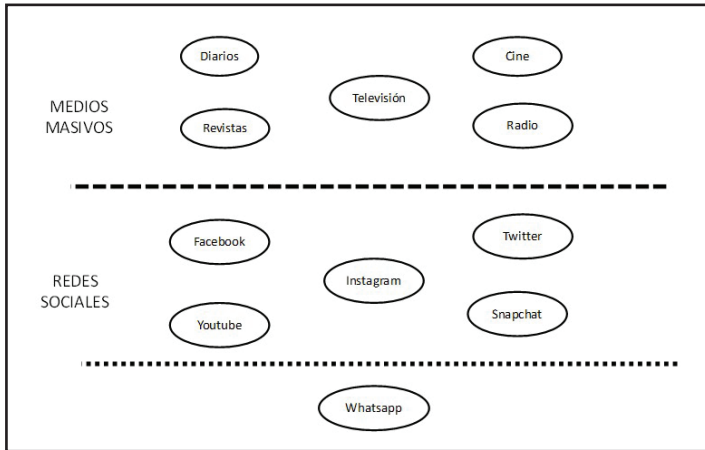


Gráfico 1

10. Un comentario sobre WhatsApp, que consideramos el *underground*. Por un lado, que no incluimos a la red de mensajería junto a las redes sociales mediáticas debido a una serie de rasgos diferenciales que no permiten, hasta ahora, estudiar su circulación del mismo modo en que se lo hace con los demás: el hecho de que está encriptado de punta a punta, la dificultad para identificar a los enunciadores (a diferencia de Twitter o Facebook, por ejemplo), la imposibilidad de establecer circuitos de la circulación (puntos de origen, modos de circulación, etcétera). Por otro lado, que como somos conscientes de que es un espacio mediático de enunciación desde el cual se producen contenidos que terminan circulando en las redes sociales mediáticas y en los medios masivos (además, por supuesto, de que aquí también circulan contenidos originados en los otros sistemas mediáticos), es imprescindible su focalización. ¿Cómo debería ser desde nuestro punto de vista el análisis de Whatsapp? Aunque aquí no nos detendremos en él es una buena oportunidad manifestar nuestro enfoque: creemos que en este contexto sus contenidos pueden/deben ser considerados *en la medida en que emergen y llegan a los sistemas mediáticos que estudiamos, el de las redes sociales mediáticas y el de los medios masivos*. Es decir, en los lugares y en los momentos en los que irrumpen, dejan marcas materiales de producción de sentido y desencadenan en los sistemas mediáticos procesos discursivos de circulación.

El segundo (Gráfico 2) muestra a partir del estudio de más de setenta casos<sup>11</sup> cuáles son desde nuestra perspectiva los principales tipos de circulación vertical-horizontal que caracterizan a sociedad contemporánea. Como se adelantó, ha sido elaborado a partir de una consideración sistémica ternaria de las direcciones comunicacionales (ascendente, descendente y horizontal) y nos permite ver el escenario desde otro ángulo.

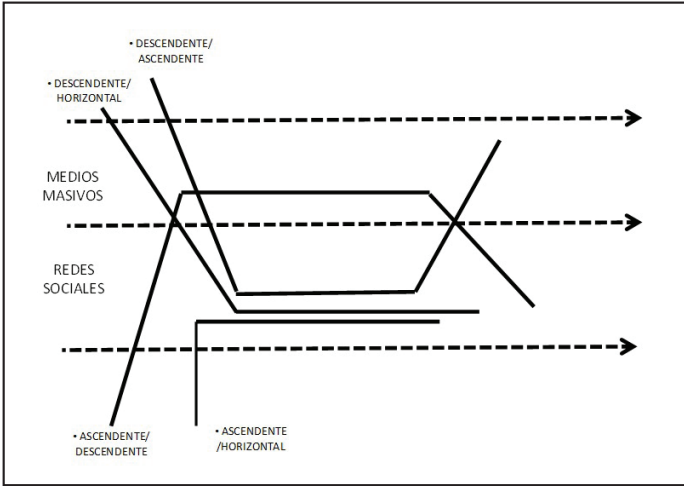


Gráfico 2

Como se advierte desde nuestro punto de vista, que parte de la perspectiva materialista del sentido de Eliseo Verón (1987), la dirección comunicacional horizontal es importante, pero sólo se hace presente luego de que se inicia un proceso ascendente o descendente. Esta observación es válida para los movimientos sociales en los que es habitual que la dirección comunicacional sea en el inicio ‘ascendente’, luego horizontal y finalmente otra vez ascendente, siendo clave éste último cambio de escala (en el gráfico línea ascendente/descendente)<sup>12</sup>. Así distintos movimientos sociales es-

11. Investigaciones desarrolladas en el marco de la Cátedra Semiótica de Redes y del Proyecto Ubacyt “La mediatización en el entretrejo de los vínculos sociales. Cambios en la circulación del sentido a partir de la nueva mediatización de individuos, colectivos, medios e instituciones en la sociedad contemporánea” y en cursos dictados en la Universidad San Andrés.

12. Líneas que, presentadas así, son por supuesto, tipos. Cuando se estudian casos en

tudiados focalizando los saltos hipermediáticos mostraron que es habitual que tengan un origen ascendente desde Twitter o Facebook por ejemplo y que alcancen grandes convocatorias en los espacios públicos luego de que sus contenidos sea difundidos por los medios masivos<sup>13</sup>. ¿Hubiera sucedido semejante cambio de escala si los medios masivos no hubieran amplificado lo que estaba sucediendo en las redes sociales mediáticas? Difícil de creer. De hecho, todas nuestras investigaciones demuestran que tanto en la difusión de contenidos producidos por movimientos sociales como por individuos que generan importantes colectivos sociales, los medios masivos ocuparon un importante rol difusor.

Como expresamos anteriormente, la consideración sistémica de estas tres direcciones comunicacionales hace ver a los fenómenos circulatorios desde otro ángulo. La circulación en esta dimensión, que consideramos vertical-horizontal, es por momentos simultánea, a todo ritmo y de altísima complejidad. Hecho que obliga a pensar que las consecuencias de la mediatización y de la nueva circulación sobre la democracia son hoy mucho más difíciles de desentrañar.

Cada sistema mediático habilita de forma específica y diferenciada, pero los procesos que afectan a la democracia como forma de sociedad y como forma de gobierno son, ante todo, corrientes y contracorrientes permanentes y dinámicos de circulación del sentido que van tanto desde “arriba” hacia “abajo” como desde “abajo” hacia “arriba”. Y en ellos la democracia como régimen de gobierno (y sus principios formales) y como forma de sociedad a veces se ve fortalecida y otras es discutida y relativizada. El problema del enfoque dualista de Castells es que al establecer una diferenciación tan esencial entre la acción de los medios masivos y la de las redes sociales mediáticas no termina de circunscribir y, por sobre todo, darles su verdadera dimensión, a los diferentes procesos de circulación. O

---

particular la dinámica suele ser mucho más extensa y, por supuesto, compleja: por ejemplo, ascendente/horizontal/ascendente/descendente (CARLÓN, 2017).

13. Ejemplos que pueden citarse son “Surgimiento y circulación del colectivo #NiUnaMenos: entre las redes sociales, el espacio urbano y los medios masivos” (SLIMOVICH, 2019); *De las redes a la calle: el pañuelazo* (CUTIGNOLA, Agustina; FERRACUTTI, Delfina; FERRO, Josefina; GIQUEAUX, Rosario) y *Cuidemos las dos vidas* (CHO, Eunice; KOMIYAMA, Geraldine; MARTINO, Lorena; MONTESANO, Micaela; RUBINO, María Fátima). Estos dos últimos son trabajos monográficos desarrollados en el curso “Comunicación Visual” de la Universidad de San Andrés, 2018.

sea: es cierto que la autocomunicación de las masas es parte de una dirección comunicacional nueva en la historia de la mediatización, que es la horizontal, que pudo circunscribirse teóricamente por sobre todo a partir de la emergencia de la web 2.0 y 3.0 y que se hace presente principalmente en las redes sociales mediáticas. Pero los principales tipos de circulación de los contenidos hoy son ascendentes y descendentes y hay también procesos circulatorios que impregnan ambos sistemas por igual.

En síntesis: desde nuestro punto de vista es tan propio de las redes sociales mediáticas haber brindado a los movimientos sociales un espacio de expresión como haber habilitado un crecimiento exponencial de la personalización de la política, del escándalo y del ataque personal. Y la defensa de los valores de igualdad y libertad, motores habituales de los movimientos sociales a través de las redes sociales, son muchas veces realizadas con más ahínco por los medios masivos que por las redes sociales. Además de que las redes sociales albergan no sólo movimientos progresistas, sino también profundamente conservadores (dinámica que se estableció, por ejemplo, el año pasado en la Argentina con motivo de la votación por la ley de aborto legal entre los “verdes”, a favor de la despenalización del aborto concentrados en el movimiento El pañuelazo, y los “celestes”, representantes del movimiento Cuidemos las dos vidas)<sup>14</sup>.

## **5. Perspectiva no lineal, no intencionalidad y circulación transversal**

Como hemos señalado en su análisis de la crisis de la democracia representativa, Manuel Castells destaca el rol que ocupan la política del escándalo, la personalización y el ataque personal. El uso sistémico de la investigación de la oposición por parte de los think tanks brinda información y herramientas a ciertos actores mediáticos y políticos para atacar a otros<sup>15</sup>.

---

14. Puede argumentarse aquí que como el libro de Castells que estamos comentando es de 2009 el sistema de redes sociales no estaba aún desarrollado como se encuentra actualmente y no era tan evidente que la política del ataque personal y del escándalo iban a inundar las redes sociales mediáticas. Sin embargo Facebook tenía ya cinco años, Twitter dos, y era evidente que se apoyaban como estrategia en la individualización de los enunciadore, pilar para el desarrollo de estrategias de ataque personal.

15. Pasados diez años desde la publicación del texto de Castells a esos recursos pode-



Ahora bien ¿qué nos dicen los ejemplos privilegiados por Castells sobre su concepción de los procesos comunicacionales? Que ante todo concentra su interés en procesos “lineales e intencionales”, aquellos que puede suponerse establecen circuitos efectivos de emisión a recepción. Esto no implica que Manuel Castells defienda explícitamente esa concepción ni tampoco que en sus análisis no muestre que, por ejemplo, los ataques personales no son siempre eficaces<sup>16</sup>. Pero su concepción se vuelve evidente cuando se observa que no concentra su atención en otro tipo de procesos comunicacionales. Principalmente nos referimos a dos, vinculados a una concepción no lineal de la comunicación: el desacuerdo y no intencionalidad. Concentrémonos en ellos porque también afectan a la democracia como forma de sociedad. No sólo eso: es probable que hoy sean, como efecto de la mediatización y la circulación contemporánea, mucho más evidentes e importantes que antes.

Comencemos por el desacuerdo que, según Daniel Innerarity, es una de las “dos grandes fuentes de hostilidad ciudadana en relación a nuestros representantes” (2017, p. 125)<sup>17</sup>. ¿Cuál es la relación entre desacuerdo, mediatización, nuevas condiciones de circulación y representatividad en las democracias contemporáneas? Se puede sostener que en la medida en que el desacuerdo es una manifestación de la circulación, que es ante todo una diferencia entre producción y reconocimiento (VERÓN, 1987), las nuevas formas de circulación del sentido favorecen su despliegue. No solo influye que el hecho de que en el nuevo escenario mediático hay nuevas formas a través de las cuales el desacuerdo se materializa, hecho que estimula el encadenamiento de los desacuerdos, como sucede frecuentemente en los “hilos” de Twitter, por ejemplo. Sino que estos procesos se ven favo-

---

mos sumar hoy Whatsapp y, por ejemplo, a las *fake news*, aunque sobre los efectos de las *fake news* queda mucho aún por discutir (como se advierte en la investigación realizada sobre Twitter por VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan, 2018).

16. Un ejemplo: el análisis que realiza de los ataques a Bill Clinton y por qué, pese a que el Presidente Demócrata vivió permanente acosado por ataques directos e, incluso, debió enfrentar un proceso de *impeachment*, pudo sobrevivir a ellos.

17. Según Daniel Innerarity, hay “dos grandes fuentes de hostilidad ciudadana en relación a nuestros representantes: corrupción y desacuerdo” (2017, p. 125). Respecto de la corrupción, coincidimos con Castells en que más importante que la corrupción, que es antigua, es su mediatización, que es la que es capaz de generar la crisis de la democracia representativa.

recidos por los saltos de escala hipermediáticos que caracterizan a la cultura contemporánea, en los que el desajuste permanente entre las lógicas de los medios masivos y la de los distintos enunciadores sociales (portales de noticias y temáticos, blogs profesionales, cuentas amateurs y de colectivos, etcétera) que interactúan desde las redes se hace evidente. Sociedades más mediatizadas, como postulaba Verón, aumentan la divergencia. Y esa divergencia se incrementa aún más cuando más enunciadores diversos se suman a los espacios públicos.

Detengámonos ahora en la no intencionalidad. Nos parece un elemento a destacar que encuentra un nuevo campo de despliegue en nuevas formas circulación, como la transversal (CARLÓN, 2018), que pueden tener alto impacto en el proceso de erosión de legitimidad de las democracias representativas. A diferencia de la circulación vertical-horizontal que hemos considerado hasta aquí, que va de “arriba” a “abajo” y de “abajo” a “arriba”, la transversal va de “adentro” hacia “afuera” y desde “afuera” hacia “adentro” de las instituciones, los medios y los colectivos sociales.

¿Cuándo y de qué modo este proceso afecta a la democracia representativa? Cuando los individuos mediatizados cuya vida se encuentra enmarcada en instituciones democráticas producen a través de sus propios medios de comunicación información capaz de generar fenómenos comunicacionales tipo boomerang, que se vuelven contra ellos mismos o contra las instituciones y colectivos sociales a los que pertenecen o encarnan<sup>18</sup>. A continuación brindamos rápidamente un ejemplo reciente, que involucra a la Justicia, que muestra cómo el valor de neutralidad que supone la puesta en juego de numerosos dispositivos de las democracias modernas se encuentra puesto en discusión en nuestra contemporaneidad en prácticas efectivas debido al desempeño de individuos que encarnan esas instituciones en las redes sociales mediáticas (y por

---

18. En otros lugares (CARLÓN, 2018) brindamos un ejemplo que denominamos “fuego amigo”. Nos referimos al caso Echegaray en el cual la hija de un relevante funcionario del principal organismo recaudador de la Argentina, Camila Echegaray, publicó en Instagram una foto de un auto Audi valuado en 45.000 USD que su padre le regaló para su cumpleaños que generó una circulación más allá de sus redes de contacto y que rápidamente trepó a los medios masivos obligando, finalmente, a su padre a dar explicaciones en un programa de radio.

las operaciones que en reconocimiento son puestas en juego por otros actores sociales). En casos como estos son los individuos mediatizados que pertenecen a las instituciones de la democracia los que generan los contenidos (o sus familiares o amigos) por los cuales luego van a ser juzgados, impugnados, etcétera. Es un campo de consideración tan reciente que aún no sabemos qué tipos de casos y de qué estatuto van a estar comprendidos en él debido a que presenta complejas aristas políticas y judiciales.

Ejemplo: un perito ingeniero judicial que tiene que realizar una pericia en uno de los juicios que enfrenta Cristina Fernández de Kirchner acaba de ser recusado por los abogados de la ex Presidenta por los fav que brindó en Twitter antes de tener que hacer la pericia en los que se advierte su tendencia política. Es decir que según la recusación quien demostró su parcialidad y no neutralidad fue el propio perito a través de sus manifestaciones personales en Twitter anteriores al hecho que debe peritar. La recusación fue dada a conocer por Cristina Fernandez de Kirchner en su cuenta de Twitter a través de una cadena de tweets y escaló inmediatamente a los medios masivos<sup>19</sup>.

El tema judicialmente aún no se ha resuelto, pero si impugnaciones de este tipo avanzan, ¿cómo se resolverán? ¿Qué instituciones de la democracia resistirán el escrutinio del comportamiento de los actores sociales que las encarnan en las redes sociales cuando su accionar requiere una cierta neutralidad? En una sociedad hipermediatizada, en la que todos manifiestan sus gustos y sus opiniones, es decir, en la que manifestación pública no mediatizada y la circulación se han vuelto estructurales es probable que la circulación transversal (CARLÓN, 2018) emerja como una nueva amenaza.

---

19. El primero de los tweets de CFK dice: “Hoy por la mañana presentamos en Comodoro Py una recusación contra el perito ingeniero designado en el juicio oral. Se trata de el ing. Eloy Pablo Bona”. El segundo expresa: “La imparcialidad de los jueces, fiscales, peritos, etc... es uno de los rasgos distintivos del Estado de Derecho y la Democracia”. El tercero: “A continuación les voy a mostrar algunos de los tweets a los que el perito Bona les puso ‘me gusta’. Van con su fecha de emisión para que los puedan ver. ¿Ustedes opinan que este sr. es un perito imparcial?” Luego se sucede una serie de tweets que Bona realizó a lo largo de los años, entre ellos uno que realizó a favor de Macri en la elección presidencial de 2015. Disponibles en:

<https://twitter.com/CFKArgentina/status/1132014692761788417>

## 6. Mediatización, circulación y las nuevas demandas a la democracia como forma de gobierno

Hasta aquí nos hemos ocupado principalmente de la democracia como práctica histórica y como forma de sociedad. De cómo la representación es encarnada por distintos actores sociales y de cómo actores e instituciones se ven afectados en su legitimación. A la vez, la reflexión sobre mediatización, circulación, y democracia representativa también admite otro ángulo de consideración acerca de la democracia como régimen de gobierno y de cómo esta dimensión se ve afectada con el cambio de época. En relación a lo hasta aquí expuesto deseamos expandirnos en un comentario desde un ángulo distinto del de Castells acerca de la relación entre instituciones de la democracia y medios masivos.

Actualmente es suficientemente conocido que los medios masivos, históricamente considerados instituciones estables de la modernidad, responsables del inicio del proceso de mediatización de la vida social y actores centrales de la democracia representativa, se encuentran desde hace tiempo en una profunda crisis y/o transformación. Una mirada a su mutación en tanto instituciones es interesante porque nos permite establecer semejanzas con la llamada crisis de democracia representativa e identificar a ciertos procesos que caracterizan a la situación actual. Las demandas que los medios masivos en estos tiempos han debido enfrentar, que los han debilitado y vuelto cada vez menos hegemónicos, son esclarecedoras respecto a muchos de los diagnósticos que actualmente se realizan sobre la crisis de la democracia. Consideremos a la principal causa de la “crisis” de los medios masivos (CARLÓN; SCOLARI, 2014 [2009]; CARLÓN; FECHINE, 2011): el aumento del desfase entre, por un lado, los “tiempos de las instituciones” y, por otro, los “tiempos de los individuos” y los “de los colectivos”. En el caso de los medios masivos, ese desfase se manifiesta como una impotencia para seguir programando desde la oferta la demanda a través de las grillas de programación – emblema de los tiempos de las instituciones (VERÓN, 2009) – frente a la consolidación de la cultura on demand, es decir, ante las prácticas de individuos y de colectivos que cada vez más hiperconectados desean programar desde sus propios tiempos sus consumos y sus prácticas. Y algo semejante parece sucederle a las instituciones de la democracia porque el desfase entre sus tiempos, que se manifiestan

a través de convocatorias formales a los ciudadanos a partir de intervalos establecidos (principalmente el voto) son cada vez más insatisfactorias<sup>20</sup>.

## 7. En América Latina

Para terminar un comentario de otra índole, cuantitativo, sobre esta cuestión. En la medida en que la democracia es un régimen histórico y abierto, sus manifestaciones son múltiples. Este hecho amerita la siguiente pregunta: ¿qué sucede con su manifestación en América Latina más allá de los diagnósticos generales? La encuesta realizada por Latinobarómetro desde 1995 brinda algunos resultados interesantes sobre su legitimación<sup>21</sup>.

- a) Apoyo a la democracia: el apoyo a la democracia en 2018 en América Latina sigue siendo importante: el 48% prefiere la democracia a otros sistemas, mientras que el 28% es indiferente, el 15% prefiere un régimen autoritario y sólo el 9% no sabe/no contesta. ¿En qué cambió este indicador a lo largo de los años? En que el apoyo a la democracia cayó de un 58% con un pico de 63% en 1997, al 48% actual. ¿Qué aumentó 12%? La peligrosa indiferencia.
- b) Apoyo por país: el apoyo en 2018 varía si tomamos como referencia tres países vecinos del Mercosur – Brasil, Argentina y Uruguay. Uruguay es el país en el que tenía mayor apoyo en 1995 (80%). Ese apoyo cayó para 2018 a 59%. Aún así su apoyo del (61%) sigue siendo muy alto. Argentina tenía 76% en 1995, cayó a 57% durante la crisis del 2001 (en la que se produjo el slogan “que se

---

20. Es en este marco que Isidoro Cheresky ha propuesto el concepto de *democracia continua*, que busca dar cuenta de una dinámica social en la que las lógicas y los tiempos de las instituciones ya no son suficientes. Dice Cheresky: “‘Democracia continua’ nombra un nuevo equilibrio entre el sistema representativo, por una parte, y sus representaciones y acciones ciudadana informales, por otra” (p. 83). “La *democracia continua* indica ante todo la centralidad de una ciudadanía que no delega completamente la soberanía en el acto electoral, sino que permanece alerta y se expresa de un modo virtual o activo cuando el gobierno adopta decisiones significativas, o ante temas emergentes de la cotidianidad política... La legitimidad de las decisiones no se deriva del acto de elegir gobernantes, sino que está en juego en forma recurrente. La autonomía ciudadana, proclive a la autorrepresentación, ha sido tratada en términos de contra-democracia en el sentido de que supone una actividad política disociada del sistema representativo-electoral” (p. 84).

21. Cf. <http://www.latinobarometro.org/lat.jsp>

vayan todos”) y en 2018 se encuentra en el 58%. Brasil es el país con el apoyo más bajo en la región; tenía 41% en 1995 y un 34% en 2018, cuando triunfó Jair Bolsonaro, un líder, como se sabe, con pocos valores democráticos.

## 8. Referencias

BRADSHAW, Samantha; HOWARD Phillip N. Troops, trolls and trouble-makers: a global inventory of organized social media manipulation”. Working Paper 2017.12. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda. Disponible en: <<http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/07/Troops-Trolls-and-Troublemakers.pdf>>.

BRAGA, J. L.; CALAZANS, Regina; RABELO, L. et al. Matrices interacionais: a comunicação constrói a sociedade. Campina Grande, PB: EDUEPB, 2017.

CARLÓN, Mario. La (in)comunicación contemporánea: de las redes sociales a los medios masivos y de los medios masivos a las redes sociales. 2019. (en prensa)

\_\_\_\_\_. Medios individuales, medios colectivos y circulación transversal: desde ‘adentro hacia afuera’ y desde ‘afuera hacia adentro’ (o cómo afecta la nueva circulación a las instituciones sociales). En: CASTRO, P. C. (org.). Circulação discursiva e transformação da sociedade. Campina Grande, PB: EDUEPB, 2018. Disponible en: <<http://www.ciseco.org.br/index.php/noticias/373-livro-circulacao-discursiva-e-transformacao-da-sociedade>>.

\_\_\_\_\_. La cultura mediática contemporánea: otro motor, otra combustión, (segunda apropiación de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón: la dimensión espacial). En: CASTRO, P. C. (org.). A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento. Maceió: Edufal, 2017.

\_\_\_\_\_. En el ojo de la convergencia: los discursos de los usuarios de Facebook durante la transmisión televisiva de la votación de la ley de matrimonio igualitario. En: CARLÓN, Mario; FAUSTO NETO, Antonio. Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación. Buenos Aires: La Crujía, 2012.

CARLÓN, Mario; SCOLARI, Carlos. El fin de los medios masivos: el co-

- mienzo de un debate. Buenos Aires: La Crujía, 2014 [2009].
- CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana. O fim da televisão. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2011.
- \_\_\_\_\_. Apropiación contemporánea de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón. En: VIZER, Eduardo; VIDALES, Carlos (coords.). Comunicación, campo(s) teorías y problemas: una perspectiva internacional. Salamanca: Comunicación Social Ediciones, 2016.
- CASTELLS, Manuel. Redes de indignación y esperanza. Madrid: Alianza, 2011.
- \_\_\_\_\_. Comunicación y poder. México: Siglo XXI, 2009.
- \_\_\_\_\_. Internet y la sociedad red. En: MORAES, Dênis de (org.). Por otra comunicación: los media, globalización cultural y poder. Barcelona: Icaria, 2000.
- CHERESKY, Isidoro. El nuevo rostro de la democracia. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2015.
- ECO, Umberto. Entrevista Umberto Eco, por Eliseo Verón. En: FAUSTO NETO, Antonio; MOUCHON, Jean; VERÓN, Eliseo (orgs.). Transformações da mediatização presidencial: corpos, relatos, negociações, resistências. Porto Alegre: São Caetano do Sul: Editora, 2012.
- FAUSTO NETO, Antonio. A circulação do impeachment: do artigo de fundo à página virada. En: CASTRO, P. C. (org.). A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento. Maceió: Edufal, 2017.
- \_\_\_\_\_. A circulação além das bordas. En: FAUSTO NETO, Antonio; VALDETTARO, Sandra (directores). Mediatización, sociedad y sentido: aproximaciones comparativas de modelos brasileños y argentinos. Rosario: UNR, 2010. p. 2-17.
- Hobsbawm, Eric (2012 [1962]). “La era de la revolución (1789-1848)”, en Historia del mundo contemporáneo. Buenos Aires: Crítica.
- INNERARITY, Daniel. A política em tempos da indignação: a frustração popular e os riscos para a democracia. Rio de Janeiro: Leya, 2017.
- JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014 [2013].
- LEFORT, Claude. La cuestión de la democracia. En: LEFORT, Claude. La incertidumbre democrática: ensayos sobre lo político. Barcelona: Anthropos, 2004 [1986].

- SLIMOVICH, Ana. Surgimiento y circulación del colectivo #NiUnaMenos: entre las redes sociales, el espacio urbano y los medios masivos. En: CARLÓN, Mario. La (in)comunicación contemporánea: de las redes sociales a los medios masivos y de los medios masivos a las redes sociales. 2019.
- PARISER, Eli. El filtro burbuja: como la red decide todo lo que leemos y lo que pensamos. Barcelona: Taurus, 2017 [2011].
- ROSANVALLON, Pierre. La contrademocracia: la política en la era de la desconfianza. Buenos Aires: Manantial, 2007 [2006].
- SCOLARI, Carlos A. El texto DIY (Do It Yourself). En: CARLÓN, Mario; SCOLARI, Carlos A. Colabor\_arte: medios y arte en la era de la producción colaborativa. Buenos Aires: La Crujía, 2012.
- VERÓN, Eliseo. La revolución del acceso. En: VERÓN, Eliseo. La semiosis social 2: ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires: Paidós, 2013a.
- \_\_\_\_\_. Ciclos de vida. En: VERÓN, Eliseo. La semiosis social 2: ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires: Paidós, 2013b.
- \_\_\_\_\_. El fin de la historia de un libro. En: CARLÓN, Mario; SCOLARI, Carlos A. (orgs.). El fin de los medios masivos: el comienzo de un debate. Buenos Aires: La Crujía, 2009.
- \_\_\_\_\_. Ética y televisión. En: VERÓN, Eliseo. Espacios mentales: efectos de agenda 2. Barcelona: Gedisa, 2001.
- \_\_\_\_\_. Esquema para el análisis de la mediatización. Diálogos de la Comunicación, Lima: Felafacs, n. 48, p. 9-17, 1997.
- \_\_\_\_\_. Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia. Semiosfera: humanidades-tecnologías, Madrid, n. 2, p. 5-36, Otoño 1994.
- \_\_\_\_\_. El sentido como producción discursiva”. En: VERÓN, Eliseo. La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad. Buenos Aires: Gedisa, 1987.
- VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. The spread of true and false news online. Science, v. 359, issue 6380, p. 1146-1151, 9 mar. 2018. DOI: 10.1126/science.aap9559. Disponible en: <<https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>>.

### 8.1. Monografías citadas – Cátedra Semiótica de Redes

MARTINEZ, Aldana Micaela; PANIZZI, Laila; SOMOZA, Gabriela; PA-



LOMINO, Melisa; NIELD, Desirée; MUÑIZ, Camila Mía. #niunamenos: Comisión 21 a cargo de Martina Jiménez. Semiótica de Redes de la Universidad de Buenos Aires, 2016.

[Los materiales de la Cátedra Semiótica de redes UBA pueden consultarse en: <http://semioticaderedes-carlon.com/>]

## **8.2. Monografías de alumnos de la Universidad San Andrés (Curso**

### **Comunicación Visual dictado por Mario Carlón)**

CHO, Eunice; KOMIYAMA, Geraldine; MARTINO, Lorena; MONTESANO, Micaela; RUBINO, Maria Fátima. Cuidemos las dos vidas. Trabajo monográfico desarrollado en el curso “Comunicación Visual” de la Universidad de San Andrés, 2018.

CUTIGNOLA, Agostina; FERRACUTTI, Delfina; FERRO, Josefina; GIQUEAUX, Rosario. De las redes a la calle: el pañuelazo. Trabajo monográfico desarrollado en el curso “Comunicación Visual” de la Universidad de San Andrés, 2018.

# Discurso de posse do novo presidente vínculos, imaginários e coletivos

Antônio Fausto Neto

## 1. Nota introdutória

O DISCURSO DO PRESIDENTE eleito abandona, em 1º de janeiro de 2019, o território das redes sociais, para ingressar em um complexo contexto de um ritual que se manifesta na área monumental da Praça dos Três Poderes, em Brasília, onde, após receber a faixa presidencial, profere uma alocução de 75 linhas. As cerimônias que se desenrolaram ao longo do eixo monumental, no Congresso e no Parlatório, nas imediações do Palácio do Planalto, ocorreram permeadas pela atividade de circulação intrinsecamente produzida na ambiência da midiaticização. Suas condições estiveram subordinadas a operações enunciativas segundo as tecnologias digitais e suas lógicas substituem mediadores *mass midiáticos*, seus protocolos, bem como seu trabalho discursivo de natureza profissional. O ato de posse presidencial, que se caracterizaria por momentos de comemoração e conagração, se faz sem interferência de enunciações coadjuvantes de instancias interpretativas. Os jornalistas e as massas são dispensados e as possibilidades de expressão dos seus relatos são submetidas a regulações que emanam de novo dispositivo circulatório.

A alocução do presidente se faz de acordo com a centralidade de uma circulação que se engendra desde a gênese da solenidade até a exibição de seus produtos para nova ambiência, aparentemente desprovida de restrições de elos interpretativos, na esfera de sua produção. Os fundamentos do ritual em torno do qual esta solenidade se realiza colocam em ato ações que condensam enunciações aquém e além da lógica e das ações de visibilidade midiático televisiva. Sabe-se que tais características marcaram, por longos anos, a midiaticização de mensagens, envolvendo, até recentemente, singulares momentos da política, como as posses de

presidentes em diferentes países. Por vários momentos, a enunciação da política se submeteu à elaboração midiática, através da transformação do corpo do ator político, em condição de corpo-significante transformado pelas gramáticas televisivas (VALDETARO, 2014; FAUSTO NETO, 1989; VERÓN, 2013 e 2002). Estas operavam como elos intermediários através dos quais se davam as possibilidades de contatos entre instituições políticas e os atores sociais, segundo processos interacionais que também levavam em conta várias lógicas interdiscursivas (MOUILLAUD, 2014). Tratava-se de um estágio da midiatização no qual a irrupção da atividade significativa do discurso político se fazia via interações e operações de contato entre instituições políticas e os atores sociais, onde a televisão despontava como o principal dispositivo de engendramento de um novo trabalho enunciativo do discurso político.

Literatura acadêmica, de amplo espectro, evidencia a importância que a televisão teve, em diferentes realidades, para dar ao discurso político um “regime de contato” que lhe faltava (VERÓN, 1999). Das eleições americanas em que Kennedy bate Nixon às eleições presidenciais brasileiras – pós-ciclo da ditadura –, estudos chamam atenção para a complexificação de processos de audiovisualização da política (FAUSTO NETO, 1990). Estes se estendem, particularmente, até a entrada do presente século, quando o esmaecimento, ou mesmo a crise das mediações e de seus modelos e de práticas de representações, faz emergir um novo estágio da midiatização em processo, afetando a natureza dos vínculos interacionais no âmbito de práticas sociais diversas, como as que se sucederam largamente no âmbito da política.

Um dispositivo de mediação como a TV perde papel de protagonista na gestão de vinculante atual entre instituições e atores sociais. A “revolução do acesso” de caráter digital faz emergir novas lógicas e protocolos de contatos, instituindo novas possibilidades de retroações entre instituições e atores, descartando progressivamente o trabalho de instâncias intermediárias, criando condições para o que se nomeou como contato direto em plataformas tecnocomunicacionais e gestando novas formas de vida; em suma, o que se nomeia como nova ambiência (GOMES, 2017). Os efeitos da “arquitetura” desta nova ambiência alteram as condições tecno-simbólicas da organização social, à medida que suas práticas sociais se veem permeadas progressivamente por interpenetrações sistêmicas cujas lógicas

diversas roubam das instituições e dos seus experts o protagonismo – de até então – e a especificidade de suas ações discursivas.

Ao fazermos estas considerações aparentemente mais distantes do tema central deste artigo, visamos a considerar – ainda que de modo breve – possíveis relações entre cenários apontados e suas transformações, com a natureza do discurso político engendrado pela campanha do presidente eleito, durante as eleições presidenciais de 2018. De modo específico, a solenidade de posse do novo presidente materializa, além de várias estratégias discursivas desenvolvidas nesta campanha, a natureza de um determinado trabalho de circulação de sentidos. Nele, há uma tensão entre as formas de contato com as quais se modaliza o discurso político e as estratégias de vínculo entre o “corpo-significante” do candidato com a sociedade, uma vez que marcas de sua existência estiveram subsumidas por um *bunker* tecnodigital, através do qual se dava a campanha de disseminação de mensagens dirigidas ao eleito-rado. Encobertos pelas redes, rastros da existência do candidato eram autenticados por mensagens emitidas pelo Twitter, seja por seguidores ou por auxiliares mais diretos.

A alocação de 1º de janeiro na Praça dos Três Poderes corresponde, pela primeira vez, à ocorrência de uma modalidade de contato entre o corpo do presidente e os daqueles que ali compareceram, na condição de aglomerações momentâneas para vê-lo e ouvi-lo. Chamamos atenção para algumas operações discursivas através das quais a alocação de posse do presidente se enuncia entre marcas que envolvem palavras de ordem, bem como exortações de chamada de atenção dos presentes para as promessas de campanha que se atualizam naquele momento. Também para outras marcas que explicitam a “tensionalidade” do discurso político, e que se manifestam através de estratégias discursivas que se presentificam por meio da “retórica de enfrentamento”. O corpo do presidente deambula entre contrato de leitura que privilegia um discurso de exortação, nos moldes daquele proferido nas redes, durante a campanha, e, ao mesmo tempo, um de natureza “programativo”, que se explicitaria pelos pedidos de adesão dirigidos aos que o ouviam, no contexto daquela solenidade, numa tentativa de pré-configuração de determinadas possibilidades de vínculos com o tecido social.

## 2. Hipóteses

Para entender as injunções deste tipo de circulação sobre o discurso presidencial, apresentamos, em caráter de hipóteses gerais, três observações sobre as condições enunciativas de produção e de circulação de sentidos do discurso de posse do presidente, especialmente a sua natureza enquanto uma alocação. Como primeira observação, a fala presidencial é a exteriorização de uma modalidade de discurso político gerado nesta ambiência de circulação específica. A inexistência de outras lógicas, como narrativas colaterais, chama atenção para a singularidade da alocação como modalidade de fala que impede a possibilidade de contato direto do presidente com a sociedade. Este momento de uma emissão, de uma fala, dirigida para todos e sem mediações, faz do protocolo da campanha o que marcaria o estilo de um tipo de encontro entre o eleito e a sociedade.

Como segunda observação, a tentativa da emissão de uma fala sem mediações não asseguraria a efetivação do contato direto entre presidente e os presentes. A fala presidencial apoia-se em operações enunciativas que não convidam o receptor para intercambialidades, não gerando, em consequência, outros regimes de discursividades. Trata-se de uma “fala-exortação” dirigida para múltiplos coletivos – seguidores, adversários e indecisos etc. – que se apoiam em lógicas de um protocolo interacional segundo as quais o presidente fala mais para comandados do que para os que nele votaram. Ora os saúda, mas também os convoca para ações segundo componentes “programativos”, não desprezando, ainda, a “retórica de enfrentamento” pela qual traz à tona a figura dos adversários, os quais são por ele diferenciados através de marcadores discursivos, da figura dos seus apoiadores e seguidores. Busca adesão de possíveis futuros coletivos, valendo-se de estratégias enunciativas fundamentadas em baixos componentes argumentativos. Também recorre às modalizações imperativas, elegendo-as como possibilidade de por em funcionamento pedagogia diretiva por onde pautaria as relações governante/governados.

E como terceira observação: estando vinculada a fundamentos de um ritual de circulação restringida, a fala presidencial, sendo refém da dinâmica de uma ambiência cuja matriz se inspira e se referencia em processo interacional, linear e sem bifurcações imprevistas, não contém hiatos e nem intervalos. Nela, estariam situadas marcas de reconhecimento de

mercados discursivos não unificados, em termos de práticas significantes definidas por suas estratégias comunicacionais. Nestas condições, a alocução se faz em torno de um dispositivo de enunciação que visa a construir e anunciar referências associadas diretamente a pensamentos sobre o mundo segundo um modo que lhe é próprio e no qual visualiza na escuta dos outros, sem contemplar, de modo tentativamente assimétrico, imagens do seu “Brasil que queremos”. Nestes termos, os efeitos deste processo de circulação de sentidos especificam a performance do discurso do presidente, segundo ênfase de modalizações convocatórias.

### **3. A alocução e o contrato enunciativo**

Sabemos que qualquer tipo de alocução passa por condições contextuais, bem como por elementos discursivos que cuidam de lhe dar uma arquitetura com vistas às possibilidades de produção de sentidos. Particularmente, a alocução que se faz no campo político tem como fim voltar-se para a produção de compartilhamentos de interesses, convergência de atenções. Além disso, entre outras finalidades, a busca pela adesão do outro para projetos que são apresentados especialmente no contexto eleitoral. A alocução presidencial está subordinada a elementos que afetam as condições de sua enunciação e de exteriorização de seus enunciados, em termos de sentidos. As operações nela desenvolvidas pressupõem um determinado tipo de contrato que envolve modalidades de contatos inspirados em “gramáticas” – de produção e de recepção.

O discurso político é polêmico e, ao mesmo tempo, polifônico, pelo fato de interpelar o outro, em termos de sentidos, e porque a sua produção implica recursos a dialogias, mediações e intertextualidades, considerando que toda produção discursiva passa, por natureza, pelo “reconhecimento de outros discursos” (VERÓN, 2014, p. 83). Destas recursividades, resultariam possibilidades vinculantes entre a política e a sociedade. Várias linhagens teóricas pensam a respeito desta problemática e dos seus efeitos. Algumas delas são associadas a “pragmáticas de comunicação” que entendem a interação contemplada, apenas, nos mapas das intenções de sentidos preliminarmente definidos pelos produtores de estratégias. Outras teorias dos efeitos de mensagens levam em conta o caráter textual propriamente dito, circunstância em que o leitor é apenas destacado como

uma personagem ideal. No caso, uma personagem situada muito aquém da complexidade do “homem ordinário”, ou daquelas camadas que mostram os atores sociais no interior de coletivos midiaticizados.

Distante dos modelos lineares e causalistas, chamamos atenção para abordagens que contemplam os processos interacionais, em termos de vínculos, a partir da especificidade da linguagem, bem como de operações e de condições enunciativas. A natureza da especificidade do trabalho enunciativo inspira-se em elementos orientadores, cuja origem é a linguagem, segundo “feixes de relações” que estão imersas em três processos fundamentais operados pelas linguagens: representação, referenciação, regulação (CULIOLI, 2010), e que estão permeados por condições que possibilitam mecanismos e as formas de dizer dos enunciados. Este aspecto evoca o fato de que as condições de enunciação passam por uma determinada arquitetura em torno da qual se daria a existência de textos, submetidos a operações que, a seu turno, operariam em conformidade com certas regras intrínsecas, mas também exteriorizadas através de “contrato de leitura”, mediante as quais se daria a intercambialidade de enunciados.

Nestas condições a enunciação seria posta em ato, segundo atividade de dispositivo que reuniria, pelo menos inicialmente, três situações geradoras de efeitos de sentidos: a de quem fala, chamando a atenção para a relação com o que o que diz; a segunda, pela qual o produtor do discurso não só constrói o seu lugar no que diz, mas define igualmente o lugar do seu destinatário; e terceira, que destaca a relação entre o enunciador e o destinatário, que é proposta no e pelo discurso (VERÓN, 2004, p. 217-218).

#### **4. Lendo a alocução**

A alocução presidencial é um texto que condensa elementos relacionados com a racionalidade do discurso político, bem como entrelaçamentos de outras discursividades. Mas também é uma instância pela qual se exteriorizam imaginários que somente podem emergir e produzir referências através de “modalidades de dizer”, de várias naturezas, que são reguladas pelo contrato de leitura por ela proposto. Desta perspectiva, o discurso político se faz em uma instância imaginária na qual percursos múltiplos são oferecidos ao leitor mediante paisagens nas quais se encontra com personagens e diversidades, indo de um lado a outro, aceitando ou recusando

os presumíveis efeitos de sentidos apresentados pelas mensagens em oferta (VERÓN, 2004). Estas se fazem em torno de lógicas de ações políticas, geralmente centradas em temporalidades sustentadas ao redor de noções de custo/benefício, fundadas em expectativas voltadas para fins imediatos (em termos de causas/efeitos) e, muitas vezes, distantes de racionalidades mais complexas. Além disso, com a ascensão da era digital, conceitos de várias naturezas (convergência, estilhaçamento, contato-direto, propagação de mensagens, seguidores etc.) parecem apenas atualizar e ratificar velhos paradigmas funcionalistas, ainda permeados e vinculados às noções e princípios de causalidades e linearidades.

A alocação presidencial é um texto de finalidade pragmática que visa a constituir relações – efeitos de sentidos – entre o que fala com aquele a quem a ela se destina, através de conteúdos que são organizados por um enunciador e orientados para destinatários. Contudo, sabe-se que seus efeitos não se realizam automaticamente, uma vez que são mediados por articulações mais complexas e que vão além de horizontes intencionais, segundo postulações unilaterais. Portanto, a relação entre ambas é de natureza discursiva, pelo fato de que “um mesmo emissor poderá, em um mesmo discurso, ou não, construir enunciadores diferentes” (PINTO, 1994, p. 28), conforme os objetivos visados por sua estratégia, fenômeno que aponta para a potencialidade e possibilidades de sentidos que se gestam a partir do contrato. Este se manifesta através de operações enunciativas que visam a criar universos de referências a serem compartilhadas com o destinatário, bem como “criar e/ou reproduzir, pelo exercício da linguagem, relações de poder entre emissor e receptor” (PINTO, 1994, p. 29). Tais operações são múltiplas, mas estas se especificam conforme a natureza da enunciação, como é o caso daquelas relacionadas com o discurso político. Neste caso, a enunciação deve atualizar intenções comunicativas do emissor, segundo protocolos que a ritualizem e atualizem as expectativas daqueles junto ao receptor (PINTO, 1994).

As modalizações – os modos de dizer a mensagem – que são referenciadas pelo trabalho da linguagem visam, assim, à realização de expectativas etc. do discurso em oferta. Para tanto, enunciados engendrados trazem modalizações de várias naturezas (declarativa, representativa, expressiva, compromissiva, diretiva etc.), que têm em vista suscitar os mais diversos efeitos de sentidos. Indicam também papeis e ações a serem exercidas pelo



sujeito da enunciação bem como pelos destinatários, conforme as expectativas formuladas, em termos de oferta de discursos, na esfera do contrato de leitura.

#### 4.1. O contrato entre tensões

Veremos que o contrato de leitura sobre o qual se apoia a fala presidencial está atravessado por uma determinada tensão. De um lado, pelas referências de lógicas digitais que marcaram largamente as formas de contato entre candidato e seguidores no contexto do funcionamento do discurso em campanha. Materializam-se através de marcas de um “falar para muitos”, conforme enunciado (todos os grifos são nossos):

1. “(...) a partir de hoje vamos colocar em prática o projeto que a **maioria** do povo brasileiro escolheu. Vamos promover as transformações que o país precisa.”

De outro, pela explicitação de alguns operadores discursivos que chamam atenção para marcas indiciais que assinalam a inclusão do presidente no próprio contexto temporal (enunciativo) em que profere o discurso;

2. “E eu **estou aqui** para responder e, mais uma vez, me comprometer com esse desejo de mudança. **Também estou aqui** para renovar nossas esperanças e lembrar que, se trabalharmos juntos, essa mudança será possível.”

Esta tensão enfatiza a questão das condições de produção e de relação da distância no funcionamento do discurso político ao fazer suas operações de passagem do contexto das redes digitais para um outro constituído pela diversidade de mediações. Defronta-se, por exemplo, com elementos dos seus mundos familiares (familiar e caserna), a quem se dirige explicitamente, no texto da solenidade de posse:

3. “**Meu** prezado general, Paula, **minha** esposa (...)”.

Defronta-se, também com os coletivos de identificação, constituídos por seus seguidores; segundo designação mais genérica – “vocês”; ou outros mais especificados:

4. “**Eu, você e as nossas famílias**”;

5. “**Pessoas de bem**”.

E, também, coletivos mais distantes:

6. “projeto que a maioria do **povo brasileiro** democraticamente escolheu”.

Portanto, o discurso presidencial institui relações com um arco de coletivos, daqueles constituídos por um “nós exclusivo” e por um outro, daqueles:

7. “não identificados com a voz da rua e das urnas”;

ou seja por coletivos não constituídos por

8. “eu, você, nossas famílias (...) **nossos** filhos e por **nossos** sonhos”.

Neste contexto, o chamado “discurso de estilhaçamento” praticado pelo então candidato, nas redes durante a campanha, dá lugar a um outro, cuja modalização trata de apresentar seus contornos com segmentos específicos da sociedade, constituídos por atores a quem ele se dirige, segundo figuras imaginárias extraídas de coletivos de identificação:

9. “**Nosso** povo”; “toda a **nação**”; “**Povo** maravilhoso”.

Ou, então, através de operadores de localização através dos quais o país é apontado como totalidade especificada, como em:

10. “**Nosso** Brasil”; “Brasil dos **nossos** sonhos”; “**Brasil** para brasileiros”.

Tanto em um caso como no outro, as construções linguísticas apontam para noções que o discurso presidencial deseja compartilhar com o país e seu povo, mas a partir de uma clivagem que contempla, de um lado, o coletivo dos incluídos, e de outro, o dos “eles”, integrado por seus adversários. Tais construções não deixam de ser marcadores que especificam distância mínima entre ele e seus coletivos e, em seguida, mais ampla, entre o presidente e os adversários. Estes marcadores aparecem segundo designações e qualificação, valores, elogios etc., o que não deixa de ser uma estratégia de situar o outro, enquanto seus pares. E, ao mesmo tempo, outros coletivos, a quem atribui serem detentores de:

11. “interesses **partidários** que não o dos **brasileiros**”.

Um terceiro ângulo de busca de contato com os destinatários se faz através da mobilização de entidades imaginárias cujos temas e figuras permeiam construções coletivas, uso de qualificativos e cujos conteúdos são suscetíveis de serem associados pela sociedade, em termos de aceitação ou de recusa.

12. “(...) me dirijo a **todos** vocês como **Presidente** do Brasil. E me coloco (...) neste dia, como o dia em que o **povo** começou a se libertar do **socialismo** (...)”.

No contexto ainda surge modalidade discursiva de componente “programativo”:

13. “**Não podemos** deixar que **ideologias nefastas** venham a dividir os **brasileiros**”.

Também de componente explicativo:

14. “Ideologias que destroem **nossos valores** e tradições, destroem **nossas famílias**, alicerce da **nossa sociedade**”.

Se a ênfase das mensagens deixou de ser o modo de estilhecimento, desta feita apontam seu componente prescritivo e obedecem a um tom exortativo e convocativo:

15. “**Vamos restabelecer** a ordem neste País (...)”. **Vamos retirar** o viés ideológico de **nossas relações internacionais**”.

Tais componentes são, também, subordinados ao tom de promessa:

16. “**Podem contar** com toda a minha dedicação para construir o Brasil dos **nossos sonhos**”.

#### 4.2. Nós x Eles

Se o tratamento concedido aos coletivos que integram forças governamentais passa por marcas de estreito vínculo:

17. “É com humildade e honra que **me dirijo** a todos vocês como **Presidente** do Brasil”,

tal postura de humildade e de inclusão é imediatamente substituída por uma outra, apontando uma clivagem, quando se dirige à existência de outros coletivos:

18. “E me coloco diante de **toda a nação**, neste dia em que o povo começou a se libertar do **socialismo**”.

Sem abandonar o continente do “nós inclusivo” constituído pelos partidários etc., o discurso amplia a sua abrangência através da explicitação de outros operadores de referenciação, como as noções de nação e de povo, que também são por ele exponenciadas:

19. “Temos uma **grande nação** para reconstruir e isso faremos **juntos**”,

mas, ao mesmo tempo, distinguindo a amplitude e a natureza deste coletivo identificado com o seu projeto, daquele que se destaca como outro tipo de coletivo e que estaria filiado à “natureza do eles”, constituído pelo socialismo e seus valores.

### 4.3. Atualizando a campanha

Prosseguindo na tematização constitutiva destes dois universos nós x eles, a alocução presidencial, ao mesmo tempo em que descreve a significação das diferenciações destes dois subconjuntos de coletivos, não deixa de lançar mão de estratégias de embates com seus opositores ao conclamar seus pares para ações “programativas”:

20. “Vamos **retirar o viés ideológico de nossas relações internacionais**. Os favores **politizados devem ficar no passado** para que o governo e a economia sirvam de verdade a toda a nação. Por muito tempo, o país foi governado atendendo a **interesses partidários, que não o dos brasileiros**. Vamos **restabelecer a ordem neste país**.”

Críticas às possíveis outras práticas são formuladas em tom de denúncia, de constatação de situações e são complementadas por discursos que exortam a comunidade do “nós incluído” às formas de componentes “programativos”, conforme vários tipos de enunciados modalizados que repetem práticas discursivas apresentadas durante a campanha eleitoral:

21. “Vamos propor e implementar as reformas necessárias”, “(...) **ampliar infraestrutura** (...), “(...) **acabar com a ideologia que defende bandidos e criminaliza policiais** (...)”, “(...) **e o nosso compromisso é valorizar e dar respaldo ao trabalho de todas as forças de segurança**”. “Nossa preocupação será com a segurança das **pessoas de bem e a garantia do direito de propriedade e da legítima defesa** (...)”, “Temos o grande desafio de **enfrentar** os efeitos da crise econômica, do desemprego recorde, da ideologização de nossas crianças, do desvirtuamento dos direitos humanos e da desconstrução da família”.

#### 4.4. Brasil, uma construção diversa

Ainda sobre os operadores de identificação anunciados pela alocução presidencial, chamam atenção aqueles atribuídos ao Brasil. O termo aparece associado à pátria (quando se refere a sua condição de chefe do Executivo e quando vinculado a sua condição de mandatário.

22. “(...) me dirijo a todos vocês **como Presidente do Brasil**”.

Também quando serve para especificar seu vínculo com a totalidade pertencente ao “nós coletivo inclusivo”:

23. “(...) **nosso Brasil**”; “(...) Brasil dos **nossos sonhos**”; “Brasil (...) para os **brasileiros**”.

Brasil, equivalente às noções de **país, nação, toda a nação** e também como uma entidade que está colocada acima de todas as referências semantizadas pelo discurso, ocasião em que lhe atribui outra nomeação:

24. “Brasil **acima de tudo**”.

Ao longo de sua alocução, apenas por um momento o presidente lança mão de outro texto, além daquele sobre o qual apoia sua fala. Neste caso, exibe um exemplar da bandeira nacional e se apoia em um enunciado para dirigir a ela moção de lealdade, quando faz, ainda, promessa de defendê-la contra a presença das cores de outros pavilhões – como a dos adversários. Exterioriza, através de retórica nacionalista, o devocionalismo à pátria:

25. “Essa é a **nossa** bandeira, que **jamais** será vermelha. **Só** será vermelha se for preciso o **nosso** sangue para mantê-la verde e amarela”.

Observa-se que a problemática de coletivos distintos – nós x eles – volta a ser destacada para lembrar a natureza polarizadora do discurso político.

## 5. Em sintonia com Deus

Deus aparece como um amplo coletivo a quem o discurso presidencial recorre no estoque de entidades simbólicas, tendo **sido enunciado** por sete vezes, inclusive como um ente que tem, segundo o presidente, uma relação de generosidade com as terras brasileiras:

26. “Temos (...) terras férteis **abençoadas** por Deus”.

É fonte de agradecimento:

27. “(...) **preservou** a minha vida (...)”; “(...) **por estar vivo**”.

Exterioriza vários pedidos:

28. “Peço ao **bom Deus** que **nos dê** sabedoria (...)”; “Que (...) **abençoe** (...)”.

Designa que:

29. “Deus **acima de todos**”.

E confessa ter:

30. “(...) Deus no **coração** (...)”,

não obstante o tom das mensagens nas quais qualifica o universo **dos seus adversários**.

## 6. Notas em Conclusão

A alocação enunciada no contexto da solenidade da Praça dos Três Poderes expressa a racionalidade sobre a qual ela foi organizada, especialmente as condições em torno das quais poderiam ser ofertados sentidos em diferentes momentos, particularmente aqueles que diziam respeito às

afetações impostas aos processos de circulação. De alguma forma, as condições de enunciação, bem como o próprio discurso presidencial, eram reféns de discursividades que se impoem, em vários momentos, na emissão do discurso presidencial no qual o presidente se dirigia à sociedade. Chamamos ainda atenção para a espécie de um microacontecimento que “eclode” no contexto desta complexa solenidade. Apesar de fazer parte do contexto no qual se enuncia a fala presidencial, gera efeitos “colaterais” por que, de alguma forma, é engendrado em circuitos “periféricos” ao teor da alocação presidencial.

Ali, frente à Nação, o presidente, momentaneamente, deixa de ser o personagem central da alocação, torna-se um receptor de uma fala da primeira-dama. Com a ajuda de uma tradutora em Libras (Língua Brasileira de Sinais), ela quebra a exclusividade do discurso do presidente, ao fazer com que circuitos entre a praça e o parlatório desloquem o foco de interesse para uma mensagem que dirige à comunidade de surdos e mudos: “eu gostaria de modo muito especial de dirigir-me à comunidade surda, pessoas com deficiência e a todos que se sentem esquecidos. Tenho este chamado no meu coração e desejo contribuir na promoção do ser humano. Agradeço aos intérpretes de Libras no Brasil, que têm feito um trabalho de inclusão tão importante”.

O discurso da primeira-dama introduz uma outra relação no contexto da solenidade, ao destacar a existência de um amplo universo discursivo muito além dos coletivos mencionados pelo discurso presidencial. Comenta sobre a singularidade de coletivo específico, distinto daqueles antevistos pelo dispositivo circulatório e pelo contrato de leitura sobre os quais se deu a alocação presidencial. Trata-se de uma “fala intermediária”, que, a despeito de ser co-enunciada no contexto em que a fala presidencial tinha uma centralidade, mantém sua configuração de uma fala mediadora que se faz no contexto discursivo de uma alocação.

Ela é detentora de uma outra modalidade pedagógica de contato. Além de deslocar a cena do discurso do presidente, chama atenção para a singularidade do trabalho dos intérpretes. Trata-se de uma outra enunciação que, de alguma forma, é apresentada como uma metáfora de muitos discursos cujas existências são contempladas, apenas de modo genérico, pelo discurso político. Recordemos que ao recusar, durante a campanha, o contato com a sociedade, via televisão, o discurso político do presidente

abandona as condições de regime de contato atribuído à performance do “corpo-significante”. Este, fazendo das redes sociais um *bunker* discursivo, regula, sob outras condições, a palavra, especialmente as possibilidades de reconhecimento e de acesso daqueles que com ele desejariam criar vínculos. O tom da alocução presidencial é coerente com a “gramática” da solenidade de posse, uma vez que o presidente exhibe controle da enunciação, cujos sentidos exteriorizam marcas do discurso que reúne embate, combate e exortação.

Contudo, a breve intervenção da fala dirigida para outro coletivo – a comunidade Libras – lembra que o “contrato de leitura” que orienta o discurso de posse do presidente não pode anular a palavra que vem do outro, pois “o verbo é carnal e sempre é de um corpo que surge a palavra” (VERÓN, 1999, p. 101). Algo irrompe neste contexto de palavras tão fustigadas pelas lógicas de um acontecimento que pretendeu circunscrever a circulação de sentidos ali enunciados. Sobram dos rituais políticos e dos seus discursos rastros que se oferecem ao trabalho de interpretação que, apesar de constrangimentos, está ali para dizer algo mais.

## 7. Referências

- BARTHES, Roland. *Mitologias*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- CULIOLI, Antoine. *Escritos*. Buenos Aires: Santiago Arcos Editor, 2010.
- FABBRI, Paulo. *Tácticas de los signos*. Barcelona: Gedisa: 1995.
- FABBRI, Paulo. *El giro semiótico*. Barcelona: Gedisa, 2000.
- FAUSTO NETO, Antônio. O presidente da televisão. *Revista Comunicação & Política*, CBELA, São Paulo, ano 9, n. 11, abr./jun. 1990.
- FAUSTO NETO, Antônio. Cidadania midiática: gestão ou emergência de novos vínculos sociais? VII SIPEC (conferência), São Leopoldo, RS, 2-4 mai. 2001. Unisinos.
- FAUSTO NETO, Antônio. O deslocamento do boné. *Revista Eco-Pós*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 1, 2003.
- FAUSTO NETO, Antonio; MOUCHON, Jean; VERÓN, Eliseo. *Transformação da midiáticação presidencial: corpos, relatos, negociações, resistências*. São Caetano: Difusão Editora, 2012.
- GOMES, Pedro Gilberto. *Dos meios à midiáticação: um conceito em evolução* = From media to mediatization: an evolving concept. São Leopoldo



- do, RS: Unisinos, 2017.
- GUINZBURG, Carlos. *Olhos de madeira: nove reflexões sobre a distância*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- LACAN, Jacques. *O seminário, livro 16: de um Outro ao outro*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- MOUILLAUD, Maurice. *Le discours et ses doubles. Semiotique et politique*, Lyon, PUL, 2014.
- MILLER, Gérard. *Le divan des politiques*. Paris: Seuil Navarin, 1989.
- PINTO, Milton José. *As marcas linguísticas da enunciação*. Juiz de Fora, MG: Numen, 1994.
- VALDETTARO, Sandra. *Cuerpo-presidencial-performático y mediatización: entre la sobreexposición y el ocultamiento*. In: FAUSTO NETO, Antonio; RAIMONDO ANSELMINO, Natalia; GINDIN, Irene (eds.). *Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones*. Rosario: UNR Editora, 2014.
- VERÓN, Eliseo. *La palabra adversativa: observaciones sobre la enunciación política*. In: VERÓN, Eliseo et al. (orgs.). *El discurso político: lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires: Hachette, 1987. p. 11-26.
- VERÓN, Eliseo. *Esquema para el análisis de la mediatización*. *Diálogos*, Buenos Aires, n. 48, p. 9-16, 1997.
- VERÓN, Eliseo. *Effectos de agenda*. Barcelona: Gedisa, 1999.
- VERÓN, Eliseo. *Mediatización de la política: discursos en conflicto, cruces y distinciones*. *Revista DeSignis*, Barcelona, Gedisa, n. 2, p. 367-377, 2002.
- VERÓN, Eliseo. *O último debate: meditação sobre três desencontros*. In: FAUSTO NETO, Antônio. *Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral*. São Paulo: Hacker; São Leopoldo/RS: Unisinos, 2003.
- VERÓN, Eliseo. *La semiosis social 2: ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós 2013.
- VOGÜÉ, Sarah de. *Modos de presença do outro*. In: VOGÜÉ, Sarah de; FRANCKEL, Jean-Jacques; PAILLARD, Denis (orgs.). *Linguagem e enunciação: representação, referenciação e regulação*. São Paulo: Contexto, 2011.

# Mediatização & democracia sistemas de relações no ambiente social

José Luiz Braga

## 1. Introdução

ESTE TEXTO DESENVOLVE A palestra apresentada no Pentálogo IX, em novembro de 2018. Além dos ajustes decorrentes do ambiente do evento e de reflexões posteriores, incorpora questões propostas por participantes que, na sequência dos debates, ofereceram espaço para especificação de proposições heurísticas aqui apresentadas.

Na abrangência de seus dois elementos, democracia e mediatização, o tema do evento oferecia um desafio. Para compor um enfoque específico, adoto como eixo estruturante uma perspectiva centralmente comunicacional – embora levando em conta questões que podem ser de ordem política<sup>1</sup>. Outro aspecto na construção do eixo é reconhecer o tensionamento que o objeto *mediatização* traz para o objeto *democracia*. Procuro desenvolver uma linha reflexiva sobre os pontos de tensão no encontro entre esses dois macro objetos.

Em coerência com a perspectiva comunicacional, damos uma atenção especial à articulação de diferenças entre participantes sociais. Não vamos observar temas políticos canônicos, mas as políticas interacionais *da sociedade* – refletindo sobre tensionamentos diversos, resultantes de deslocamentos na construção social das diferenças e na experimentação de sua convivência pela mediatização como processo interacional.

Dado que se trata de processo em curso, e considerando sua dimensão e diversidade, não faremos proposições conceituais abrangentes, nem des-

---

1. A perspectiva comunicacional não se restringe à parte “mediatização”, assim como a política não se limita à questão “democracia”. Comunicacional é o ângulo principal para considerar os dois objetos em estudo.

crições empíricas. O esforço é sobretudo o de *construir a própria questão* para, em torno desta, assinalar algumas características do processo – o suficiente para encaminhar uma heurística possível para o trabalho do pesquisador.

## 2. A perspectiva comunicacional e a democracia

Tenho defendido a proposta de que a comunicação é basicamente o *trabalho das diferenças* entre seres humanos – como indivíduos e como participantes de grupos estabelecidos. Não necessariamente para obter consenso.

Ou mesmo: raramente para obter consenso<sup>2</sup>. O que move o trabalho da comunicação humana é, mais precisamente, conseguir relacionar as diferenças em vista de ações pragmaticamente eficazes. Isso significa que não atribuímos forçosamente um valor positivo a todo processo de comunicação. Sendo uma tentativa de articulação, esta pode se realizar bem ou mal, ou mesmo negativamente. Nem há critérios apriorísticos para gerar a boa comunicação, embora possam ser pensados critérios analíticos para uma praxiologia qualitativa.

Em todo encontro de diferenças, podemos perceber dois processos em ação: os que correspondem a movimentos “conhecidos”, a padrões já assumidos pelos participantes, a lógicas culturais estabelecidas; e os que dizem respeito a tentativas, que são estratégias *ad hoc* ou processos inferenciais de ajuste daqueles padrões, relacionados às singularidades do episódio interacional específico.

Esses dois processos se estimulam e se produzem mutuamente. Sendo referência genérica, os padrões pedem ajustes de acionamento; e as estratégias, na medida de sua reiteração, vão se tornando padronizadas. Todo padrão estabelecido é resultado de experimentações anteriores que mais ou menos deram certo. O padrão, a regra, o “código”, não resultam de verdades universais prévias: são socialmente constituídos no processo mesmo das interações. É com base nessa perspectiva que podemos dizer que a comunicação constrói a sociedade (BRAGA et al. 2017).

---

2. Entendemos *consenso*, nesta argumentação, como uma forma hipostasiada de acordo – quando este se pretenda uma total sintonia de pensamento. Na prática, os acordos se fazem pela composição, eventualmente tensa, entre posições diferentes, que mantém sua diversidade.

Conforme a disponibilidade de procedimentos habituais – que se mostram nos *sistemas de relações* culturalmente dados – as interações podem dispensar estratégias experimentais; ou, no outro extremo, exigir desenvolvimentos *ad hoc*, com experimentações mais tentativas e variadas, com menor previsibilidade de resultados e maiores riscos. Isso pode variar, no ambiente social, entre situações diversas; e até para um mesmo indivíduo, conforme as circunstâncias. Mesmo no acionamento de sistemas de relações muito ancorados na prática, há tentativa e imprevisibilidade.

Historicamente, ocorrem momentos de grande estabilidade cultural e interacional; e momentos em que as circunstâncias mostram instabilidade, em que as diferenças já não são percebidas e estruturadas em sistemas de relações estáveis – a sociedade se vê envolvida, então, em uma necessidade exacerbada de gerar processos experimentais diversificados. Novas urgências solicitam invenção de estratégias para seu enfrentamento.

Sempre que tais experimentações permitem, ainda que aproximadamente, o enfrentamento da situação, os participantes passam a dispor de padrões iniciais relacionados àquele tipo de urgência. Tais padrões podem ser transferidos, com ajustes, para outras situações; podem, inferencialmente, se adaptar a novas urgências; podem ser aperfeiçoados e tornados mais complexos em decorrência mesmo do enfrentamento de outras urgências que componham uma mesma ordem de situações.

Muitos destes arranjos se estabilizam no tempo, se organizam em articulações que constituem o senso comum em uma dada sociedade e desenvolvem um corpo de práticas-e-conhecimentos integradores e formadores da cultura. Terão gerado instituições e as alimentarão continuamente.

A humanidade vem desenvolvendo desde sempre, por construção social, ordens de arranjos comunicacionais, para viabilização pragmática de processos em comum entre diferentes. Dados os processos culturais e de aprendizagem, assim como continuidades e retomadas históricas, acabamos dispoindo de um bom elenco de macroprocessos interacionais: a linguagem verbal, a representação imagética, a informação, a narrativa, a persuasão, o debate, a aprendizagem, a negociação, a retórica.

Ainda que os episódios singulares sejam “novos” ou específicos para seus participantes, estes buscam estratégias tendo como referência o estado dos macroprocessos disponíveis. Os ajustes aí feitos e as novas inven-

ções sociais desenvolvidas nestes episódios vão agregando outros ângulos ou solapando o disponível.

Tanto em seu nível macro (que fornece sentido conceitual à referência) como nos exemplos médios e micro de exercício diversificado de tais procedimentos, os arranjos estabelecidos como modos de interagir se caracterizam pelas lógicas e processos que Michel Foucault denominou “dispositivos” – conceito aqui redirecionado para a noção de *dispositivos interacionais* – que podem ter uma grande variação de abrangência (BRAGA, 2018).

De certo modo, “democracia” pode ser tomada como um desses macro-dispositivos interacionais, na medida em que se organiza como critério de aceitabilidade e de contorno para os sistemas de relações aí ocorrentes. Trata-se de assegurar uma perspectiva estruturante da diversidade de relações, a partir de uma *igualdade* fundante à qual as diferenças devem ser referidas. Embora ideia abstrata, o conceito de igualdade se pragmatiza como critério de validação para o exercício de diferenças reais. Um nome referencial evidente para essa igualdade é o de cidadania. As diferenças devem ser defendidas, na medida em que possam se exercer em nome da cidadania; e não representem restrição à cidadania dos demais, em suas especificidades. Observa-se, assim, que “diferença” não é o mesmo que “desigualdade” – esta última corresponde a uma diferença imposta e, de algum modo, opressora.

Nessa perspectiva, democracia não é o nome de uma forma de governo, e sim um modo interacional muito abrangente, em experimentação ativa há mais de dois milênios, para dar norte e critério ao exercício das diferenças humanas em todas as coisas que fazemos e pensamos. É por isso, e nesse ângulo, que devemos exigí-lo *também* dos governos e da organização da coisa pública.

\* \* \*

Na prática, o sistema democrático é menos que perfeito. Por outro lado, ajustes práticos são sempre possíveis, e o participante social pode, em sua inserção nos *sistemas de relações*<sup>3</sup>, em sua cultura, tentar agir para corrigir entorses.

---

3. Uma noção de “sistemas de relações”: todos os arranjos (ou “dispositivos sociais”, em perspectiva foucaultiana) desenvolvidos no objetivo de obter uma articulação viável entre indivíduos e/ou setores da sociedade diferentes entre si. Os sistemas de relações são construções sociais resultantes de estratégias focadas nas urgências percebidas-e-

Na perspectiva comunicacional, sistemas de relações são o nosso objeto. Como funcionam os sistemas de relações mais ou menos estáveis? O que acontece quando os sistemas de relações se tornam instáveis, evanescentes, experimentais? Que tensionamentos surgem sobre o grau de democracia vigente – ou seja, mais ou menos estabilizada? Que experimentações podemos observar em andamento?

### 3. A midiaticização e as experimentações sociais

Quando se fala em midiaticização, há uma forte tendência de ênfase tecnológica. Estudar as funcionalidades dos aparatos midiáticos é efetivamente relevante para nos orientarmos nesse espaço. Entretanto, não é suficiente. Seria como examinar as estruturas da língua verbal, estudar morfologia e sintaxe e nos pretendermos competentes para discutir literatura.

Certamente, como a gramática, as tecnologias e suas lógicas estão presentes e oferecem suas funcionalidades, que devem ser entendidas e acompanhadas. É preciso, entretanto, resistir a duas tentações: (a) concentrar o enfoque exclusivamente nas funcionalidades; e (b) considerá-las determinantes, nem mesmo influenciadoras privilegiadas – das ocorrências sociais relacionadas a seu uso.

Os diversos processos viabilizados pelas funcionalidades técnicas não correspondem a comportamentos interacionais pré-definidos. Assim como a linguagem verbal, os “códigos” tecnológicos, mesmo mais simples que esta, demarcados por um pequeno conjunto de regras, de ações pré-determinadas, permitem combinações ao infinito. São códigos certamente – mas são códigos relativamente abertos, o que permite usos muito diferenciados<sup>4</sup>.

O que importa é observar o que as pessoas (e as sociedades e seus setores) fazem, no exercício das funcionalidades. Dependendo das apropriações e dos objetivos, tais atividades levam a revisões no próprio sistema de funcionalidades dos aparatos tecnológicos. As tecnologias não se desenvolvem apenas pela invenção da engenharia, mas também pelas invenções

---

construídas por seus participantes. Podem ser legítimos ou equivocados.

4. Seria possível dizer que os códigos do Facebook são “meio bobinhos” em sua simplicidade (vi, gostei, não gostei, comentei) – se com estes não fosse possível fazer circular, em ritmo tão abrangente e acelerado, desde interações vitais para a sociedade até *fake news* (além do uso tendencioso dos algoritmos).

sociais que lhes fazem exigências (e lhes impõem caprichos).

Assim, nos últimos vinte e poucos anos, observamos uma proliferação de tecnologias de interação, ora diretamente voltadas para atender a expectativas percebidas ou pressentidas na sociedade, ora decorrentes de experimentações sociais sobre formatos anteriores.

Mais que isso, os códigos inerentes às tecnologias específicas (suas funcionalidades), além de serem relativamente abertos, viabilizando direcionamentos diferentes, vão se encontrar com outros códigos sociais, de campos sociais diversos, de setores majoritários ou minoritários nestes campos, e ainda na sociedade abrangente e no senso comum – acionados por variadas motivações, inclusive idiossincráticas. Passamos assim a um outro nível de análise combinatória, em que não só os próprios códigos se diversificam pelos ajustes ao concreto, como se combinam entre si e – a cada episódio – exercem pesos relativos diferentes.

A questão a ser enfrentada, a urgência principal, não é o domínio prático ou conceitual das funcionalidades, mas sim sua inserção na multiplicidade dos processos sociais. Ou seja: seu acionamento nos sistemas de relações que, em todos os níveis, compõem tensionalmente a sociedade.

Isso nos permite reafirmar a proposição do item anterior: todo episódio em um sistema de relações envolve componentes de ordem “código” (regras dadas, padrões estabelecidos, práticas validadas, modos de agir já compartilhados); e componentes de ordem tentativa (inferências, ajustes do código às especificidades de uma urgência, estratégias de invenção e de transferência).

É nesse ponto que se mostra, propriamente, a questão comunicacional. No período de um século, uma busca e uma oferta crescente de tecnologias para “fazer todas as coisas” ocupa um espaço de ação que vai interferir nos macro processos pelos quais a sociedade se comunica com a sociedade (informação, persuasão, narrativas, aprendizagem etc.), instabilizando uma sociedade pretendida estável<sup>5</sup>.

A entrada desse novo conjunto de códigos, com suas funcionalidades e suas ofertas sempre tentativas e tentadoras, forma um conjunto de alta

---

5. Apenas comparativamente estável, já que toda sociedade está sempre em movimento, exatamente pela lógica tentativa da interação entre seres humanos e pela transformação constante dos contextos.

vitalidade social – tanto pela diversidade, como por possibilitar ações antes impensáveis, o que gera uma busca de fazer “o que já fazíamos antes”, agora em outros modos, ou de fazer algo que não parecia possível, e agora se torna viável. O ser humano é um experimentador por natureza, em sua busca para assegurar sobrevivência e expansão.

A urgência comunicacional com que nos defrontamos hoje se caracteriza pelo fato de que os sistemas de relações – antes ajustados em equilíbrio tenso para as ações possíveis, segundo estratégias mais ou menos recorrentes no enfrentamento de urgências então constituídas – já não funcionam muito bem.

Ao mesmo tempo, justamente como argumentávamos, as funcionalidades tecnológicas não são códigos “prontos”. Há, no mínimo, uma triangulação entre contexto, intencionalidades sociais e tecnologia.

Os sistemas interacionais fazem as funcionalidades agirem – é preciso, portanto, conhecê-las a fundo. Mas isso não ocorre em moldes inteiramente previsíveis. Ao resolver uma urgência imediata, o acionamento de tecnologias cria situações não previstas, gerando outras urgências, não pensadas.

\* \* \*

Essa situação, em que os sistemas de relações se instabilizam, evidencia a dificuldade de articular códigos diversos. A urgência comunicacional se apresenta na forma dessa dificuldade – composta pelo deslocamento de sistemas antes eficazes; pela invasão de possibilidades e riscos; pela ausência de códigos articuladores e reguladores da nova composição; e pela imprevisibilidade das consequências.

O modo de enfrentamento humano de tal situação é a experimentação – a tentativa em parte improvisada, em parte escolada pelo conhecimento disponível, pelos objetivos dos participantes, pelas práticas anteriores e pelo teste da realidade. Como em qualquer experimentação, o grau de previsibilidade de resultados pode ser reduzido, no conjunto. As consequências das experiências voltam, como parte das urgências sempre renovadas, levando a novas experimentações. É a isso que Michel Foucault (1994, p. 299) se refere com a expressão “perpétuo preenchimento estratégico”.

É evidente, portanto, que as potencialidades destrutivas ou proativas dos “novos códigos” tecnológicos não podem ser definidas no estudo *per*



se das funcionalidades, já que estas podem ser acionadas em diversos contextos sociais, para diferentes objetivos, em função de urgências plurais, e por estratégias variadas.

Processualidades de rede digital são acionadas, em determinada circunstância, para estimular processos e acessos democráticos; e, em outro momento e lugar, mesmo articuladas a códigos oferecidos pela macro “democracia” (por exemplo: eleições livres), para levar ao poder um governo antidemocrático.

Estudar sistemas de relações e processos interacionais implica, assim, um esforço de percepção das lógicas internas dos próprios sistemas e de suas relações com os contextos pertinentes.

#### 4. Mdiatização, democracia

Em quê a questão *democracia* e a questão *mediatização* se entretecem? Não só no fato, certamente relevante, de que as novas tecnologias são experimentadas nos processos eleitorais, deliberativos, reivindicatórios, de políticas públicas. Não apenas porque tecnologias são acionadas pelos poderes vigentes para vigilâncias opressoras e manipulações políticas, ou como algoritmos padronizadores.

Os dois macrotemas se atravessam mutuamente, também, porque a exposição de todas as possibilidades expressivas – não mais ajustadas, contidas ou escondidas no funcionamento dos sistemas interacionais canônicos – põe em copresença diferenças cruas, não calibradas por ajustes interacionais em equilíbrio pragmático.

Nesse quadro geral, o jogo entre diferenças e desigualdades se torna crítico. Qualquer diferença pode se tornar base para a construção de desigualdades. Desigualdades omitidas do olhar público se escancaram. A “extimidade”<sup>6</sup>, antes mais ou menos ajustada nos sistemas de relações disponíveis, se exacerba sem referências, com grandes riscos pessoais e sociais – pois, mal dosada, pode fazer inverter o sinal antes positivo da presença, interação e expansão de identidade.

---

6. A extimidade, proposta por Tisseron, “consiste no desejo de comunicar sobre seu mundo interior”. “A expressão do eu íntimo [...] se faz a serviço da criação de uma intimidade mais rica” (TISSERON, 2001, p. 52).

Tudo isso abala os critérios da igualdade como reguladores das diferenças. Diferença e desigualdade se confundem e a qualquer momento geram agregados de medo e ódio, em todos os níveis – do Estado à família. As linhas em que a diferença é constituída como desigualdade parecem autorizar rompimentos e violência contra o “diferente” – assim entre aspas, porque já não se trata da diferença corriqueira que está na ordem das coisas; mas é construída de fora, pela recusa, pela redução do outro a um único aspecto, que o vai constituir como desigual, pretendendo justificar o abandono do trabalho das diferenças.

Nessa situação, há uma espécie de “desdemocratização” em todos os espaços, de que os sistemas de relações disponíveis não dão conta. Um só exemplo: pensar nos rompimentos familiares no processo eleitoral de 2018 – questão que não se restringe, evidentemente às questões da política do país. Vivemos em um contexto que afeta, desvia ou desmonta sistemas de relações habitualmente estabilizados em seus níveis de possível. Sennett (2006, p. 50) fala em “dessedimentação institucional”.

Entretanto, há também processos em experimentação. Nesse quadrante, a urgência é a de abrir novas frentes, corrigir equívocos, inventar outros sistemas pelos quais as interações se façam – com os novos recursos, é claro, mas recomeçando a busca de equilíbrios, com a expectativa de que, no andamento, questões antes omitidas possam ser tratadas, que diferenças não sejam reduzidas a uma desigualdade.

## 5. Algumas questões

No quadro geral aqui proposto, uma questão comunicacional importante é a de apreender características de sistemas de interação concretos, reais, presentes nos contextos sociais. Na sessão de perguntas e debate da palestra no Pentálogo IX, foram postas diversas questões que justamente acionam aspectos desse quadro: tensionamento da mediatização sobre a democracia, presença de conflitos antes não previstos, instabilidades da circulação, emperramentos no trabalho das diferenças, dificuldades muito concretas da democracia brasileira. Atravessando esse conjunto, a questão do papel do pesquisador, que busca perceber sentidos na instabilidade assinalada. É o que o texto passa a abordar, organizando agora a perspectiva proposta em torno do que os/as participantes apontaram.

### 5.1. Tecnologia & conflito

Lídia Maia observa que, nas conversas pessoais, “nas interações fortuitas da vida cotidiana”, tendemos a evitar o conflito, não expondo diferenças marcantes quando se trata de temas políticos. Evitar cordialmente conflitos é uma tática na convivência das diferenças, em tempo de estabilidade. Já em circuitos do Facebook as diferenças facilmente se tornam excludentes.

Efetivamente, nas redes sociais em que nossos dois macrotemas se encontram diretamente envolvidos pode ocorrer uma dificuldade para esse processo. Há um grande desejo de aceitação e consenso, gerando hipersensibilidade perante o desacordo. Facilmente, aí, a evitação cordial do conflito é descartada em favor da expulsão do discordante.

Ora, a interação não é o espaço do consenso: é antes o âmbito do reconhecimento de diferenças e do trabalho de negociação em busca de sua articulação eficiente. É preciso pensar nas circunstâncias de encontro e tratamento das diferenças.

Na época em que ocorreu a transição dos processos sociais do rural para o urbano, com a ultrapassagem dos padrões tradicionais de constituição de identidades a partir da inserção do indivíduo na comunidade, a questão comunicacional passou a ser a de compatibilizar diferentes ordens simbólicas (RODRIGUES, 2011, p. 62), com a urgência de articular as diferenças na vida urbana. A *urbanidade* se tornou a denominação macro-processual resultante das experiências de flexibilidade, de reconhecimento do outro em sua diferença e especificidade, de ajustes articuladores, de evitação de conflitos e modos regulados para equilíbrio dos conflitos, ainda assim ocorrentes. Essa é, também, a origem da formação dos campos sociais, como os entendemos hoje, com seus processos internos de construção de uma igualdade composta para o relacionamento produtivo dos diferentes entre si; e processos externos para a convivência e interação com os demais campos e com a sociedade em geral.

Tudo isso constituiu um sistema imponente, em que vivemos ainda hoje, malgrado os eventuais defeitos de construção; e com o limite de que vastas parcelas da humanidade lutam contra condições que a distanciam dos aspectos positivos dessa macro processualidade. Nesse mundo, a entrada em cena da mídiatização produz um efeito próximo ao do início da urbanização: aparecimento de urgências que pedem, como principal questão comunicacional, novos sistemas de relações.

No século XX, o rádio e a TV já nos direcionaram para discursos centralizados, perante os quais nosso esforço era o de reconstruir diferenças. Era preciso, nesse processo, reconduzir as idiosincrasias e as identidades por referência (esperançosamente crítica e ativa) a uma espécie de “padrão ouro” centralmente elaborado pela grande mídia (pela indústria cultural) – elaboração da qual a grande maioria não podia participar. Desenvolvemos um certo jogo de cintura nessa processualidade crítica. Não foi de todo mau dispormos da referência comum como modelo; e como objeto de crítica.

No século XXI, como parte das estratégias para enfrentar o problema de uma voz centralizada, a partir do objetivo de ampliação de acesso à fala, as tecnologias também tornaram disponível uma “voz centralizada” para cada um de nós! Cada um, ou cada grupo organizado, se torna o centro de seu próprio mundo. Nesse âmbito estrito, há ausência de conflito – pois a voz minimamente discordante pode ser expurgada. Mas fora desse “mundo”, o mundo continua a existir, onde as múltiplas vozes centralizadoras vão gerar um grande índice de conflitos.

Em cada um desses pequenos mundos, as diferenças são desconectadas: não há efetiva comunicação, não há um *trabalho da diferença*. Não há conflito produtivo, mas apenas estranhamento e recusa, o que impede ação em comum e estimula a violência, caracterizada pela copresença de vários pequenos mundos sem interação mútua.

Não suponho que a sociedade esteja reduzida a esse quadro, ou que as tecnologias necessariamente o produzam (seria contraditório com minha resistência ao determinismo tecnológico). Mas ele é suficientemente ocorrente para causar preocupação. Uma urgência, hoje, no que se refere à midiaticização e ao processo democrático no ambiente social, é produzir experimentalmente modos, ainda que tensos, de *produção comum de diferenças* em sistemas de relações ativas.

## 5.2. A diferença exacerbada

Na sequência da questão anterior, das diferenças desconectadas, temos uma percepção posta no comentário de Pedro Russi. Referindo as eleições de 2018 no Brasil, Russi observa que “foi uma diferença muito grande que afastou as famílias em suas posições [...] uma diferença que agora recoloca a questão da democracia lá na sua base”.

Não atribuo todo o sentido das ocorrências políticas aos processos interacionais pelos quais elas ocorrem. Por isso mesmo, é preciso investigar, em cada episódio (ou conjunto correlacionado de episódios) as lógicas internas e as lógicas contextuais de sua ocorrência – a compreensão dos sistemas interacionais em ação nas condições dadas pode ajudar a compreendê-las.

Sempre que temos uma desconexão entre diferenças, ou seja, em que estas deixam de ser reelaboradas no encontro e na interação entre participantes, parece ocorrer uma redução do “outro” à sua diferença. Mais exatamente, à “diferença” produzida unilateralmente pela visada redutora. O outro deixa de ser uma entidade complexa e passa a ser *aquilo que não se alinha* com minha posição. A própria entidade redutora se reduz a isso: “*minha* posição”. Nesse reducionismo, o mundo passa a ser composto por um processo classificador binário, “nós  $x$  adversários”. É o fenômeno da polarização – que não deve ser confundida com o debate de posições contrárias. Na polarização não há debate, mas desconexão e violência.

Essa, acredito, é a produtora da grande diferença, que efetivamente recoloca a questão das bases da democracia, como observa Pedro Rusi. Nessa perspectiva, percebemos como tarefa o processo de construção continuada de igualdades básicas, que funcionem como critério para o relacionamento de diferenças, servindo de ponte para que se ponham em comum como compostas (ainda que conflitivas) e não excludentes.

Entendo, então, que a grande diferença não se mede pela intensidade da distinção entre posições, mas por uma mudança no processo de copresença das diferenças. A grande diferença não é apenas o conflito, mas a desconexão entre diferenças, que faz com que estas sejam construídas de fora e reduzidas a uma desigualdade recusadora.

Um problema adicional é que se torna muito difícil superar essa construção – a externalidade da constituição das diferenças se reproduz e emperra sua superação. O “adversário” já se apresenta, por definição, não só como redutor, mas também auto-reduzido à sua própria posição excludente. Já não posso elaborar minha diferença no ajuste mútuo com as diferenças circundantes, sou “definido” de fora, sem direito ao desacordo e sem acesso para argumentação. O próprio esforço de argumentar é visto como confirmador da desigualdade atribuída.

Voltando ao caso concreto do país, por mais que as chamadas instituições democráticas sejam mantidas em funcionamento, sua lógica original se encontra corroída, e essa corrosão atravessa todos os processos sociais, não só as instâncias diretamente políticas.

### **5.3. Os circuitos e a democracia**

Eloísa Klein cobrou, com pertinência, reflexões sobre a circulação por seu papel central nos processos comunicacionais contemporâneos – centralidade a ser enfatizada para o tema em pauta. A circulação participa intensamente da construção social dos sistemas de relações.

Os episódios interacionais não se esgotam nas ocorrências, diretas ou mediados, entre seus participantes. São apenas um nível dos sistemas interacionais. De um lado, os participantes trazem sua experiência anterior para os episódios em que se envolvem; de outro lado, os resultados, os arranjos feitos, as estratégias adotadas, os produtos, materiais ou abstratos, seguem adiante, alimentando outras ocorrências de comunicação.

Em uma sociedade da oralidade como processo interacional de referência, era fácil dar ênfase à conversação como processo interacional básico, como ida-e-volta conversacional entre participantes. Na sociedade da cultura escrita, considerava-se a prevalência do produto sobre a circulação, pois era este que circulava. Mesmo com o cinema, o rádio e a televisão, o produto é enfático e de certo modo “esconde” os circuitos.

Além disso, os campos sociais apareciam como sistemas de padrões reguladores da circulação – e por isso mesmo a atenção se concentra no conhecimento dos sistemas instituídos. A circulação e seus circuitos eram percebidos como consequência ou processo subordinado: os campos sociais direcionavam os circuitos. É fácil compreender como democracias se constituíram com base em tais processos

Quando a mediação social vai se tornando, porém, o processo interacional de referência (ainda em curso de desenvolvimento), começamos a perceber a forte presença empírica de circuitos sociais, existentes ou em formação. Embora estes obedeçam parcialmente a injunções dos campos sociais, também exercem atravessamentos fora do controle destes.

Ainda que a expressão “campos sociais” caracterize uma macroformação central de sistemas de relações, o que percebemos hoje é que há

outros processos formatadores e outras formações em curso, em processo de experimentação.

Podemos perceber uma potencialidade democratizante nos circuitos tentativos, dado que existe sempre a possibilidade, a qualquer momento, de “fazer seguir adiante” a interação em outras direções – sem submissão aos percursos estabelecidos, se estes se mostrarem opressores. Tais circuitos representam esforços de acionamento das tecnologias disponíveis para exercer a circulação. Podemos contar que circuitos críticos (eventualmente de humor) não serão facilmente coibidos.

Por outro lado, vemos nesse mesmo âmbito dos circuitos algumas ameaças ao trabalho democrático das diferenças: a criação de circuitos monocórdicos; efeitos persuasórios de manipulação; a facilidade de propagação não refletida ou mal-intencionada. As *fakes news* são essencialmente um processo de circulação *que cria seus próprios circuitos*.

Não basta, então, a potencialidade democratizante dos novos circuitos – esta não se realizará de modo automático, é preciso inventar socialmente encaminhamentos nesta direção.

#### 5.4. Experimentações de cima para baixo?

Refletindo sobre as experimentações sociais da midiática, que assinala na primeira parte deste texto, Mario Carlón põe uma questão sobre sua direção principal: se é possível serem exercidas de baixo para cima; ou se, mais provavelmente, não se caracterizam como processos de cima para baixo.

No debate, concordei com essa tendência maior, assinalando que os setores sociais com maior poder de ação é que têm condições de ativar experimentações interacionais, e de fazê-las entrar em circulação, eventualmente transformando-as em novos “códigos” integrados às práticas sociais. Lembrei dois fatos corroboradores dessa direção mais provável.

O primeiro se refere à própria *invenção da democracia* (a expressão é de Castoriadis, 1982, p. 162) na Grécia antiga. Não só os setores dominantes da sociedade o fizeram, mantendo, portanto, os escravos e os setores não dominantes fora da igualdade que mais tarde iria constituir a ideia de cidadania – dentro mesmo de seu próprio âmbito social excluíram as mulheres e as crianças. O segundo corresponde à inovação tecnológica

contemporânea. Mesmo quando originada individualmente e, portanto, com possibilidade de iniciativas bastante marginais em relação aos poderes estabelecidos, esse processo experimental é selecionado e feito circular em função de sua potencialidade mercadológica.

É preciso, então, evitar a ilusão de que a experimentação viabilizada pela mediatização seja automaticamente produtora de benefícios sociais ou, mais genericamente, favoreça valores democráticos.

Quando, entretanto, pensamos no complexo ambiente dos sistemas de relações interacionais em uma sociedade, e consideramos “democracia” em visada mais diversificada que a das macro-estruturas políticas e econômicas estabelecidas, é possível observar, também, outras direções em que a experimentação se move.

O trabalho crítico fornece um âmbito para a experimentação social de funcionalidades tecnológicas tornadas disponíveis. Desenvolvem-se aí procedimentos, estratégias, percepção de urgências e experimentação de circuitos que podem ter um sentido democratizante – alguma horizontalidade de ações.

A produção de memes sobre decisões e falas dos poderes constituídos pode ter pouco efeito prático imediato, mas expõe à luz do dia entorses e opressões, fazendo circular valores de ironia e reforçando posições de resistência. Não precisaríamos reforçar a máxima latina *ridendo castigat mores*, mas essa proposição faz perceber um dispositivo interacional de longa história.

Em outro nível, de repercussão talvez mais imediata, encontramos a experimentação, ainda em processo de elaboração, dos observatórios sociais, que desenvolvem circuitos voltados para a captação, organização e disponibilização de informações que sustentam posições críticas e dão base a um ativismo social escolado, de natureza reivindicatória, e que funciona como um sistema de relações democratizantes.

Em outro ângulo, e pensando agora nos campos sociais, é possível observar que, se estes se constituem como sistemas de produção e reforço de capitais simbólicos (BOURDIEU, 1994, p. 161), determinadas experimentações podem dar força a setores menos centrais destes campos, favorecendo reequilibrações esperançosamente favoráveis à sociedade. Paralelamente, a porosidade de fronteiras de campos sociais, em decorrência de seu atravessamento por novos circuitos (BRAGA, 2012, p. 31) pode responsabilizar os campos em modos mais transparentes.



Tudo se encontra apenas no terreno das possibilidades, é claro, mas essa é a lógica mesmo da experimentação e da invenção social. É nos momentos de instabilidade de sistemas de relações que se abrem frentes para reformular processos cristalizados.

### 5.5. Entre a recusa da mediação e a identificação mítica

A questão proposta por Fausto Neto observa a transição entre uma recusa de mediações, que se manifesta nas ruas, desde 2013, imediatamente dinamizada pelas redes digitais; e um processo eleitoral que partiu o Brasil ao meio, e no qual aparece uma abdicação até mesmo da representatividade, substituída por uma adesão acrítica a um líder mitificado – não representativo, e sim expressão vaga de desejos sequer formulados com clareza, reivindicados em modo genérico.

Os dois cenários, de aparência contraditória, evidenciam que a experiência social de midiatização não garante bons resultados. Períodos de instabilidade dos sistemas de relações interacionais abrem espaço para renovações, mas são também fatores de risco e podem prefigurar momentos de alto *stress* social, como o que vivemos atualmente.

A disponibilização de tecnologias de rede deu voz a setores sociais. Dispor dessa voz criou uma forte expectativa, um desejo compartilhado de se exercer diretamente, ultrapassando o emperramento das mediações pouco eficazes. Vozes foram efetivamente exercidas em praça pública, desde 2013, com uma expansão de energia que alimentou grande entusiasmo social. “Não pedimos voz e ação, saímos à rua e falamos” poderia ser um dístico caracterizador do processo. Há certamente aspectos bonitos e valoráveis nessa espontaneidade e nessa energia.

O problema é que a pulsão, a energia concentrada, teria que se realizar concretamente, para além da fala. Nem todo desejo é imediatamente realizado. É mesmo o contrário que tende a ocorrer: desejos são muito dificilmente alcançados. Os desejos sociais, mais ainda, pois têm que mover estruturas que não se deslocam facilmente.

As energias desencadeadas não se esvaem: alimentam um processo de frustração. Os setores preocupados com o desenvolvimento da sociedade, com o avanço da cidadania, com a redução das desigualdades econômico-sociais, com a busca de relações estimulantes entre as diferenças, não tiveram condições, ou não souberam canalizar essa potencialidade – não nas

proporções requeridas para um avanço social. Em contraste, as forças do atraso souberam agregar as frustrações. Nesse contexto, o encaminhamento de projetos e as soluções concretas para o enfrentamento das urgências pressentidas são substituídas por um processo emocional de simples junta-da de todos os desejos – é o próprio conceito de *fascio*, feixe, ajuntamento. Todos os que não compartilham dessa comoção simbólica são inimigos. Se não existem, têm que ser inventados – qualquer diversidade é instituída como adversário –, pois a união se realiza não pela articulação de estratégias e negociação de procedimentos; mas sim pelo contraste comum com o “inimigo”, que tem que ser, portanto, constantemente reativado como polo oposto.

O processo parece, assim, ter reunido estes dois momentos: uma expressão que consegue um momento de expansão entusiasmante; seguida de uma frustração no que se refere à realização efetiva dos desejos e impulsos vagos que vieram à superfície naquele período expansivo. A rigor, não há contradição, mas uma decorrência não prevista de uma experiência social ilusoriamente promissora.

A questão de Fausto recoloca uma questão que também foi posta por Mario Carlón, sobre a crise da democracia representativa. Se observarmos a questão apenas no nível das macro estruturas políticas, nos defrontamos com um problema. Os sistemas interacionais que compõem a representatividade se encontram efetivamente abalados, ou expõem defeitos “de bastidores”, agora expostos em circuitos críticos.

A potencialidade de acesso de vozes múltiplas amplia o desejo de exercício dessa voz no espaço da deliberação pública. Mas não temos o maquinário interacional que seria requerido para que esse processo deliberativo direto seja minimamente racional e eficaz.

A crise se elabora, em todo o mundo, em estratégias pulsionais – através de processos diversos, mas de mesma ordem. Qualquer que seja a lateralidade que procure mover os processos sociais por ênfase em interações deste molde, pavimentará o caminho do atraso.

A refletir: a questão imediata – a urgência para o pensamento – não seria a de busca de instrumentos de democracia direta; mas sim uma exigência de critérios democratizantes em todos os níveis de sistemas de relações. Não se trataria de eliminar a representatividade, mas sim de buscar circuitos de representação mais razoáveis, mais ágeis, mais igualitários, e

sua conexão, tensa que seja, com um exercício democrático nos sistemas de relações do ambiente social.

## 6. Conclusão – a pesquisa da interface

As questões tratadas acima reencontram o tema geral formulado no início do texto. Na abertura, também assinalamos a necessidade acadêmica de organizar o problema percebido e de desenvolver heurísticas para sua abordagem na pesquisa. Inesita Araújo e Antônio Heberlê apontaram a complexidade social dos temas tratados e observaram o desafio aos pesquisadores em tais situações de instabilidade, propondo reflexões sobre esse ângulo da questão.

De fato, os problemas de conhecimento se desdobram, dado que o pesquisador em ciências humanas e sociais, além de seus objetivos teórico-conceituais, mantém envolvimento com sua sociedade e, em sua cidadania, deve responder a uma expectativa social sobre o trabalho universitário. Sua pesquisa pode produzir retorno ao ambiente cultural e político.

A valorização dos processos democratizantes e a correlata qualificação das experimentações sociais de sistemas de relações e circuitos no bojo da mediação certamente fazem parte dessa incumbência.

A diversidade de subtemas que se organizam a partir do relacionamento entre mediação e democracia é muito grande – como o Pentágono IX evidenciou, na riqueza das perspectivas e questões abordadas no evento. A sociedade vê se multiplicarem as urgências em seus sistemas interacionais, ora produzidas pela própria mediação, ora solicitadoras de potencialidades desta.

Em circunstâncias de instabilidade de sistemas de relações, percebemos que teorias explicativas, muito marcadas por uma visada institucional ou ancoradas na estabilidade de normas sociais, se tornam menos imediatamente eficazes para compreender a realidade móvel. Se ações similares levam a efeitos muito variáveis e pouco previsíveis, os sistemas de relações, instabilizados, e as experimentações em curso, não sedimentadas, deixam de produzir indícios confiáveis para explicações prontas.

É nesse ângulo, sobretudo, que a investigação das lógicas internas dos processos sociais mostra sua relevância para a compreensão das ocorrên-

cias e para uma continuada percepção de características variadas da interação na sociedade, em um determinado momento histórico.

Isso não implica uma aproximação meramente empírica e descritiva dos observáveis, com que o pesquisador se defronta em sua pesquisa. Até mesmo para distinguir e selecionar o que deve ser esquadrinhado, posições e perspectivas teóricas devem ser acionadas. Mas a teoria deve ser posta a serviço de novas descobertas.

Do ponto de vista social, o que percebemos é que a sociedade faz seu papel experimentador – é a lógica humana: urgências levam a tentativas de enfrentamento. Do ponto de vista acadêmico, nosso papel social de pesquisadores implica participar dessa ação geral e diversificada segundo as lógicas pertinentes à produção de conhecimento científico, buscando fazer o diagnóstico das urgências e estratégias, assim como o prognóstico de suas consequências.

Esse trabalho implica compreender as lógicas internas específicas que levam de uma situação empiricamente constatada à percepção dos ângulos de urgência relacionados; perceber as motivações das estratégias tentadas pelos diferentes participantes (e com que voz ativa) em relação às urgências assim formuladas; e entrar na substância pragmática dessas estratégias, de modo a fazer o conhecimento desenvolvido retornar ao espaço social em que fomos inicialmente buscar as ocorrências.

As ações envolvidas nesse trabalho não podem, em sua complexidade, ser atribuídas a cada docente individual – é no conjunto das atividades acadêmicas que os processos devem se integrar, desenvolvendo sistemas interacionais para sua articulação produtiva e buscando circuitos entre a crítica acadêmica e a experimentação social.

Assim, no acionamento teórico, precisamos mais de proposições heurísticas do que de visadas explicativas ou ontológicas sobre a realidade. O trabalho interpretativo e inferencial é mais produtivo do que a pretensão de oferecer respostas prontas. Observar a democracia em perspectiva de sistemas interacionais pode fornecer heurísticas produtivas.

Quando consideramos a “democracia” referida somente à macro-estrutura do Estado, somos percebemos apenas o processo abrangente – como se essa estruturação fosse independente do que ocorre nas bases sociais. Mas nos sistemas de relações interacionais em que a sociedade se organiza em todos os seus níveis, o conceito serve como critério analítico e *praxiológico* – também em perspectivas médias e micro.

Tanto a situação social como o estágio do conhecimento em comunicação indicam tais perspectivas como espaço preferencial para o trabalho de descrições e descobertas sobre os tensionamentos entre mediação e democracia.

## 7. Referências

- BOURDIEU, Pierre. *Raisons pratiques*. Seuil: 1994, p.161.
- BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais, in MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (org.) *Mediação & Midiatização*. Salvador: EDUFBA; Brasília: COMPÓS, 2012, p. 31-52.
- BRAGA, José Luiz. Interagindo com Foucault. *Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação*, Vol. 6, nº 12, julho-dezembro, 2018.
- BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina; RABELO, Leon; CASALI, Caroline; MACHADO, Michelli; MELO, Paula; ZUCOLO, Rosana.; MEDEIROS, Ana Lúcia; BENEVIDES, Pedro; KLEIN, Eloísa; XAVIER, Monalisa Pontes; DORNELLES PARES, André. *Matrizes Interacionais – a comunicação constrói a sociedade*. Campina Grande: EDUEPB, 2017.
- CASTORIADIS, Cornelius. *A instituição imaginária da sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 1982.
- FOUCAULT, Michel. Le jeu de Michel Foucault. Entrevista dada à revista *Ornicar?* In: Michel FOUCAULT, *Dits et écrits*, Tome III. Paris: Gallimard, 1994 [1977], p. 298-329.
- RODRIGUES, Adriano. *O paradigma comunicacional – história e teorias*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2011.
- SENNETT, Richard. *A cultura do novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record, 2006.
- TISSERON, Serge. *L'intimité surexposée*. Paris: Ramsay, 2001.

# Contacto e invocación

## figuras del liderazgo y escenas de representación política presidencial en la Argentina del siglo XXI

Mariano Fernández

*En democracia, la materialización del público no es sólo un imperativo ontológico, es una tragedia política.*

Laurence Kaufmann-Fabienne Malbois

*Toda comunicación interpela al individuo como “nudo” de pertenencias. Todo acto de discurso mediatizado propone una modelización de las identidades sociales.*

Eliseo Verón

### 1. Introducción

MAYO DE 2019. EL gobierno argentino anuncia una serie de medidas para enfrentar un escenario económico muy desfavorable. El anuncio se produce de manera desdoblada: mientras en una conferencia de prensa televisada el Ministro de Economía y el Presidente del Banco Central anuncian los detalles técnicos ante el periodismo, el Presidente de la Nación, Mauricio Macri, difunde en sus cuentas de Instagram y Facebook un video – filmado con un teléfono celular – en el que se registra su visita a la casa de una familia humilde. Con ellos, el presidente mantiene una conversación informal, en la que intercambian opiniones sobre la difícil situación económica y las soluciones que el gobierno está implementando.

En otro contexto, esa forma de aparición pública de Macri no hubiera causado sorpresa (ya que la puesta en circulación de breves registros audiovisuales de encuentros informales con ciudadanos se ha convertido en una invariante de la comunicación política presidencial). Pero el estado

de crisis económica que atraviesa Argentina produjo, esta vez, un efecto de contraste y generó un intenso debate público entre especialistas en comunicación sobre la conveniencia –incluso, sobre la pertinencia– de la estrategia de difusión de las medidas. En ese marco, el Director de Estrategia de Redes y coordinador de la comunicación política digital del gobierno, Julián Gallo, escribió una breve nota en la que defendía el proceder presidencial. Allí, Gallo decía, entre otras cosas:

Es posible sospechar que en el siglo XXI la mayoría de la gente siente antipatía por los discursos ampulosos, la teatralidad partidaria, la imposición de las transmisiones en Cadena, la oratoria teatral o el oropel de los salones presidenciales. Macri visitó a una familia que es igual a millones para contarles a ellos, y a todos a través de ellos, medidas que son clave para su presupuesto doméstico. **Tal vez lo que gente espera es que los presidentes se comporten como los seres humanos que son y hablen directamente**, asumiendo lo riesgoso que es intentar hacer eso de verdad. (GALLO, 2019)

La comparación que plantea Gallo puede pasar por autoevidente, y acertada incluso, para un lector no familiarizado con la política argentina. Pero en esa mezcla de diagnóstico sociopolítico y adjetivación exagerada se filtra, deliberadamente, una crítica a las formas de comunicación política que caracterizaron a las dos presidencias de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015). En un movimiento doble, Gallo defiende una decisión táctica y le endosa una cualidad ética. Incluso si la opción de comunicar decisiones importantes del modo en que el presidente lo hizo fuera técnicamente equivocada (parece decir Gallo), hay que defenderla porque responde a una firme convicción cívica.

Es precisamente sobre ese contraste entre lógicas de comunicación política presidencial que tratará este artículo, en el que nos proponemos comparar las escenas de representación en las que se desplegaron dos liderazgos políticos presidenciales en Argentina, el de la ex presidenta Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015; en adelante, CFK) y el del actual presidente en ejercicio, Mauricio Macri (2015-2018, en adelante, MM). Hablamos de “escenas” porque entendemos que no puede haber ejercicio de la represen-

tación política sin una dramaturgia de la representación, es decir; a) sin que el representante *muestre* un modo de vincularse con sus *representados*; b) por lo tanto, sin que se configure un sujeto político predilecto (es decir, una forma predominante de *ciudadanía figurada*); y c) sin que esa configuración no constituya un recorte posible del conjunto de la población *representable*. Como lo ha escrito Saward: “la representación no puede funcionar sin una reclamación de representatividad, sin un relato sobre uno mismo y el otro, y sin una performance de ese vínculo” (2006, p. 311).

Esa necesidad de puesta en escena explica, por lo demás, la irreductibilidad de la representación política a los procedimientos institucionales que consagran a un individuo como presidente. Así como en las democracias contemporáneas la legitimidad se pluraliza conforme se reformulan los términos en los que se construye “el imperativo democrático de la generalidad social” (ROSANVALLON, 2009, p. 27), así también la representación – en su sentido de dotar de alguna forma de presencia pública a los representados – requiere un trabajo permanente de actualización de los mecanismos de producción de esas escenas. Y como *esos mecanismos están, en un nivel, plenamente mediatizados*, las propias estrategias de construcción de escenas de representación política suponen modos específicos de utilizar los dispositivos mediáticos disponibles y de lidiar con la intermediación de las instituciones de medios.

A propósito del caso que aquí nos interesa, nuestro análisis parte de una triple clave de lectura:

- a) que las modalidades diferenciales de producir escenas de representación pueden asociarse a concepciones políticas sobre la conformación de la sociedad y el ejercicio de la ciudadanía a las que corresponden estrategias de comunicación política acordes;
- b) que, pese a esa divergencia, tanto CFK como MM han construido esas escenas buscando evitar la intermediación periodística;
- c) que es, precisamente, en las estrategias de desintermediación donde se pueden detectar modos característicos de intervenir sobre la esfera pública.

La comparación que planteamos, sin embargo, no sólo permite contrastar estrategias de mediatización. En ese contraste también se expresa un pasaje de época: de una predominantemente televisiva a una en la que las plataformas digitales se han estabilizado como superficies de produc-



ción, circulación y recepción de discursos políticos. No se trata, claro está, de una mera diferencia situada en la materialidad discursiva (la superficie de una pantalla televisiva y la interfaz de una plataforma digital). Es todo un conjunto de emplazamientos institucionales el que emerge en el pasaje de los medios masivos a las plataformas del tipo social network sites. Y aún más: al menos en Argentina, ese contraste ha sido tematizado como formando parte de decisiones de ética política y no sólo de condiciones objetivas de desarrollo tecnológico, de modo que es precisamente aquí donde corresponde ubicar, a nuestro entender, la pregunta por las mediatizaciones y las mutaciones de la democracia representativa. Y no casualmente. Por el contrario, si la mediatización masiva, y en particular la que se produjo con la televisión, estuvo en el centro de los análisis sobre la metamorfosis de la representación política, no es alocado preguntarse si la mediatización que surge como efecto de la inserción de las plataformas digitales en la vida social y política no puede generar un nuevo salto histórico, si no en la democracia, cuanto menos en los mecanismos de base de la representación política. Antes de exponer el análisis comparado, vamos a presentar una breve reflexión sobre esta cuestión

## 2. Mediatización y mutaciones en la representación política

La representación política presidencial se sostiene en una lógica procedimental y se manifiesta como una forma puesta en escena. Como lo explica Saward: “Hay un momento estético indispensable en la representación política porque lo representado no es nunca algo dado, preciso, transparente. Un representante (...) tiene que ser necesariamente creativo (...) debe moldear, formar, y en un sentido crear aquello que es representado” (2006, p. 310). También lo comprendió así Claude Lefort: “La democracia representativa no es solamente un sistema en el cual *los representantes* participan de la autoridad política *en lugar de* los ciudadanos que los designaron; ella garantiza una visibilidad a la sociedad” (2012 [1989], p. 22). Si, como procedimiento, la representación resulta de los mecanismos institucionales que habilitan a alguien a tomar decisiones colectivamente vinculantes y a hablar en nombre de otros, como puesta en escena revela su estatus performativo: finalmente, la “sociedad” no es un hecho empírico único y definido (LACLAU, 1990), sino el resultado de múltiples y

simultáneos actos de visibilización y figuración. Es decir, de producción discursiva (LATOURE, 2008).

Lo que el espectáculo político – y en particular, el espectáculo político gubernamental – tiene de sociología deriva precisamente de la lógica de la representación, cuya naturaleza escénica es semiótica. Es sólo a través de la configuración discursiva de una escena y de un *ethos* – con su topografía, su distribución de cuerpos y roles, sus palabras, sus banderas, sus cantos – que un espectáculo se revela como producto de una lectura política, de una concepción sobre la propia persona representativa y su relación con la “sociedad”; en definitiva, sobre los modos de escenificar el *lugar del cuerpo presidencial en el juego de fuerzas sociales e institucionales* que dinamizan el sistema político.

Ahora bien, esa puesta en escena no se puede construir de cualquier manera. Dicho rápidamente: en las sociedades contemporáneas, las condiciones de producción de escenas políticas de representación son, sino totalmente, al menos predominantemente *mediatizadas*. Este hecho explica que en su descripción de la metamorfosis contemporánea de la democracia representativa, Bernard Manin haya afirmado que “los canales de la comunicación política afectan a la naturaleza de la relación representativa”. Este fenómeno, que a fines del siglo XIX y principio del XX no incidió en la transformación de la democracia parlamentaria en democracia de partidos, ahora es en cambio un principio de funcionamiento de la representación política.

Repasemos brevemente el planteo de Manin, porque va a ser muy útil para el desarrollo de la hipótesis que queremos defender en este trabajo. En su libro *Los principios del gobierno representativo* (1998 [1996]) y particularmente en el capítulo 6, el autor afirma que antes que una “crisis” de la democracia, se asiste (se asistía, 25 años atrás) a una mutación: de la democracia de partidos se estaba pasando a una democracia de audiencia. Para contrastar esos modelos de democracia representativa Manin presentaba cuatro principios comparativos de análisis diacrónico: a) la elección de representantes a intervalos regulares; b) la independencia parcial de los representantes; c) la libertad de opinión pública; y d) la toma de decisiones tras un proceso de discusión. El pasaje a una democracia de audiencia se manifestaba, especialmente, en el funcionamiento de dos de estos principios. En primer lugar, en el hecho de que el voto se había convertido en un

comportamiento “reactivo”, ya no “expresivo”. La “demanda exógena” (de la ciudadanía sobre el sistema político) perdía potencia, razón por la cual los representantes ya no eran “personas que toman la iniciativa a la hora de proponer una línea de división” sino que “tratan de identificar divisiones en el electorado y trasladar algunas de ellas al escenario público”. Por eso, dirá Manin, “la metáfora del escenario y la audiencia es la más adecuada para representar esta realidad” (1998, p. 276).

Eso por un lado. Por el otro, la democracia de audiencia es un modelo que facilita nuevas formas de desintermediación: “los candidatos pueden, de nuevo, volverse a comunicar directamente con sus circunscripciones sin la mediación de la red del partido”, tal como por otra parte sucedía a fines del siglo XIX. Si eso facilita nuevas formas de “personalización de la oferta electoral”, de todos modos, no es como un efecto unilateral ni lineal de las lógicas mediáticas:

La naturaleza y el entorno de la actividad gubernamental moderna exige (...) poderes discrecionales, cuya estructura formal puede ser comparada con la antigua noción del poder de “prerrogativa”. (...) Si las circunstancias actuales exigen cierta forma de poder discrecional, es lógico que los candidatos presenten sus cualidades personales y sus aptitudes para tomar buenas decisiones más que atarse de pies y manos con promesas concretas. (MANIN, 1998, p. 270)

De lo planteado por Manin quiero subrayar tres puntos: el primero, la figura de la “audiencia” no es – tal y como, por ejemplo, parece creer Urbinati (2013) – una tesis sobre el devenir de la ciudadanía (la “audiencia” no es un sujeto político), sino una figura complementaria a la del “escenario” y apunta a destacar la importancia creciente de la construcción de escenas de representación; en segundo lugar, en la creación de esas escenas se ponen en juego formas de darle visibilidad a la sociedad visibilizando necesariamente fracciones de ésta, por lo tanto, recortando, sobre lo representable, aquella fracción con la que el representante va a escenificar el lazo representativo; finalmente, la personalización es un emergente de un proceso complejo de desintermediaciones, por lo tanto, si los medios – o cualquier dispositivo mediático – adquieren un rol protagónico es más el

resultado de una adaptación funcional que de una malformación de un “modo de ser” constitutivo de la política.

Manin comprendió con lucidez que en relación a los fenómenos de representación política, la mediatización remite al problema de la intermediación. Puesto en perspectiva histórica, la función estructural de los medios – concebidos como instituciones del sistema político – era doble: como *escenarios* (simultáneos a las topografías urbanas) y como *canales de comunicación*. Esto no implica, a nuestro entender, menospreciar, y menos aún negar, otras funciones (como las de *agenda setting*), sino otorgar un privilegio a otros niveles de análisis. En este punto, el planteo de Manin resulta claramente complementario del que, por la misma época, realizara Eliseo Verón en su breve ensayo *Esquema para el análisis de la mediatización* (1997), en el que intentaba explicar las variantes de intermediación y/o desintermediación introducidas por los medios masivos en los vínculos entre los actores socio-individuales (en tanto tales y en tanto integrantes de la ciudadanía) y las instituciones políticas (incluidos los propios partidos), pero también el rol que los propios medios asumían en la configuración de colectivos, modelando identidades sociales.

Está claro que tanto Manin como Verón, en estos textos, están pensando sobre un panorama dominado por los medios masivos, y particularmente por la televisión. Manin prestó atención a una mitad del problema: considerando las mediaciones políticas tradicionales – especialmente, la de las organizaciones partidarias – la democracia de audiencia le otorgaba autonomía a los líderes para establecer el contacto con el electorado. Verón, por su parte, estudió la otra mitad: también los medios vinieron a producir una intermediación, es decir, a condicionar aquel contacto y por lo tanto a forzar una adaptación.

En este punto, corresponde que nos preguntemos qué tipo de transformación estructural introducen las plataformas digitales en las lógicas de intermediación implicadas en la representación política, ya que en es allí donde el gobierno de Mauricio Macri ubica una de sus diferencias sustanciales con el modo en que su antecesora construyó su propio liderazgo. ¿Podemos pensar, evocando a Manin, que se está transformando la naturaleza de la relación representativa? ¿En qué segmento de las relaciones entre actores públicos se insertan las plataformas?

### 3. Las condiciones de mediatización, de la televisión a las plataformas digitales

Con estas preguntas generales como telón de fondo, a continuación vamos a comparar las estrategias dominantes de construcción de escenas de representación política de la ex presidenta Cristina Fernández de Kirchner y del actual presidente de la Nación, Mauricio Macri. Nuestra hipótesis, como dijimos, es que a las diferencias explícitas en los modos de construcción de la figura del líder y de las relaciones de liderazgo en cada caso, hay que superponer una coincidencia de fondo: esas estrategias diferenciales son, ambas, vías alternativas para saltar la intermediación de las instituciones de medios.

Esa coincidencia – que no por formal es menos trascendente – debe entenderse en el marco de las condiciones de mediatización que se le presentan a los actores políticos y que, en tanto tales, no son electivas: se les imponen como el terreno sobre el que deben moverse.

Nuestro punto de partida es que las escenas de la representación en las condiciones actuales del funcionamiento del espacio público mediatizado pueden ser de tres tipos:

- a) La mediatización broadcasting de los discursos presidenciales sin intermediación periodística directa, que en Argentina sólo está garantizada por la Cadena Nacional de Radiodifusión;
- b) La mediatización por plataformas de los discursos presidenciales, que se despliega en paralelo a las agendas mediáticas;
- c) Los espacios de interlocución política/medios (entrevistas, conferencias de prensa, participación en programas televisivos).

Estas condiciones son, para sintetizar, al menos de dos tipos: a) de orden estructural de la mediatización, es decir, relativas a los tipos de medios y tecnologías de comunicación disponibles en una época determinada (VERÓN, 2004 [1991]; MARCINKOWSKI, 2014); y b) de orden institucional, es decir, relativas al tipo de relaciones que esos medios (en tanto que organizaciones y empresas) entablan con los actores del sistema político y viceversa (HJARVARD, 2013).

En cuanto al primer punto, el período de los dos gobiernos de CFK (2007-2015) coincide con la aparición, divulgación y consolidación de las plataformas digitales como herramientas de comunicación política, pero

en esos ocho años las formas dominantes de comunicación fueron los – ahora – llamados “medios tradicionales”. Y, en términos generales, tanto Kirchner como Cristina Fernández fueron típicos casos de lo que Verón (2001 [1984]) llamó “la democracia audiovisual avanzada”. Fue en la *televisión* y en la *televisación* donde ambos encontraron –especialmente Cristina – su espacio predilecto de comunicación con la ciudadanía. Por su parte, el inicio del gobierno de MM es el de una era de consolidación plena de las plataformas digitales, ya no sólo como instrumento de comunicación política profesional sino en las prácticas de consumo mediático que predominan en la población. De modo que a MM se le presentó desde el inicio de su mandato una posibilidad de la que CFK careció: Macri pudo elegir, como veremos, entre al menos dos modalidades de desintermediación mediática.

En cuanto al segundo punto (el de las condiciones de orden institucional) en Argentina el mapa comunicacional de medios masivos es un caso muy claro de concentración oligopólica (BECERRA, 2015). Más específicamente, existe una historia de las relaciones entre medios y políticos desde el retorno de la democracia en 1983 marcada por la preeminencia, cada vez más fuerte, del holding Clarín, que presenta dos rasgos: por un lado, su tamaño lo convierte en un actor de peso con capacidad y voluntad de influencia política; por el otro, su propia estrategia de expansión económica lo vuelve particularmente sensible a los vaivenes gubernamentales (SIVAK, 2015).

La relación entre los gobiernos kirchneristas y Clarín, que hasta fines del año 2007 fue de mutua connivencia pragmática (O'DONNELL, 2007; MOCHOFSKY, 2011), se tensionó hasta la ruptura a lo largo del año 2008, en el llamado “conflicto del campo”. Ese acontecimiento produjo dos efectos simultáneos: a) decidió al gobierno de Cristina Fernández a impulsar una política de comunicación que transformara la estructura propietaria del sistema de medios; y b) la llevó a darle forma a una nueva estrategia de mediatización de la figura presidencial. Durante las presidencias de CFK, la concepción de los medios como adversarios del gobierno se tornó más firme y profunda, deviniendo en una “ofensiva contrahegemónica” – o intento sistemático de cuestionar públicamente el lugar de enunciación de los grandes medios privados (KITZBERGER, 2011).

#### 4. Escenas de representación política de CFK: multitudes movilizadas y desintermediación litigiosa

Así como la representación política de Macri, como veremos, se revela sólo en el contraste con las modalidades de escenificación del liderazgo de CFK, podríamos decir que es necesario al menos mencionar qué dramaturgia política heredó la propia Cristina y qué hizo con esa “herencia”.

CFK asumió su primer mandato en el año 2007, luego de cuatro años de gobierno de Néstor Kirchner (NK), su esposo. Pero a diferencia de NK, que debió construir casi desde cero un movimiento que lo acompañara, Cristina asumió la presidencia con una organización política fuerte, con capacidad de movilización, que ya desde el año 2006 remitía a la matriz movilizatoria ligada al Estado que, en Argentina, es una de las características del movimiento peronista. Sin embargo, durante el mandato de NK las demostraciones colectivas de apoyo gobierno – si bien existieron – habían sido excepcionales. Eso cambió a partir del año 2008. Un intenso y prolongado conflicto con las principales organizaciones del sector agropecuario –que se conoció como “conflicto del campo”– expuso al Gobierno de CFK, apenas tres meses después de asumido, a una crisis política (que resultó con una ruptura interna en el elenco de gobierno) y de legitimidad (ya que amplias franjas de capas medias apoyaron el reclamo de los sectores agroindustriales).

A partir del “conflicto del campo” el gobierno de Cristina Fernández rehízo la estrategia de mediatización del discurso presidencial, que con el tiempo se consolidaría con el uso sistemático y periódico de la Cadena Nacional de Radiodifusión (CINGOLANI, 2012). En este sentido, “a la agudización de la relación adversativa con el periodismo le correspondió un reforzamiento de la centralidad de la figura presidencial en la televisión” (FERNÁNDEZ, 2014, p. 44).

A partir de un análisis de la movilización política durante el conflicto del campo, hemos realizado una tipología de intervenciones públicas que completamos a partir del estudio comparado de alrededor de 40 actos gubernamentales durante el kirchnerismo. Esto nos permitió encontrar una serie de invariantes que ordenamos en cuatro tipos de *regímenes de visibilidad* (LANDOWSKY, 1985) en los que se fueron configurando figuras de liderazgo de CFK. Un régimen de visibilidad es un dispositivo de escenifi-

cación, organizado como una situación de intercambio entre presentes – el orador, los oyentes – pero dispuesto constitutivamente para una “instancia testigo” (el público de la televisión, en este caso).

Esta distinción se sostiene en la aplicación de dos criterios que permiten establecer una serie de indicadores para estudiar la variación de estos regímenes:

- a) La naturaleza de la relación que entablan el orador (el líder como persona representativa) y los colectivos presentes (el auditorio), que a su vez están condicionados por el tipo de acto en que se pronuncia el discurso.
- b) El rol asignado a la audiencia ausente (*públicos mediáticos*), y la función supuesta el acto: “unificadores” (como una asunción presidencial, o el velorio de un ex presidente) o “polémicos” (un debate pre-electoral).

Lo que surge, entonces, es una clasificación combinada que da cuatro tipos de regímenes de visibilidad (Cuadro 1).

RÉGIMEN DE VISIBILIDAD	TIPO	INTERPRETANTE	TIPO DE LIDERAZGO
Monólogo esotérico	Protocolar	Ciudadanos Nación	Líder Nacional
Ceremonia Exotérica	Conmemorativo	Ciudadanos País	Líder Nacional
Ceremonia partisana	Movilización partidaria	Militantes	Líder de partido
Movilización ceremonial	Movilización popular	Pueblo Patria	Líder plebiscitario

Cuadro 1

Estos regímenes tienen un punto en común: se fueron estabilizando como formas televisadas de intervenir sobre la temporalidad mediática, en muchos casos a través del uso regular de lo que en Argentina se conoce como Cadena Nacional de Radiodifusión.

De los regímenes de visibilidad distinguidos en el cuadro, nos interesa detenernos en los dos últimos. La movilización ceremonial se define, en principio, por la exterioridad de las topografías en las que se inserta. Si su aspecto “ceremonial” viene dado por las situaciones a propósito de las cuáles se produce (fiestas patrias, celebraciones cívicas instituidas en el calendario ritual) su matriz movilizatoria es un agregado del kirchnerismo.



En estos actos la figura del “pueblo” aparece por dos vías: como entidad corporizada (es el interlocutor presencial, directo, de la presidenta – Imagen 1) y como entidad del imaginario político (el *pueblo* como identidad supragrupal, que trasciende por definición cualquier presencia).



Imagen 1

Lo que aquí llamamos ceremonia partisana es una derivación de la movilización ceremonial. Se define porque lo que escenifica es el liderazgo como capacidad de conducción de una fuerza política y la pertenencia a una identidad acotada, de partido. Típico caso de los mítines partidarios, una ceremonia partisana debe guardar algo del orden privado: no pueden, a priori, convertirse en rutina pública ni someterse al calendario ritual de conmemoraciones cívicas nacionales. La forma más definida de la *ceremonia partisana* en el kirchnerismo se consolida en los últimos años de los gobiernos de CFK (2013, 2014 y 2015). En esa configuración se va estableciendo la delimitación clara de una fuerza política, que se exhibe en la escenificación cada vez más ordenada de los actos, que se perfeccionan en tanto espectáculos; perfeccionamiento técnico y escénico, y delimitación cada vez más clara de su espectador modelo, de su sujeto, de un interpretante (VERÓN, 1994) del kirchnerismo de la era CFK, *la juventud*. Es CFK quien, cada vez con más insistencia, va producir esa especificación, porque básicamente elige a esa juventud políticamente organizada como interlocutora directa: son los que están ahí, frente a ella.

Decíamos que estos actos, además de exhibir ese desplazamiento en el régimen de visibilidad, se van perfeccionando como espectáculos. Como ya lo ha señalado Sandra Valdetaro (2015), fueron adoptado una *forma performática*: los actos abren y cierran musicalizado con canciones populares (“La ciudad de la furia”, de Soda Stéreo), el escenario incluye una pasarela por la que CFK caminará, como adentrándose en la multitud, para saludar una vez finalizado su discurso; también se añade un *mapping* proyectado sobre la Casa Rosada o el Cabildo y un show de fuegos artificiales como momento culmine. A su vez, se perfecciona el juego de cámaras y planos de la televisión, en particular el uso recurrente de paneos dinámicos (con movimientos en picado y contrapicado, y de ida y vuelta) que sobrevuelan la multitud (Imagen 2).

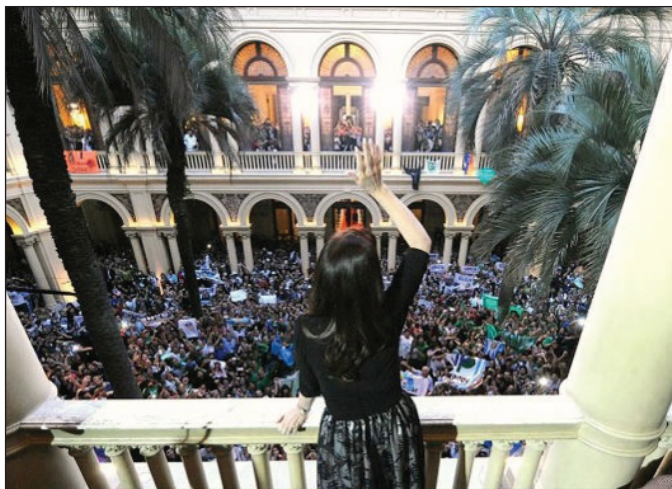


Imagen 2

Esa misma especialización del lenguaje audiovisual permite la figuración más acabada del colectivo que acompaña en esas plazas a CFK. La operación de atribución simbólica – argumental – que consiste en la construcción de un pro-destinatario que es una juventud *militante*, se complementa con las operaciones de figuración y de identificación referencial que la propia televisión facilita y produce. Casi como una fatalidad, la incorporación del pueblo, su encarnación actualizada y ya no su evocación discursiva, es un recorte, una exclusión. Y la mediatización televisada

acentúa este fenómeno: en términos de Peirce (1987) al trabajar sobre la indicialidad, sobre la mostración y la identificación, hace que la dimensión propiamente simbólica (*terceridad*) que permitiría concebir al pueblo como un colectivo que se superpone perfectamente con los habitantes de la nación, se debilite, porque la televisión la torna imposible al exponer los indicadores de pertenencia partidaria. Ese pueblo encarnado en la multitud que colma la plaza, es, una parcialidad excluyente

## **5. Escenas de representación política de Mauricio Macri: desintermediación sin confrontación pública**

Mauricio Macri asumió la Presidencia de la Nación el 10 de diciembre de 2015. Su mandato concluye en diciembre de 2019. Antes de convertirse en presidente, Macri había sido durante dos períodos consecutivos (2007-2011 y 2011-2015) jefe de gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Y antes había iniciado su carrera como político profesional en calidad de diputado nacional por la Ciudad de Buenos Aires durante los años 2005-2007.

Es decir que cuando se convirtió en presidente, Macri había desarrollado una importante carrera en la política, y particularmente, había puesto mucha atención y dinero en el desarrollo de la comunicación política en plataformas. De hecho, es uno de los políticos con más presencia en los medios digitales. En Twitter tiene 3 millones de seguidores y en Facebook 4 millones.

Si bien, como lo han mostrado Annunziata, Ariza y March (2018) y Slimovich (2017) hay una clara línea de continuidad entre las formas de comunicación política vía redes que el propio Macri había utilizado desde que era jefe de gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y las que viene utilizando como presidente, lo cierto es que el salto de escala nacional lo ha colocado en posición de delimitar un contraste explícito con la mediatización de la figura presidencial predominante durante el kirchnerismo. Como vimos, ese contraste es un argumento que el propio equipo de comunicación política digital de Macri expone para fundamentar y defender la suya.

Durante la campaña presidencial de 2015 el eje de la estrategia de comunicación digital de Macri estuvo en Facebook (GALLO, 2015), pero

una vez iniciado su mandato el presidente ha dosificado su presencia en las diferentes plataformas (Instagram, Twitter) y ha ensayado, aunque sin continuidad, el uso de otras (como Snapchat). Lo interesante, sin embargo, es analizar el uso combinado y las funciones que el gobierno le asigna a cada plataforma, así como a la gestión de las apariciones del presidente en la televisión, que había sido el espacio de figuración privilegiado para CFK. Más allá de los contenidos específicos de los posteos en redes sociales y de las estrategias enunciativas de mostración de la figura presidencial (sobre las que volveremos) el primer movimiento en la estrategia de mediatización de Macri es simple: comunicación regular, cotidiana, vía plataformas digitales; apariciones circunstanciales, incidentales, en medios masivos, en particular en la televisión.

En el primer caso, se despliega una cotidianeidad paralela a las agendas mediáticas; ese contacto directo, centrado primordialmente en la figura del presidente más que en el desarrollo de grandes líneas argumentales no implica más personalización que la que supone una entrevista televisiva sino menos intermediación periodística, con todas las ventajas que, en principio, esto tiene: administración de los tiempos, del discurso, del punto de vista. La utilización de los medios masivos, por comparación, es deliberadamente limitada: además de la apertura del año legislativo (cuya televisación es obligatoria) Macri ha concedido algunas entrevistas a periodistas locales, ha realizado algunas conferencias de prensa, y ha realizado algunos anuncios por televisión. Pero comparado con la presencia casi cotidiana de CFK, la figura del presidente es intermitente y casi excepcional en la televisión. Para entender esa asimetría no alcanza con una explicación sobre las mutaciones en la sociología del uso de medios. Antes bien, para el gobierno se trata de un aspecto más del contraste con la gestión de CFK. Como lo explicó Julián Gallo pocos días después de concluida la campaña presidencial en 2015:

Ya no estamos más encerrados todos juntos dentro de una única esfera mediática, a la que una cadena nacional puede interrumpir a su antojo para rociar a la gente desde arriba con su mensaje de propaganda. Ahora somos la suma de innumerables pequeñas burbujas individuales, que juntas producen una especie de espuma social (estoy tomando la

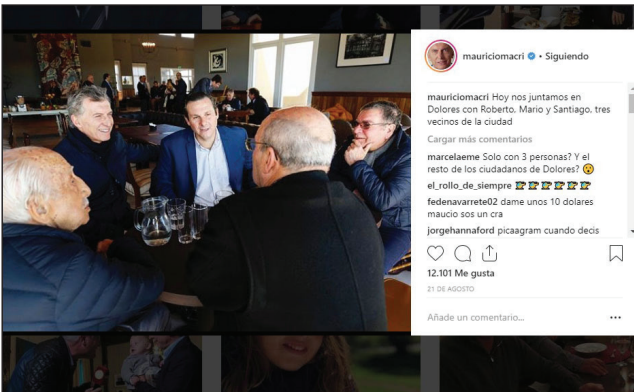
extraordinaria imagen de Peter Sloterdijk), a la que hay que invitar respetuosamente a leer, a ver, a escuchar lo que se quiere contar desde la propia burbuja (una burbuja más, aún la del presidente no deja de ser una burbuja más en la extensa espuma).

Tal como lo vimos con la referencia con que abrimos este escrito, en la justificación pública sobre las estrategias mediáticas se entrecruzan diagnósticos sociológicos (la migración hacia las plataformas es un hecho mensurable, y los cambios en las prácticas de consumo de información y discursos políticos también) con una fraseología ética, como si se tratara de un gesto de respeto del presidente para con sus representados.

Los análisis sobre el uso de redes sociales por parte de Macri concuerdan en que, tal como lo subraya Gallo, hay una estrategia de “representación por proximidad”. Retomando a Pierre Rosanvallon, Annunziata, Ariza y March (2018) señalan que “la representación por proximidad puede ser definida como el vínculo representativo contemporáneo, que se estructura con base en una identificación anticarismática entre representantes y representados” (2018, p. 73). En lugar de establecer una relación complementaria (tal la implicada en el vínculo de liderazgo carismático), se configura aquí una relación supuestamente simétrica entre “hombres y mujeres comunes” con un hombre común circunstancialmente dotado de responsabilidades extraordinarias. En el caso de Macri, esto se manifiesta no sólo en la exposición de su vida privada (situaciones familiares, de vacaciones, dando paseos, descansando junto a su esposa y su hija; SLIMOVICH, 2017) cuanto en los modos de acercamiento – del orden de la inmersión – que predomina en sus publicaciones en redes (Imágenes 3 y 4), un modo de contacto personalizado – el trato se da de manera presencial, a veces cuerpo a cuerpo, a veces vía telefónica o por chat de video – e individualizado – en sus posteos, Macri nombra a sus interlocutores (lo que Annunziata, Ariza y March denominan, en su análisis, “contenido ciudadano”).

A propósito de este abordaje individualizado de la generalidad social, Annunziata, Ariza y March evalúan que las estrategias de representación por proximidad presentan una limitación “ontológica”; sostienen las autoras que “la proximidad se opone a la articulación de demandas heterogéneas y al conflicto” (2018, p. 90). Esto supondría un “tratamiento

administrativo de la singularidad”, limitando o directamente anulando la politicidad del discurso político, es decir, su capacidad para construir formas de generalidad social. La pregunta consecuente es si Macri construye o se resigna a no construir formas de generalidad, es decir, de apelar a alguna forma de mayoría social.



Imágenes 3 y 4 (capturas de pantalla del Instagram de Macri)

Para responder es necesario diferenciar dos dimensiones del discurso político. Las escenas de representación – al menos, las que nos han interesado en este escrito – son predominantemente icónicas e indiciales. Consisten en la figuración del vínculo del presidente con sus representados. Esos representados, en el caso de Macri, no son multitudes reunidas; no son masas de militantes movilizados. Por el contrario, las escenas de re-



presentación de Macri son del orden del encuentro privado hecho público; sus encuentros horizontales (por ejemplo, en un living familiar donde el primer mandatario comparte un mate con los anfitriones) con ciudadanos comunes acentúan una construcción de lo social que pone el énfasis en las historias individuales.

Pero como bien lo ha explicado Rosanvallon, también de esta manera se pueden configurar y aprehender formas de la generalidad social. El hecho de que una experiencia o una situación particular se extraigan del olvido y del anonimato puede dar forma a la comunidad virtual de todos aquellos que viven experiencias similares. Agreguemos que, en los casos que estamos estudiando, cada uno de los individuos retratados no valen como singularidades, sino en tanto aquello que Ricoeur llama *socius*: “aquel a quien llego a través de su función social” (2000, p. 91).

Cada uno de los ciudadanos visitados por el presidente interesa porque se lo concibe como “individuo social”, es decir, como miembro de una categoría. En términos semióticos, como símbolos: están en lugar de sus congéneres, los representan. La operación de descenso en generalidad, en términos de la teoría de los discursos sociales, es el pasaje del índice – de lo singular irreductible: del individuo en tanto tal – al símbolo – a la generalidad, a la ley: al individuo como caso, como ejemplo. Por otra parte, cada historia adquiere valor en función de un tema en el que se inserta: lo que interesa es el enlace entre una vida privada y un asunto público. Como puede verse en la captura de pantalla que insertamos aquí debajo (Imagen 5):



Imagen 5 (captura de pantalla del Instagram de Macri)

En el posteo – que es un breve video – Macri visita a “Pablo”, joven dueño de una fábrica familiar de aberturas y perfilados. “Pablo” importa en tanto que individuo pero sobre todo como ejemplo de un pequeño empresario al que le presidente le dedica un tiempo de su rutina. Desde este punto de vista, si hay “mayorías” macristas, estas no aparecen; son multitudes sin escena, sin estética, sin espacio público. Son mayorías invocadas, a diferencia de las que buscó encarnar el kirchnerismo, insertándolas doblemente en el espacio público: primero, sobre las calles; luego, en la televisación de esas movilizaciones.

Para graficar esa diferencia vamos a citar un ejemplo reciente. A fines del mes de mayo de 2019, el presidente posteoó en sus cuentas de redes sociales dos fotografías, una arriba de la otra. Mientras que una imagen mostraba un camino provincial arreglado por la gestión de Macri, la otra exhibía ese mismo lugar en el pasado, como un lugar abandonado. El contraste buscaba mostrar la diferencia entre el pasado kirchnerista y el presente. En sus redes, Macri propuso una “encuesta” en la que invitaba a sus seguidores a elegir entre esas dos opciones. A propósito de los resultados, el presidente realizó el siguiente posteo:

### ¿POR QUÉ UNA MINORÍA ELIGIÓ EL PASADO?

En estos días publicamos en Facebook e Instagram algunas encuestas con fotografías de obras terminadas en distintas partes del país comparadas con otras fotos que mostraban cómo eran esos mismos lugares cuando llegamos al gobierno.

Las opciones de la encuesta eran dos: Pasado o Presente.

En todos los casos una amplísima mayoría, compuesta por decenas de miles de personas eligió la foto del presente. Sin embargo, resulta muy llamativo que haya habido personas (un 12% aproximadamente) que eligieron el pasado ¿Por qué eligieron el pasado?

No tengo una explicación. Tal vez nadie la tenga. Puede ser una forma de apego al pasado. No lo sé. Lo cierto es que por alguna razón una minoría de personas eligió lo roto a lo nuevo, lo abandonado a lo reparado, lo oscuro a lo iluminado; y que una apabullante mayoría eligió el presente.



Luego de haber agregado, una detrás de otra, historias de individuos a los que visita personalmente, Macri enuncia un discurso en el que se delimitan dos colectivos: una mayoría (que, al elegir el presente, está eligiendo el futuro) y una minoría (que al elegir el pasado... no puede moverse de allí). Tarde o temprano, el discurso político debe construir “colectivos de identidad”, debe volverse adversativo (VERÓN, 1987). Mientras que la suma de historias individuales, y de escenas del encuentro ritual del presidente con esos ciudadanos comunes, va delineando un tipo de liderazgo, para producir formas de generalidad social es necesario desarrollar estructuras argumentativas. Como bien lo explicó Verón: “los colectivos identitarios de largo plazo no pueden construirse sin que funcione una estructura argumentativa orientada a la formulación de reglas (1998, p. 230). Por eso, no pueden construirse colectivos identitarios de largo plazo únicamente “con imágenes ni únicamente con el orden indicial de la mirada característico de la televisión” (Ibid., p. 231) o – podemos ahora agregar nosotros – sólo adicionando anécdotas de encuentros personales en redes sociales.

El problema – como interrogante no como dificultad práctica – es que un presidente no puede dejar a las masas en silencio. Tiene que hacerlas hablar. Tiene que hablar en nombre de ellas. En sus plataformas, Macri despliega un discurso político sobre-adaptado, es decir, que construye destinatarios segmentados, delimitados; esto se visibiliza en la importancia que, en esos posteos, tiene la estrategia de construir colectivo a partir de individualidades ejemplares, movimiento típico de lo que se denomina “política de la presencia”; en conjunto, a su vez, esto expresa la posibilidad de una desintermediación de segundo grado: ya no como autonomía del líder respecto de las estructuras partidarias sino autonomía de las instituciones que, hasta ahora, había administrado las lógicas de aparición y contacto en el espacio público.

## 6. Reflexiones finales

El objetivo de este trabajo fue comparar las escenas de representación en las que se desplegaron dos liderazgos políticos presidenciales en Argentina, el de la ex presidenta Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015) y el del actual presidente en ejercicio, Mauricio Macri (2015-2018).

En una cultura política como la Argentina, que tradicionalmente asocia apoyo ciudadano a la visibilidad de las congregaciones colectivas, el gobierno de Mauricio Macri introdujo una variación verosímil y novedosa, en particular si se la contrasta con el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner: una representación política que no puede ofrecer el espectáculo de autocelebración colectiva más que como invocación de mayorías sin cuerpo, sin encarnación. A diferencia del kirchnerismo, que encontró en la matriz movimentista un esquema predilecto de escenificación del encuentro del líder con los colectivos que le sirven de apoyo y sostén, el gobierno de Mauricio Macri usufructuó de esa prescindencia: la “gente” no necesita reunirse públicamente para existir. Sin embargo, de lo que no puede prescindirse es del espectáculo del contacto: el líder, en su exhibición pública, es siempre el polo de una relación.

El kirchnerismo construyó sus escenas de representación como liturgias políticas, cuya finalidad trascendente a los procesos políticos es la revitalización de un colectivo de identidad. Pero esa liturgia se fue estabilizando de manera progresiva, no estuvo presente desde el inicio del primer gobierno de CFK. En realidad, a lo largo de sus mandatos, Cristina Fernández de Kirchner encarnó tres modalidades de liderazgo, y en esa variación hay que leer la influencia de distintos colectivos operando como interpretantes en reconocimiento del discurso presidencial (y, por eso mismo, funcionando como condiciones de producción de ese discurso). Esas variaciones están asociadas a tres niveles del fenómeno de la “representación” y de los órdenes de legitimidad en que los se ejerce:

- a) la legalidad de la investidura presidencial que sustenta al “líder nacional”, cuya función está directamente sostenida por el sistema electoral (cuyo interpretante es la *ciudadanía*);
- b) la legitimidad del “líder plebiscitario”, que moviliza fuerzas no encuadradas partidariamente, ni acotadas formalmente por su relación con el voto, y cuyo interpretante es el “pueblo” o “los argentinos” (o *pueblo argentino*, al menos según aparece en los discursos que hemos analizado);
- c) la legitimidad del “líder político”, que se juega en su capacidad de conducción de su fuerza política (cuyo interpretante es el *militante partidario*).

Lo que quisimos exhibir con nuestro análisis es que en los últimos años de su gobierno CFK terminó por consolidarse, predominantemente, como líder político/partidario. Como consecuencia, con el correr de los años se fue acentuando una tensión entre la invocación a una totalidad social y su efectiva encarnación en un colectivo de fronteras identitarias necesariamente diferenciadas y excluyentes. Si esta tensión puede resultar un objeto de análisis interesante es porque se expuso, precisamente, en televisión, frente a millones de personas que no pertenecen a un colectivo político de identificación (VERÓN, 1987) y en un ritual cívico cuyo propósito es reponer, aunque más no sea circunstancialmente, un momento de comunidad plena.

Contrastado contra ese modelo de construcción de liderazgo – que, necesariamente, está asociado a un modelo mediatización – Mauricio Macri desplegó, y aún despliega, escenas de representación anticeremoniales. Su liderazgo pretende ser simétrico, “contra-carismático”. Para ello, ha debido construir sus escenas de representación a través de otro tipo de rituales: el de los encuentros personales en entornos privados, usualmente los hogares de los ciudadanos que hacen las veces de anfitriones.

Macri construye su liderazgo, entonces, como en una sucesión de encuentros personales. En sus recorridas no hay colectivos organizados, movilizados, partidarios. Antes bien, su modelo de generalidad social es una que procede por inmersión radical en el mundo de la particularidad, caracterizado por la preocupación por los individuos concretos. Como con lucidez lo describió Rosanvallon:

Esa clase de generalidad está asociada con una cualidad de comportamiento: resulta de la acción de un poder que no olvida a nadie, que se interesa en los problemas de todos. Está vinculado a un arte de gobernar que se halla en las antípodas de la visión nomocrática. (2009, p. 28)

Estas dos formas divergentes de construcción del liderazgo están asociadas, a su vez, modalidades específicas de lidiar con la intermediación periodística y de insertar el discurso presidencial en las agendas mediáticas. En el Cuadro 2 sintetizamos ambas modalidades.

	CFK	MM
<b>Intervención sobre el espacio público</b>	Como experiencia colectiva unificada	Como experiencias individuales compartidas pero segmentadas
<b>Tácticas de mediatización</b>	Anular la intermediación mediática utilizando la televisión	Juego compensado de aceptar la intermediación y esquivarla sin conflicto
<b>Temporalidad del espacio público</b>	Escandir la agenda mediática	Cotidianidad paralela a las agendas mediáticas

Cuadro 2

A la liturgia vitalista y colectiva televisada del kirchnerismo, el gobierno de Mauricio Macri, haciendo un uso ciertamente creativo del dispositivo de las plataformas digitales, le contrapuso el rito del encuentro personal y simétrico. Pero no hay simetría posible en la relación entre un presidente y sus representados. Colocado en la situación de exhibir su legitimidad, Macri no puede encarnar mayorías – aunque más no sea del modo fugaz e imperfecto de un colectivo reunido en una plaza – sino invocándolas en su discurso escrito, reponiendo la diferencia de estatus, haciéndolas hablar a través de su voz.

## 7. Referencias

- ANNUNZIATA, R.; ARIZA, A.; MARCH, V. “Gobernar es estar cerca”: las estrategias de proximidad en el uso de las redes sociales de Mauricio Macri y María Eugenia Vidal. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, año 13, n. 24, ene.-jun. 2018. p. 71-93. doi: <http://dx.doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.24.61520>
- ARBELLÁN-ARTACHO, Pedro. Representación política y democracia: aportaciones desde la Teoría de la Representación en los últimos diez años. *Revista Española de Ciencia Política*. n. 33, nov. 2013. p. 133-147.
- CINGOLANI, G. A midiatização da figura presidencial: espaços, estratégias e trasições. En: FAUSTO NETO, A.; MOUCHON, J.; VERÓN, E. (orgs.). *Transformações da midiatização presidencial: corpos, relatos, negociações, resistências*. Porto Alegre: São Caetano do Sul: Editora, 2012 p. 55-70.
- FERNÁNDEZ, M. Periodismo y política en la Argentina kirchnerista: disputas por la intermediación en el espacio público. En: GINDIN, I.

- (comp.). *Kirchnerismo, mediatización e identidades políticas: reflexiones en torno a la política, el periodismo y el discurso, 2003-2008*. Rosario: UNR-CIM, 2014.
- FERNÁNDEZ, M. En su lugar y en su nombre: disputas por la representación en el espacio público mediatizado. La gestión de colectivos en discursos políticos y discursos periodísticos durante el “conflicto del campo (marzo-julio de 2008). Universidad Nacional de La Plata, La Plata, 2016. Recuperado de: <<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/59263>>.
- GALLO, Julián. Sobre el video de Mauricio Macri en la casa de una familia. *Infobae*, 19 abr. 2019. Disponible en: <<https://www.infobae.com/opinion/2019/04/19/sobre-el-video-de-mauricio-macri-en-la-casa-de-una-familia/>>. Acceso en: 5 may. 2019.
- HJARVARD, S. *A midiatização da cultura e da sociedade*. Sao Leopoldo: Ed. Unisinos, 2013.
- LACLAU, Ernesto. Sujeto de la política, política del sujeto. En: ARDITI, B. *El reverso de la diferencia: identidad y política*. Caracas: Nueva Sociedad, 2000.
- LANDOWSKY, E. Eux, nous et moi: régimes de visibilité. *Mots*, n. 10, 1985, p. 9-16.
- LATOUR, Bruno. *Reensamblar lo social: una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires: Manantial, 2008.
- LEFORT, C. *Democracia y representación*. Buenos Aires: Prometeo, 2012.
- MANIN, B. *Los principios del gobierno representativo*. Madrid: Alianza 1998.
- MARCINKOWSKI, F. Mediatization of politics: reflections on the state of the concept. *Javnost – The Public*, v. 21, issue 2, 2014, p. 5-21.
- MALBOIS, F.; KAUFMANN, L. De l’espace public comme organization: l’architecture feuilletée des énonciations publiques. En: *Revue française des sciences de l’information et de la communication*, n. 6, 2015. Disponible en: <<http://journals.openedition.org/rfsic/1333>>. DOI: 10.4000/rfsic.1333.
- MONTERO, A. S. *Y al final un día volvimos! Los usos de la memoria en el discurso kirchnerista (2003-2007)*. Buenos Aires: Prometeo, 2012.
- NATALUCCI, A. El kirchnerismo y sus estatutos como movimiento político (2003-2007). *Apuntes de Investigación del CECYP*, n. 21, 2012.

p. 133-154.

- NATALUCCI, A.; PÉREZ, G. El kirchnerismo como problema sociológico. En: NATALUCCI, A.; PÉREZ, G. (eds.). *Vamos las bandas: organizaciones y militancia kirchnerista*. Buenos Aires: Nueva Trilce, 2014.
- PEIRCE, C. S. *Obra lógico-semiótica*. Madrid: Taurus, 1987.
- PÉREZ, G.; NATALUCCI, A. La matriz movimentista de acción colectiva en Argentina: la experiencia del espacio militante kirchnerista. *América Latina Hoy*, n. 54, 2010, p. 97-112.
- RIVIÈRE, C. *As liturgias políticas*. Rio de Janeiro: Imago, 1989.
- ROSANVALLON, P. *La legitimidad democrática: imparcialidad, reflexividad y proximidad*. Buenos Aires: Manantial, 2009.
- URBINATI, N. *Democrazia in diretta: le nuove sfide alla rappresentanza*. Milán: Editorial Feltrinelli, 2013.
- SAWARD, M. The representative claim. En: *Contemporary Political Theory*, n. 5, 2006. p. 297-318.
- SLIMOVICH, A. La ruta digital a la presidencia argentina: un análisis político e hipermediático de los discursos de Mauricio Macri en las redes sociales. *Dixit*, n. 26, ene.-jun. 2017 p. 24-43.
- VALDETTARO, S. Cuerpo-presidencial-performático y mediatización: entre la sobreexposición y el ocultamiento. En: FAUSTO NETO, A., RAIMONDO ANSELMINO, N.; GINDIN, I. (eds.). *Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones* (130-156). Rosario: UNR Editora, 2015.
- VERÓN, E. La palabra adversativa: observaciones sobre la enunciación política. En: VERÓN, E.; ARFUCH, L.; CHIRICO, M. et al. *El discurso político: lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires: Hachette, 1987.
- VERÓN, E. Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia. *Semiosfera*, n. 2, 1994.
- VERÓN, E. Médiatisation du politique: stratégies, acteurs et construction des collectifs, *Hermès*, Paris, n. 17-18, 1998. Disponible en: <<http://documents.irevues.inist.fr/handle/2042/15217>>
- VERÓN, E. *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma, 2001.

# **Polarização e insatisfação midiaticizadas no capitalismo comunicacional como manter a democracia?**

José Luiz Aidar Prado

*Como as gerações fiéis aos acontecimentos de Junho costumam dizer, Junho não acabou, Junho continua sendo, ou seja, Junho é um espectro que continua a rondar, não saímos de Junho, todas as combinações e recombinações vistas na esfera macropolítica tentam dar conta das energias abertas em Junho, seja para governá-las, seja para desfazê-las. A polarização discursiva em que o Brasil se envolveu é o ápice dessa lógica de tentar capturar as forças ativas do levante e fechar o interregno aberto.*

André Fogliano (2018)

## **1. Introdução**

Para discutir as razões pelas quais a democracia tem enfrentado um rebaixamento nos últimos anos no mundo e no Brasil, há dois eixos a examinar: um estrutural, referente ao funcionamento do sistema capitalista mundial, que chamamos de capitalismo comunicacional (PRADO; PRATES, 2017), e outro conjuntural, ligado à situação da democracia brasileira desde a Nova República.

O primeiro eixo diz respeito ao neoliberalismo e à globalização. Enfrentar as instituições transnacionais é difícil, em função da ameaça de sanções. Há uma pressão sobre os países, principalmente contra os governos progressistas, e um investimento em políticas conservadoras. Isso ficou nítido na Grécia e, em menor grau, em Portugal. Como diz Boaventura Santos, “no entendimento dessa jaula de ferro ideológica, ser europeísta e ser de esquerda é uma contradição” (2016, p. 10), mas isso também vale para os países do Sul. Sofremos de um lado a pressão do capital financeiro e da governança

neoliberal, e de outro a das populações conservadoras insatisfeitas com desenvolvimentos pontuais conseguidos pelas classes mais pobres e minorias com os governos desenvolvimentistas do começo do século no país.

Paralelamente, é preciso considerar o ambiente comunicacional ligado ao poder das redes das grandes empresas de tecnologia digital, que permite a circulação de *fake news* em grandes quantidades, levando ao que Roque e Bruno (2018) chamaram de “crise do regime de evidências e das competências exigidas para se aferir a verdade”, principalmente entre as comunidades à direita do espectro político (ABRAMOVAY, 2018). Com a disseminação desse poder comunicacional e midiático das redes, as pessoas desenvolveram descrédito em relação às figuras tradicionais da política, da intelectualidade e da mídia, preferindo orientar-se pelos grupos de Whatsapp através dos quais comungam e partilham valores que lhes dão sentido e identidade. Esse processo tende a se agravar pelo fato de as plataformas digitais cada vez mais serem centralizadas (MOROZOV, 2018, p. 7) para se garantir como negócios lucrativos. Tudo isso mina a democracia.

O segundo eixo a debater liga-se à reação dos movimentos à direita contra as lutas democráticas que ocorreram no mundo entre 2011 e 2013 e mais especificamente no Brasil em junho de 2013. As Jornadas de Junho constituíram o que Badiou (1996) chama de *acontecimento*, que se caracterizou sobretudo em seu início por uma grita geral, misturando esquerdas e direitas, contra o modelo partidário e de governo da democracia representativa. Nas ruas tomadas pela multidão, os manifestantes queriam algo além da democracia representativa, pois as eleições têm muito pouco poder de mudança na vida das pessoas, principalmente das classes médias, em função de um sistema político corrompido e amarrado a fortes interesses e *lobbies*. A essa forma de governo Marcos Nobre chama de *pedeabismo* (2016), que consiste em construir modos fisiologistas de governança, atendendo a *lobbies* e criando blindagem contra reformas emancipadoras.

Os movimentos de 2013 incidiram não apenas nas pautas iniciais das manifestações contra o preço dos transportes e contra os megaeventos da Copa, mas numa crítica geral à classe política. As manifestações mais intensas deram-se dias depois do movimento inicial, em função da pesada repressão policial, que “desencadeou uma onda ainda maior de mobilização, tanto em defesa do direito constitucional de manifestação quanto contra a atuação da polícia em geral. E uma série de reivindicações veio



se juntar às iniciais” (NOBRE, 2016, p. 15/751). Mas não houve narrativa unificada como em 1985, nas Diretas Já, ou como em 1992, por ocasião do *impeachment* de Collor. Não tivemos também uma narrativa unívoca sobre o acontecimento 2013:

As interpretações divergem sobre o que aconteceu. A ideia mesma de que seja possível um “relato dos fatos” é questionável. As interpretações divergem também sobre o sentido do que aconteceu. São diferentes as dinâmicas de manifestação nas diversas partes do país, em cada cidade, em cada parte da cidade onde ocorrem protestos. Manifestações surgem como irrupções, grandes, pequenas, isoladas, reunidas. Quando se reúnem em grandes massas, têm forma de ondas. Dependendo de qual onda se pega, a passeata pode ter sentidos opostos, inconciliáveis. (ibidem)

Em 2013 não havia líderes, palanques, discursos condutores e roteiros. Havia movimentos formando mosaicos independentes, distribuídos em três campos (ALONSO, 2016): autonomistas, socialistas e patriotas. Os primeiros são mais horizontalistas e libertários; os segundos mais ligados a partidos de esquerda e hierarquizados, com ênfase na redistribuição; os terceiros se concentram na crítica do tamanho do Estado, na corrupção, sendo mais “expressivos que propositivos” (ibidem). Para Fogliano (2018), em junho de 2013 havia uma *mistura*, não uma polarização esquerda x direita, ou petismo x antipetismo, mas enfrentamento “da sociedade contra o Estado, da sociedade contra a lógica de governo predominante”, ou seja, a do pemedebismo. Daí sua afirmação de que as revoltas “agenciaram um corpo social virtualmente novo, com consequências políticas imprevisíveis” (ibidem). No pós-acontecimento, porém, deu-se a polarização, surgindo grupos à direita (MBL, Vem pra Rua) e à esquerda (Frente Brasil Popular, Frente Povo sem Medo) principalmente na internet, organizando os campos de disputa.

O sistema político

não entendeu, nem podia entender, o que acontecia. Ao longo de vinte anos esse sistema cuidou tão bem de se blindar

contra a força das ruas que não podia mesmo entender como as ruas o tinham invadido com tanta sem cerimônia. (NOBRE, 2016, p. 44/751)

A blindagem ocorria desde a abertura orquestrada em 1985, em que o fim da ditadura não levou a eleições diretas, mas ao governo Sarney. Essa blindagem ocorreu de maneira intensa durante a votação da Constituinte de 1988, em que o Centrão buscou neutralizar os movimentos sociais. É essa blindagem que Nobre denomina pemedebismo.

## 2. Acontecimento 2013 e disputa pós-acontecimental

Por que sustentamos que as manifestações de 2013 foram um *acontecimento*, no sentido de Badiou (cf. PRADO, 2016, 2017)? Por que ele embaralhou as coordenadas políticas do *status quo* anterior, caracterizando-se pela emergência de uma intensidade que rompe com modos de ser, sentir e viver. Ele trouxe algo imprevisível, se o julgarmos pelos repertórios e regimes de visibilidade e interação usuais, e impôs um novo traçado: “Esse novo traçado desfaz as coordenadas vigentes e reembaralha as posições subjetivas e discursivas cristalizadas” (FOGLIANO, 2018). Traz também a possibilidade de deslocar o circuito de afetos ligados aos discursos dominantes. Para Fogliano

Antes, são as circunstâncias instauradas no seio da rebelião que irão remodelar doravante os focos e as frequências discursivas. *Mudadas as relações, mudam-se os termos*. Os que antes encontravam-se de um lado, digamos, do lado da esquerda dos polos, podem povoar o lado direito. Essas posições não são fixas, universais, eternas, inelutáveis. Elas variam a depender da errância e da deriva do acontecimento. (ibidem)

A polarização começou no pós-acontecimento das Jornadas de junho de 2013 e consistiu numa disputa pelos sentidos pós-acontecimentais. A polarização petismo x antipetismo, em torno da agenda anticorrupção, foi uma totalização discursiva que surgiu em 2014, capturando os sentidos da

revolta de 2013, construindo um discurso ideológico, que se dizia anti-ideológico, contra a corrupção, e a serviço de uma moral conservadora dos costumes (contra cotas e contra a luta por reconhecimento de gays, mulheres e trans). A polarização em torno da luta anticorrupção e do antipetismo construiu um circuito de afetos em torno do ódio às esquerdas e provocou, por parte destas, uma reação também de ódio, caracterizando um processo de espelhamento e enfrentamento que impossibilitou qualquer tipo de diálogo entre os dois pólos e gerando alta carga de agressividade.

A luta contra o Estado se transformou em luta contra os corruptos petistas, recalcando a crítica ao pemedebismo. A revolta de junho de 2013, em torno de paixões mais alegres, se transformou, com a polarização, em uma reação das paixões tristes, em torno do ódio e do medo, deslocando uma luta contra os políticos e contra um tipo de governamentalidade para uma luta interiorizada dentro da sociedade, projetando-se todo o mal na esquerda e nas lutas de reconhecimento e defendendo a volta a valores tradicionais vistos agora como absolutos, segundo uma visão fundamentalista e em grande parte orientada por valores religiosos.

Começando pela insatisfação com os governos e com a democracia representativa, os discursos em disputa depois de 2014 encarnaram uma luta por modos de vida de vários grupos: a) movimentos de luta por reconhecimento, ligados às esquerdas identitárias (os autonomistas); b) outros de esquerda mais ligados a partidos (que Alonso chamou de socialistas); c) movimentos de direita antipetista, mas não necessariamente antidemocráticos; e d) direitas fundamentalistas defendendo até mesmo a volta da ditadura. Tais movimentos se unificaram em dois campos, após 2016 e mais especificamente em 2018, diante das eleições: um campo democrático e um campo antipetista, caracterizando a polarização. Há aí, no entanto, uma assimetria, pois os modos de construção de sentido e identidade dos grupos à esquerda e à direita não são os mesmos. Como diz Abramovay:

A palavra ‘polarização’ escamoteia notável assimetria entre o comportamento da mídia de extrema direita e as regras que norteiam o ecossistema informativo a que ela não se filia. São duas comunidades epistêmicas que funcionam a partir de lógicas bem distintas uma da outra. Claro que também na esquerda circulam histórias falsas como a veiculada em

2016, de que Donald Trump violentara uma criança de 13 anos em 1994. Mas esta informação foi muito mais submetida ao crivo da crítica e das fontes alternativas do que aquelas criadas pela Fox, pelo Breitbart e por inúmeros columnistas (muitos dos quais praticantes do poderoso tele-evangelismo), difusores de histórias em que é difícil imaginar que as pessoas acreditem. (2018, p. 4)

A polarização se firmou em um discurso em torno do ponto nodal “corrupção” e das movimentações da Operação Lava Jato, que pautaram diariamente as mídias hegemônicas, levando muitos a falarem em um “partido da Justiça”. Em linhas gerais, foi construído um discurso antipolítica, antipetista, que reuniu os sentidos de corrupção, unificando o inimigo — colocado nessa posição de ponto nodal — contra o qual devemos lutar para limpar o país.

Segundo esse discurso, os petistas roubaram a possibilidade de felicidade com sua corrupção, nos ameaçaram de comunismo, de virarmos uma Venezuela, de cairmos na tentação da revolta contra os gêneros tradicionais, ensinando o mal ideológico nas escolas, construindo o kit gay etc. Entretanto, há mais camadas discursivas a escavar. Há aí duas questões imaginárias sobrepostas ao tema do antipetismo e da corrupção: o medo do comunismo e o ódio às lutas identitárias. Gomes resume esse mal-estar relativo às questões identitárias de maneira incisiva: “para quem é homem hétero, cis, branco e cristão, a esquerda identitária oferece apenas uma culpa e um conjunto de dívidas e obrigações daí decorrentes” (2018). Diz ainda Gomes (2018):

Uma forte vertente da política baseada em identidades é aquela que estabelece que os grupos identitários são oprimidos e que o caminho para a justiça passa pela remoção da opressão. (...) Quem sofre da mesma opressão se identifica uns com os outros sob aquele aspecto. Depois no interior do recorte feito, vão se identificando sucessivos estratos de opressão, a que parte dos membros da comunidade estão submetidos e outra parte não, que fornecem sucessivos pontos de corte, identidade dentro das identidades, até que não se tenha mais nada para cortar. (Ibid.)

Dizer esquerdas passou a querer dizer, nos discursos à direita, corrupção, de um lado, ligada ao petismo, e de outro, esse mal-estar trazido pelas lutas identitárias, que Bolsonaro resumiu ao falar em “vitimismo”. Ao concentrar tudo isso na figura do petismo, em especial de Lula, operou a ideia de que por trás da multiplicidade de nossos infortúnios está uma causa concentrada dos nossos males, da mesma forma que o complô judaico foi o *ponto nodal* do nazismo. Nessa versão do mal-petralha perderam-se os sentidos da história e desconectaram-se das mazelas do pemedebismo, ao qual, aliás, o PT se juntou para governar segundo a política da conciliação com a direita pemedebista, e acabou por ver despejada sobre si toda a culpa da corrupção.

### 3. A polarização e os pontos nodais

Para Žižek, essa operação que concentra todo o mal num significante (judeu, petista) é um reviramento do campo discursivo, uma fantasia ideológica: a operação elementar do ponto nodal (*point de capiton* lacanianiano) “deve ser buscada nessa reviravolta milagrosa, nessa confusão por meio da qual o que era, num dado momento, a própria fonte da desordem, transforma-se mais ou menos na prova e no testemunho de um triunfo” (ŽIŽEK, 1991, p. 47). Aquele caos de 2013, da sociedade contra o Estado, transformou-se numa luta contra um inimigo traiçoeiro, que quer transformar as crianças em esquerdistas defensores do comunismo, inimigo corrupto que quase destruiu a Petrobrás etc. Bolsonaro se tornou o líder que uniu os brasileiros coloridos contra o inimigo ‘vermelho’. Diz Žižek:

São Paulo centrou todo o edifício cristão justamente no ponto que até então se afigurava aos discípulos de Cristo como um trauma horripilante, ‘impossível’, não simbolizável e não integrável em seu campo de significação: sua morte vergonhosa na cruz, entre dois salteadores. Dessa derrota final de sua missão terrestre, que aniquilara a esperança de libertação (dos judeus da dominação romana), São Paulo fez o próprio ato de sua salvação: com sua morte, Cristo havia redimido, salvo o gênero humano (1991, p. 47).

Trata-se, portanto, de uma inversão, ou seja, de uma operação ideológica que unificou o campo das direitas em torno dos pontos nodais antipetismo, anticorrupção e anti-reconhecimento e da necessidade sentida por esse campo de uma força aplicada contra tudo isso, que se concentrou na figura de Bolsonaro, alguém construído como quem não tem medo de enfrentar as coisas por seus nomes mais cruentos e de combater o politicamente correto. Era preciso fazer tudo aquilo parar (petismo, politicamente correto, lutas indentitárias, corrupção), para se construir um Brasil novo.

Hoje não costumamos mais falar em ideologia, pois esse conceito sofreu uma grande inflação ao ponto de tudo se tornar ideologia, perdendo, em consequência, sua potência analítica. Porém, a partir da interpretação que Laclau dá ao conceito, ele nos é útil para entendermos o funcionamento desse discurso que enterra a democracia. Laclau propõe falarmos ainda em ideologia se a entendermos não mais como falsa consciência, que se sustentaria a partir de uma posição extradiscursiva, mas como uma *distorção estrutural que constitui todo discurso*: “O que a distorção ideológica projeta em um objeto particular é a plenitude impossível da comunidade” (LACLAU, 2000, p. 21; ver também LACLAU; MOUFFE, 2015). Ou seja, trata-se de uma ilusão projetada e necessária. Laclau dá um exemplo:

Suponhamos que em certo momento, em um país do Terceiro Mundo, seja proposta a nacionalização das indústrias básicas como panacéia econômica. Essa é uma forma técnica de administrar a economia e se permanecesse como tal nunca passaria a ser uma ideologia. Como pode transformar-se nesta última? Somente se a particularidade da medida econômica começa a encarnar algo além e diverso de si própria – por exemplo, a emancipação da dominação estrangeira, a possibilidade de justiça social para setores excluídos da população etc. – Em suma: a possibilidade de constituir a comunidade como um todo coerente. Este objeto impossível – a plenitude da comunidade – aparece assim como dependendo de um conjunto particular de transformações em nível econômico. Esse é o efeito ideológico *stricto sensu*: a crença em que há uma ordem social particular que contribuirá para o fechamento e a transparência da comunidade. Há ideologia sem-

pre que um conteúdo particular se apresenta como para além de si mesmo (Ibid., p. 21).

A distorção ideológica projeta, portanto, em um objeto particular, a plenitude impossível da comunidade. Aqui o bolsonarismo encarnou o discurso de plenitude de um novo país ao tamponar o vazio da política com os significantes que enfrentavam as mazelas concentradas no petismo inimigo.

Laclau conecta essa questão da distorção estrutural também com a dialética encarnação/deformação. Falar em deformação significa “fazer certo conteúdo equivalente a um conjunto de outros conteúdos” (Ibid., p. 22). No exemplo citado, isso implica tornar a medida econômica equivalente a um conjunto de “transformações históricas que conduzem a um processo de emancipação humana global” (Ibid.). Mas há também o lado da encarnação: a representação da plenitude da comunidade não elimina o particular através do qual a encarnação se dá. A encarnação se refere a uma plenitude ausente que utiliza um objeto como meio de representação, enquanto a deformação se refere a uma relação de equivalência entre objetos particulares. Assim, uma encarnação “só pode operar através de uma deformação equivalencial” (Ibid., p. 23). Há um dilema aí:

O corpo encarnante tem de expressar algo distinto de si mesmo mas como esse ‘algo distinto’ carece de identidade própria, seus únicos meios de constituição são os conteúdos pertencentes ao corpo encarnante. Esses dois requisitos só podem resultar compatíveis se alguma deformação desses conteúdos tem lugar. Isso é exatamente o que ocorre em uma relação equivalencial. O específico da equivalência é a destruição do sentido através de sua mesma proliferação. (Ibid., p. 4).

Ele dá o exemplo do ‘bem-estar do povo’; saúde, habitação, educação etc. constituem uma cadeia equivalencial que constrói a noção de bem-estar do povo. Essa lista pode ser expandida indefinidamente, mas quanto mais ela se expande tanto mais os elos da cadeia apresentarão traços diferenciais, ao ponto de romper a cadeia, ou seja, de fazer decair a potência do discurso. Cada um dos elos da cadeia nomeia algo diverso de si pró-

prio, mas essa nomeação só se dá pelo fato de o elo pertencer a essa cadeia significante. A nomeação prevalece sobre as referências particulares dos elos significantes isolados.

Depois do impeachment de Dilma, cristalizou-se esse imaginário da fantasia ideológica que reuniu grandes contingentes da população em torno do bolsonarismo. Nem todos se identificaram da mesma forma com a figura do líder forte. Alguns se identificam com as figuras e temas mais fortes desses discursos: a força dos militares, contra liberdade de gênero, contra doutrinação nas escolas, contra o aborto, a favor da maioria penal, da violência contra a esquerda etc. Outros se identificaram com o antipetismo, não exclusivamente com a figura do líder forte. Finalmente, outros se identificaram a aspectos mais práticos do discurso de força, como, por exemplo, o de mais polícia contra os bandidos, incidindo no discurso da segurança. Do ponto de vista econômico, trata-se de agradar aos mercados, aderindo a um ultraliberalismo e reaproximando o país da potência norte-americana sob Trump e alterando a política externa das relações sul-sul para o Norte americano.

Esse imaginário se sustenta em pilares que não mais funcionam sob o pacto da Nova República. Isso coloca a democracia em risco em vários sentidos: 1) Ele cria posições de sujeito muito fixas, que impedem o diálogo na diferença. A figura do petismo comunista e ativista é uma delas; a do reacionário de direita é outra; 2) A polarização impede a tradução dos discursos entre grupos, que Boaventura Santos (2006, p. 137) chama de ecologia dos saberes; 3) O circuito dos afetos decai, como vimos, nas paixões violentas, tristes, de ódio e raiva, em que o Outro ameaça minha existência, captura o meu gozo (2015a). O outro se torna meu inimigo e não meu adversário, com quem eu poderia debater as nossas diferenças. Isso rompe o ambiente democrático e as formas de vida coletivas, em que as diferenças poderiam ser debatidas nos diálogos e disputas. Na polarização imaginária, o inimigo deve ser abatido, separado, calado, censurado, não respondido. Não há adversários que possam expressar-se livremente nessa atmosfera imaginária dominada pela agressividade e pelo individualismo excessivo.

A disputa polar assim constituída se apoia num circuito de afetos que têm “a capacidade de paralisar a variabilidade estrutural dos jogos de força próprios ao poder, transformando-nos em sujeitos por sujeição” (SAFATLE,



2015). Para Butler, sujeição consiste “nessa dependência fundamental em relação a um discurso que nunca escolhemos, mas que, paradoxalmente, inicia e sustenta nossa agência” (2015). São justamente esses afetos ligados às paixões tristes que nos assujeitam aos discursos totalizadores, aos quais muitos ficaram subordinados. As mensagens circularam principalmente através do Whatsapp, de forma segmentada e disparada por grupos militantes em elevados volumes, constituindo um fluxo entre pessoas que se comunicam pelo sensível da afinidade de opiniões e não pela força do melhor argumento. Isso levou Roque e Bruno (2018) a defenderem a ideia de que ocorre na atualidade uma crise dos modos estabelecidos de aferição da verdade.

Essas pessoas, cansadas de figuras de mediação tradicionais (professores, intelectuais e jornalistas), e das instituições de autoridade que outrora ancoravam valores mínimos de civilidade, passam a ancorar seus valores em pessoas mais próximas, com que mantêm afinidade, e em instituições tradicionais, mas que sejam mais próximas de seu cotidiano, como a televisão e as religiões em seus formatos midiaticizados. Não interessa aí se as notícias que circulam sejam verdadeiras, mas que reúnem as pessoas em torno de valores compartilhados contra a corrupção do mundo e na construção de sentidos de identidade mais ligados à família tradicional, à honestidade e à sexualidade comportada. Nesse sentido, dizem Roque e Bruno, não adianta mostrar a inverdade das notícias, ou seja, não adianta “contra-atacar com a lupa da objetividade” (Ibid.). Ou seja, não adianta haver agências que atestam a verdade ou localizam a falsidade das mensagens. O que conta é a figura que representa o inimigo. A nossa identidade só pode persistir, nesse esquema mental, com a destruição do inimigo imaginado. Nesse sentido, o importante nas mensagens é a carga performativa, que traduz na forma do meme as mentiras do inimigo.

#### **4. Cidadão como consumidor**

Até aqui examinamos as programações da racionalidade neoliberal, a força da tecnologia digital e o imaginário produzido pelas direitas para se apropriar das consequências do acontecimento 2013. Mas há um outro eixo que devemos explorar para melhor clarificar essa relação entre neoliberalismo em terras tupiniquins e a formação entre nós do cidadão

como consumidor. Para isso, acompanharei um texto de Isleide Fontenelle (2018) sobre o tema. A autora analisa como a cidadania foi reconstruída em repertório e perspectiva neoliberais. Isso leva a uma mudança de comportamento dos indivíduos, que se regulam pela competição, em busca do sucesso pelo mérito, aos moldes da psicologia positiva, que orienta na direção do autoempreendedorismo, como já dissemos anteriormente, fazendo surgir o *cidadão-consumidor* que constrói sua cidadania olhando para o mercado global. Esta conexão que faz Fontenelle entre neoliberalismo e cidadania é importante para nosso argumento, pois cada vez mais os cidadãos são interpelados pelo governo e pelos mercados *como consumidores*. Como vimos acima, houve grande consumo de memes e de fake news durante a campanha presidencial de 2018, mais que debates racionais sobre os projetos dos candidatos.

Será o consumo hoje um substituto da cidadania? Diz Fontenelle:

Os limites da cidadania e da política baseadas em princípios de mercado são também analisados a partir da posição dos riscos para a democracia quando um governo acredita que pode representar os interesses dos cidadãos como consumidores e institucionaliza a advocacia do consumidor. Exemplos concretos são a reforma do serviço público na Grã Bretanha e a emergência de uma estrutura regulatória para a comunicação e mídia e a institucionalização das políticas liberais no Chile. Essas análises tendem a questionar o verdadeiro alcance político do consumidor como cidadão, em contraste com o conceito de uma cidadania ideal construída a partir da lógica da governança democrática, em que os cidadãos são uma força política e moral que se engaja politicamente e delibera em assuntos que os afetam como iguais. Desta perspectiva a cidadania ideal deveria ser preservada do discurso neoliberal que produziu o consumidor como cidadão. (prelo, p. 5-6)

Alguns autores consideram que, na cidade de projetos (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009), das redes ou das conexões, é através do consumo que a cidadania se configura. “A racionalidade neoliberal é suportada precisamente por este jogo de ilusões que circunda o discurso da liberdade, da

escolha e da soberania do consumidor” (Ibid., p. 6). A própria figuração da internet como espaço de liberdade, eficiência e informalidade mergulha nessas ilusões. Fontenelle se pergunta: o que muda “na cidadania neoliberal em relação à definição clássica acerca da cidadania como composta por direitos sociais, civis e políticos”? (Ibid.) É claro que não se pode pensar em cidadania sem Estado, mas, no caso do neoliberalismo, a função principal do Estado está em “promover mercados e competitividade, criando condições favoráveis para o investimento capitalista” (Ibid.).

Que sociedade surge então nessa teoria? Aqui a sociedade “é compreendida como unidades empresariais em concorrência entre si, inclusive os próprios indivíduos, que passam a ser considerados empresas de si mesmos, como *market actors*” (Ibid., p. 7). A responsabilidade relativa a direitos sociais passa então para os indivíduos. A cidadania mingua e nesse formato o cidadão passa a ser considerado “consumidor dos serviços do Estado” (Ibid., p. 7). Como exemplo, Fontenelle cita a proposta de Milton Friedman:

Ao setor público educacional nos Estados Unidos: a implantação de um sistema de concorrência entre os estabelecimentos escolares baseado no ‘cheque-educação’. Nesse modelo o Estado deixaria de financiar diretamente as escolas e daria a cada família um cheque que representaria o custo médio da escolaridade, deixando a família ‘livre’ para utilizar a escola de sua escolha, podendo ainda complementar a quantia com o que quisesse e pudesse, se pretendesse uma escola mais cara. (Ibid., p. 7)

Esse cheque transforma as famílias em consumidoras de escolas e enfatiza a concorrência entre as escolas. A democracia também é tratada do mesmo modo, a partir de uma lógica econômica, passando os direitos sociais a serem vistos como uma lógica “de perdedores em busca de privilégios, que não souberam se submeter às leis da concorrência” (Ibid.). Em consequência, resulta

esvaziada de seu sentido de soberania popular e contida dentro de limites rígidos. Isso também tem impacto do ponto de vista dos direitos políticos, pois, embora o direito ao voto

persista, ele também se torna esvaziado, dado que no liberalismo a soberania popular acaba submetida à lógica privada que funciona em especial a partir do poder do *lobby*, das privatizações e da corrupção. (Ibid.)

Como vimos, tudo isso não é debatido pelos candidatos, ou se debatido, é filtrado pelo marketing político, reduzindo a discussão em níveis mais superficiais. O que nos importa é que a cidadania neoliberal é a cidadania do consumidor e não mais aquela definida como “participação ativa na definição de um bem comum próprio de uma comunidade política” (LAVAL; DARDOT, 2016, p. 239). O leitor de notícias, principalmente nos grupos das direitas, lê as *fake news* e notícias da televisão e do Whatsapp, bem como os memes, como se estivesse consumindo mercadoria e o fluxo rápido dá uma sensação de continuidade, ao mesmo tempo que garante a filiação a uma comunidade imaginada. Aqui é preciso ressaltar uma assimetria com os grupos à esquerda, que ainda pensam politicamente as lutas por reconhecimento.

O cidadão neoliberal atua sempre a partir de uma perspectiva empresarial. Fontenelle sintetiza isso:

O cidadão como consumidor é aquele que se sente cidadão através do consumo, no sentido de que é consumindo que ele exerce seus direitos de cidadania. Mas a ideia de consumo, em uma racionalidade neoliberal, se expande, abarcando esferas como da educação e da saúde, que passam a ser pensadas como mercadorias, assim como o espaço público. Nesse sentido cidadão como consumidor é a forma ideal de cidadania neoliberal e, sendo uma forma ideal, assume graus diferentes em função das especificidades locais. Conforme Schild “as formas culturais neoliberais, apesar de transnacionais em aparência e em ambições, são melhor entendidas como articulações que são negociadas em formações nacionais-culturais específicas”. (Ibid., p. 8)

Fontenelle divide os cidadãos vistos como consumidores em várias categorias: os membros de clubes exclusivos, em que a cidadania se torna

afiliação; aqueles que podem pagar por alternativas privadas às provisões públicas; e aqueles que ainda precisam de acesso aos serviços públicos, mas “vivendo o paradoxo de sentir que seriam mais cidadãos ao consumir do que ao depender do Estado” (Ibid., p. 9).

## 5. O caso Brasil

Fontenelle aborda a situação brasileira para analisar a forma que assumiu, no Brasil após 2013, o cidadão como consumidor. Aqui o sistema encontrou uma “cidadania inacabada, marcada por poucos avanços e imensos retrocessos, entre os quais, uma longa história de ditadura militar e uma extrema desigualdade social” (Ibid., p. 12). Os riscos de aterrizarem nessas terras o neoliberalismo é grande, diz Fontenelle, pois “a experiência do consumo torna mais difícil desatar o nó que faz tão lenta a marcha da cidadania entre os brasileiros, pois não atenua a desigualdade provocada pela renda, pela educação e pela cor” (Ibid.). Para ela o papel do consumo,

particularmente na redução da desigualdade social, dividiu esse debate entre os que acreditam na ascensão da cidadania pelo consumo (Neri, 2011; Lamounier e Souza) e os que apontam para sua falácia (Oliveira, 2003; Souza, 2010). O lado crítico dessa discussão articulou o debate internacional acerca dos dilemas da cidadania e da democracia em contexto neoliberal, às particulares locais, dando origem a uma literatura crítica específica sobre o país que era definido como estando na ‘era da indeterminação’, caracterizada por um enfraquecimento da noção de público (Oliveira and Rizek, 2007). Segundo Oliveira (2017), a racionalidade neoliberal à brasileira configurou-se como uma espécie de desmanche autoritário, aniquilando o pouco que o país tinha de vida pública e política. Oliveira (1999) definiu o impacto do neoliberalismo em relação aos direitos sociais, civis e políticos no Brasil em uma frase: “privatização do público, destituição da fala e anulação da política”. Privatização do público, segundo outra definição do autor (Oliveira, 2017, p. 101), significa que “a economia, a sociabilidade e a política não requerem,

para sua reprodução, a presença do outro; isto é, o público não é mais um componente estrutural para a reprodução do sistema”. (Ibid., p. 12)

Para os mais pobres, o Bolsa Família atenuou um pouco a situação, e as classes médias e altas mergulharam suas vidas em condomínios segregadores, podendo pagar planos de saúde, escolas e segurança privados. Para as camadas superiores, a cidadania passa pelos filtros do mercado e o Estado é quem deve ser corrompido ou ignorado quando possível. Não foram apenas os pobres que foram às ruas em 2013, mas majoritariamente as classes médias e mais altas, inclusive as conservadoras, para protestar contra a governamentalidade. Fontenelle (2018) defende a ideia de que os protestos gradualmente se tornaram aqueles de cidadãos como consumidores, na segunda fase, no pós-acontecimento, em que discursos começaram a se apropriar das consequências do acontecimento-multidão.

Para Fontenelle, isso ocorre na forma e no conteúdo. Na forma porque foram usadas peças publicitárias, marcadas por “manifestações heterogêneas e individualizadas, com cada manifestante levando seu protesto em um cartaz, uma camiseta ou até mesmo pintado no rosto” (Ibid.). Para ela, a convocação para as ruas vindas das redes sociais usava como palavras de ordem, que se repetiam nos cartazes e que eram veiculadas nas mídias, slogans de duas campanhas publicitárias – o ‘vem pra rua’, da Fiat; e ‘o gigante acordou’, do Johnnie Walker. Na segunda fase, a polícia deixou a violência de lado e a mídia cessou o tom agressivo contra as manifestações e passou a ver patriotismo onde antes via o caos. Para Fontenelle

o papel da polícia e da mídia evidencia o que significa a “destituição da fala” (Oliveira, 1999) como perda de direitos civis em uma cidadania neoliberal como cidadania do consumidor, em especial no que diz respeito a quem tem direito à voz e à cidade. Finalmente, essa articulação também pode ser ilustrada a partir de uma análise do papel exercido pelas grandes corporações, na segunda fase dos protestos, sob a forma de *advertising*. Grandes marcas internacionais, como Coca-Cola e Ben & Jerry’s, e nacionais, como o Banco Itaú, articularam imagens dos protestos – em sua segunda fase – a campanhas

publicitárias nas quais o cidadão dos protestos era o consumidor desses produtos e serviços. (Ibid., p. 15)

Em termos de conteúdo, Fontenelle ressalta a insatisfação com o Estado, que evoluiu para um repúdio furioso à coisa pública e às figuras tradicionais de autoridade. Já abordamos esse tema anteriormente. O argumento de Fontenelle é que esses movimentos da segunda fase, com elevada circulação de *posts* a partir das páginas do Facebook e Whatsapp, não constituíram mais um protesto por direitos de cidadania, mas assumiram em grande parte a cidadania do consumidor. A campanha de Bolsonaro contou com milhares de militantes nas redes que transformaram memes em recados compartilhados nas comunidades de afinidade.

É claro que os movimentos autonomistas prosseguiram em sua chave, juntamente com grupos como MTST, casos em que caberia discutir a pertinência da tese do cidadão como consumidor. De qualquer modo, a circulação de ideias, memes, *posts* pelas páginas do Facebook passou por essa lógica publicitária e de marketing na construção de textos de consumo rápido e de fácil identificação com os valores propagados, de que já falamos. Para Fontenelle, esses protestos tomaram uma forma que condensa a cidadania ideal neoliberal

na maneira como os manifestantes calaram as reivindicações presentes na primeira fase dos protestos, na crítica ao excesso de Estado, na demanda por serviços públicos como mercadoria, no papel da mídia, da polícia, das corporações. É interessante destacar que o tipo ideal da cidadania neoliberal não é o que vai para a rua protestar. Isso apareceu como algo muito próprio da configuração da cidadania neoliberal no Brasil e em um momento histórico muito específico que demandaria análises mais profundas para a sua compreensão. (Ibid., p. 17)

Em termos de conteúdo chegou-se a narrativas contra os governos, carregando cada vez mais os discursos de paixões tristes. As diferenças nessa sociedade de indivíduos, que buscam ser empreendedores de si mesmos em busca do sucesso otimizado, se convertem em hostilidade, são diferenças ostentadas como insígnias da minha vitória contra o seu fracasso (FREIRE

FILHO, 2010; PRADO, 2013). O Outro, fora do meu condomínio, onde eu sou gladiador anunciado, deve ser silenciado, dentro do cercadinho dele, ou abatido, se defender valores não tradicionais ou se não trabalhar para o meu sucesso. Aqui se ergue a vingança contra as esquerdas partidárias e identitárias, que “diz para a maioria numérica da sociedade que ela tem que arrastar correntes (de culpa) para sempre, para purgar por privilégios que ela não reconhece, expiando incessantemente uma culpa histórica que jamais poderá cessar” (GOMES, *Ibid.*).

A polarização supõe a divisão social entre eles e nós. Se um bloco propõe um mundo em que devemos construir as liberdades de costumes e regras para estabelecimento de horizontes do comum, do coletivo, contra um capitalismo comunicacional que só defende a iniciativa própria do indivíduo isolado, na busca de seu Eu S/A, nos moldes do autoempreendedorismo e da psicologia positiva, outro bloco prefere justamente seguir esse caminho individualista, ancorado em tradições mais ortodoxas, inclusive religiosas. Há blocos seculares que também se dedicam aos modelos individualistas e empreendedores que euforizam o indivíduo que busca se diferenciar, fugindo da indeterminação, seguindo as modalizações midiatisadas de fazer, de dever ser e de poder ser, a partir da aquisição de certos saberes, com a ajuda (paga) de tecnologias discursivas ligadas aos biopoderes. É forma de nomear as multiplicidades, de organizá-las em conjuntos e de capitalizá-las. Os blocos conservadores odeiam o bloco das lutas de reconhecimento e das identidades coletivas. E vice-versa.

É preciso sair da polarização, através de um processo construído de baixo para cima, da multidão do acontecimento para o social, mas isso também depende da participação dos partidos – algo de cima para baixo –, que não deveriam participar dos processos de corrosão da democracia, como ocorreu no país nos últimos anos, em que muitos partidos incentivaram e escorvaram a lógica amigo/inimigo, deixando crescer o poder da extrema direita, fazendo emergir o campo antidemocrático. Senão, o sensível é partilhado e esgarçado, ao ser puxado para um e outro lado, disputado sem cessar e sem a possibilidade do diálogo (RANCIÈRE, 1996).

No mundo em que desapareceu o fundamento último da política, só podemos operar com fundamentos contingentes, levando-nos a fundações sempre parciais, dentro de um campo crivado de antagonismos. Os valores morais baseados no reconhecimento e na redistribuição, para lembrar



a famosa discussão entre Honneth e Fraser (2006), são combatidos. Lutar pela democracia hoje implica preservar esses valores coletivos, a possibilidade de tradução de horizontes entre grupos, a visibilidade de formas de vida para além do empreendedorismo, mas isso exige uma operação que não atue apenas no imaginário da contenda, tendo de atravessar esse imaginário de modo a ancorar os debates num circuito que vá além das paixões tristes e do ódio, possibilitando uma política de adversários e não uma baseada na relação amigo-inimigo. Além disso, a busca de reconhecimento, como nos dizem Safatle (2015) e Butler (2015), deve se afastar do modelo de posse de um eu empreendedor. Ser reconhecido pelo Outro não é “ter predicados e atributos assegurados, mas encontrar no Outro a opacidade da infinitude que me constitui, ao mesmo tempo que me escapa, e a respeito da qual só posso voltar a ter qualquer experiência à condição de me aceitar ser desposuído”. (Ibid.)

As *fake news* são a linguagem ideal para essas guerras imaginárias em que o diálogo entre os campos em contenda é impossível. O que se produz sem cessar é a insatisfação midiaticizada, pois a insatisfação do consumidor produz uma máquina semiótica que cresce muito rapidamente com a produção de memes e *fake news* projetados nessas mídias que circulam por computadores e celulares, usando-se Whatsapp, Facebook e Twitter.

Nesse contexto, como reativar a democracia? O movimento está na capacidade de agência. Da mesma forma que um sujeito subordinado a um discurso que o constituiu precisa ativar sua capacidade de agência, se quiser se dessubordinar, a única forma de atravessar os imaginários cristalizados das fantasias ideológicas é coletivamente pela palavra, rompendo as cristalizações, as palavras de ódio, os performativos de injúria, sem cair na polarização imaginária, criando vida coletiva onde ela tenderia a inexistir ou a existir somente na forma de rebanhos que seguem o líder.

Para Butler, a agência democrática começa quando a soberania declina. É na performatividade política que os corpos em reunião (BUTLER, 2018) podem enfrentar as cristalizações do imaginário que presidem às polarizações. A fala não apenas reflete uma relação de dominação social, mas sanciona essa dominação, dá força de lei a ela. Por isso é preciso romper pela palavra os imaginários cristalizados, mas essa palavra é falada *em situação* por corpos em assembléia, em reunião, e não por sujeitos isolados. Mas como se constituem essas assembléias de corpos? Se

a fala de ódio constitui o seu convocado no próprio momento do proferimento – por isso Butler a diz performativa –, o corpo em assembleia também tem um efeito performativo, de criação do espaço social. Como diz Butler, “o povo não é produzido apenas por suas reivindicações vocalizadas, mas também pelas condições de possibilidade da sua aparição, portanto, dentro do campo visual, e por suas ações, portanto, como parte da performatividade corpórea” (BUTLER, 2018, p. 25). Segundo a autora:

(...) uma situação é compartilhada, contestando a moralidade individualizante que faz da autossuficiência econômica uma norma moral precisamente sob condições nas quais a autossuficiência está se tornando cada vez mais irrealizável. O comparecimento, a permanência, a respiração, o movimento, a quietude, o discurso e o silêncio são todos aspectos de uma assembleia repentina, uma forma imprevista de performatividade política. (Ibid., p. 24)

## 6. Referências

- ABRAMOVAY, R. A culpa não é só da Internet. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 18 nov. 2018. Caderno Ilustríssima.
- ALONSO, A. A política das ruas. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 25 set. 2016. Caderno Ilustríssima.
- BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, E. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- BUTLER, J. *Relatar a si mesmo: crítica da violência ética*. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.
- \_\_\_\_\_. *Corpos em aliança e a política das ruas*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.
- DARDOT, P.; LAVAL, C. *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo: Boitempo, 2016.
- DUFOUR, D. R. *A cidade perversa*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.
- FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma “analítica” da midiatização. *Matrizes*, São Paulo, n. 2, p. 89-105, abr. 2008.

- FOGLIANO, A. *As revoltas de junho, a polarização e o golpe*. São Paulo: 2018. No prelo.
- FONTENELLE, I. A dialectical reflection on the emergence of the ‘citizen as consumer’ as neoliberal citizenship: the 2013 Brazilian protests illustration. São Paulo: 2018. No prelo.
- \_\_\_\_\_. *Cultura do consumo: fundamentos e formas contemporâneas*. São Paulo: FGV Editora, 2017.
- FREIRE FILHO, J. (org.). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2010.
- GOMES, W. A esquerda identitária e a satanização da maioria. *Cult*, São Paulo, 9 nov. 2018. Disponível em: <<https://revistacult.uol.com.br/home/?s=a+esquerda+identitária+e+a+satanização+da+maioria>>. Acesso em: 15 nov. 2018.
- HONNETH, A.; FRASER, N. *Redistribución o reconocimiento?* Madri: Morata, 2006.
- LACLAU, E. *Misticismo, retórica e política*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2000.
- LACLAU, E.; MOUFFE, C. *Hegemonia e estratégia socialista*. São Paulo: Intermeios, 2015.
- MOROZOV, E. Populismo tecnológico. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 18 nov. 2018. Caderno Ilustríssima.
- NOBRE, M. *Choque de democracia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2016 (edição Kindle).
- PRADO, J. L. A. Perversão clean na cultura do consumo. In: Congresso Psychoanalysis on Ice, jul. 2018, Reikjavik.
- PRADO, J. L. A. Da antipolítica ao acontecimento: o anarquismo dos corpos acontecimentais. *Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, v. 14, n. 39, jan./abr. 2017. DOI: <http://dx.doi.org/10.18568/cmc.v14i39.1318>
- PRADO, J. L. A. Comunicação e reinvenção acontecimental da política. In: JESUS, E. et al. (orgs.). *Reinvenção comunicacional da política*. Salvador: Compós, UFBA, 2016.
- PRADO, J. L. A. Afetos em confronto: quem vai para a rua. In: Seminário Afetos, Emoções e Sentimentos. Rio de Janeiro: UFRJ, 2016a. (a ser publicado em coletânea em 2019)
- PRADO, J. L. A. Comunicação como epistemologia do sul: do reconheci-

- mento à emergência do acontecimento. *Matrizes*, São Paulo, v. 9, n. 2, jul./dez. 2015, p. 109-125.
- PRADO, J. L. A. *Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais*. São Paulo: Educ, 2013.
- PRADO, J. L. A.; CAZELOTO, E. As tecnologias digitais num futuro despotencializado. In: PRADO, J. L. A.; PRATES, V. (orgs.). *Sintoma e fantasia no capitalismo comunicacional*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.
- PRADO, J. L. A.; PRATES V. O significante “povo brasileiro” na crise política do impeachment de Dilma Rousseff. In: PRIOR, H. et al. (orgs.). *(Des)construindo uma queda: a mídia e o impeachment de Dilma Rousseff*. Florianópolis: Editora Insular, 2019 (prelo), pp. 43-61.
- PRADO, J. L. A.; PRATES V. *Sintoma e fantasia no capitalismo comunicacional*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.
- PRADO, J. L. A.; PRATES V. O afastamento de Dilma Rousseff: afetos e discursos em disputa na política. In: *26º Encontro Anual da Compós*. São Paulo: Universidade Casper Libero, 2017. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/arquivos\\_2017/trabalhos\\_arquivo\\_ETQ-5WR37BG70IG56O7L1\\_26\\_5409\\_14\\_02\\_2017\\_11\\_48\\_42.pdf](http://www.compos.org.br/data/arquivos_2017/trabalhos_arquivo_ETQ-5WR37BG70IG56O7L1_26_5409_14_02_2017_11_48_42.pdf)> . Acesso em: 19 nov. 2018.
- RANCIÈRE, J. *O desentendimento*. São Paulo: Editora 34, 1996.
- ROQUE, T.; BRUNO, F. A natureza da desinformação. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 18 nov. 2018. Caderno Ilustríssima.
- SAFATLE, V. Posfácio. In: BUTLER, J. *Relatar a si mesmo*: crítica da violência ética. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.
- \_\_\_\_\_. *O circuito dos afetos*: corpos políticos, desamparo e o fim do indivíduo. São Paulo: Cosac Naify, 2015a.
- SANTOS, B. S. *A difícil democracia*. São Paulo: Boitempo, 2016.
- \_\_\_\_\_. *A gramática do tempo*. São Paulo: Cortez, 2006.
- ZILBERBERG, C.; FONTANILLE, J. *Tensão e significação*. São Paulo: Humanitas, 2001.
- ŽIŽEK, S. *O mais sublime dos histéricos*: Hegel com Lacan. Rio de Janeiro: Zahar, 1991.

# Imaginário político e identidades no Brasil de 2013 a 2018 entre o sentido e o verbo

Gustavo Said

## 1. Introdução

O OBJETIVO DESSE TEXTO é discutir o imaginário político no Brasil e a reconfiguração das identidades individuais e coletivas. Ressalve-se, de antemão, que o recorte temporal de 2013 a 2018 serve apenas para efeitos analíticos, pois o imaginário deve ser pensado em uma perspectiva histórica que não se resume a uma matriz de tempo contínuo. Por conseguinte, a premissa orientadora da reflexão proposta – a de que ao imaginário subjaz a produção e a circulação de imagens por meios técnicos, mas também a atividade de imaginação psíquica – revela a indissociabilidade entre o imaginário, as tramas da memória e as imposições da pulsão escópica, quer dizer, os imperativos do ver e ser visto. O que se pretende é tanto fugir da discussão sobre o imaginário que não contempla uma teoria da imagem, sob quaisquer perspectivas, quanto tratar a imagem de forma reificada, numa abordagem que celebre a autonomia de seu estatuto, à margem do imaginário, ou seja, de processos mnemônicos, sociais e culturais que lhe sustentam e lhe conferem sentidos.

Dito isso, é preciso situar o tema em reflexões de cunho teórico, antes de aceitar o desafio que a proposta encerra nas sete seções desse ensaio, cada uma aludindo a imagens ou a fragmentos de textos. Para tanto, busca-se aproximar a psicanálise, a filosofia da história de Walter Benjamin e as teorias do imaginário e da imagem. Assume-se, conquanto, o risco que, a título de revisionismo, o diálogo entre distintos autores e diferentes áreas pode suscitar, sobretudo em termos de releitura conceitual.

### **a) Imaginação, memória**

Decerto, no período aludido, uma breve visada ao conjunto das imagens que circulam nos meios de comunicação e nas mídias sociais permite perceber como alguns conteúdos e temas reapareceram no imaginário político, acionando os mecanismos e as diversas temporalidades da memória individual e coletiva e produzindo releituras dos acontecimentos e contextos em que se inserem, à guisa de uma montagem ou edição, tal qual postulava Benjamin (2006) ao se referir ao cinema. Neste sentido, a imagem assume um valor heurístico, muito além da compreensão positivista que a reduz aos seus temas, conceitos ou conteúdos. Como explica George Didi-Huberman, “diante de uma imagem – por mais recente e contemporânea que seja –, ao mesmo tempo o passado nunca cessa de se reconfigurar, visto que esta imagem só se torna pensável numa construção da memória” (2015a, p. 16).

Muito mais do que um repositório e/ou um repertório de imagens, o imaginário deve ser entendido como processo criativo, lacunar, não determinista, sempre alocado no instante da experiência, mas calcado em memórias pessoais, por sua vez produtoras de associações imagéticas que ultrapassam a ideia de linearidade temporal. Se uma legibilidade histórico-social é possível, isso acontece porque as imagens não se reduzem ao seu conteúdo e desafiam um tipo de experiência baseada na objetivação do olhar, da contemplação e do pensamento, possibilitando uma imprevisível articulação entre temporalidades e produzindo uma dialética do instante perceptivo: olhar, criar e recordar uma imagem é como retroceder alguns passos e ao mesmo tempo caminhar para frente. Por sua vez, se tal atitude comporta uma orientação metodológica, essa deve se pautar na ideia de que não é apenas a memória que evoca imagens, mas também o contrário: ao evocar memórias pessoais, produzindo associações com outras imagens, cada imagem se torna um índice histórico que só pode ser lido se se compreende o tempo em que foi gestada (DIDI-HUBERMAN, 2010) e, acrescentando-se, as relações entre os sujeitos que a produziram. Essa é, portanto, sua feição histórica e intersubjetiva.

### **b) Intersubjetividade**

A quem pertence uma imagem? É possível definir sua autoria? O que ela cria? Não obstante a inesgotabilidade dessa discussão, resume-se: a imagem cria – e é criada por – imaginários, aqui entendidos, grosso modo,

como processo de produção e circulação de imagens de forma intersubjetiva, com auxílio de alguma técnica.

De acordo com Tânia Swain (2019), o imaginário é uma atividade criadora circular que tanto cria a realidade como é por ela criado, sem que se possa hierarquizar o instituidor e o instituído. Nesta ótica, ainda segundo Swain (Ibid.), o imaginário cria realidades vivenciadas e, ao mesmo tempo, efetua leituras do social que passam a ser a matéria prima da produção imagética, pouco importando se as imagens têm aspecto iconográfico ou são criações mentais ou, ainda, se têm aspecto icônico ou são formadas em textos verbais e, correlatamente, em discursos, se traduzem certas materialidades ou foram produzidas de maneira fantasiosa. Martin Jay (1988) afirma que o imaginário não é imagem de alguma coisa, porém criação incessante e indeterminada (social-histórica e psíquica) de figuras/formas/imagens.

Numa época de intensa proliferação de imagens por meios técnicos, em que o imaginário se integra ao polimorfismo do visível, a discussão sobre a correspondência entre imagem e real ainda remonta à ideia de representação, derivada do platonismo, a partir da qual a imagem, do ponto de vista ontológico, assumiu o estatuto imaterial de uma cópia imperfeita, decorrendo daí uma *episteme* que sugere seu entendimento como tributário do objeto que ela representa. Se essa é uma proposta ontológica redutora, que traduz apenas um lado da questão, a réplica dada à mesma posiciona-se de forma contrária ao dotar as imagens de um estatuto autônomo e independente, relativo a si mesmo, resposta levada ao limite por Emanuele Coccia (2017), cujo ponto de vista é de que a imagem constitui um universo à parte, um fenômeno surgido de um lugar intermediário, situado entre operações subjetivas e dados objetivos. Primado da imagem sobre a imaginação e os sentidos, nesse quadro ontológico relativizam-se o contexto cultural e o psiquismo, priorizando o sensível (fenômeno) à sensação. Sem aprofundar a discussão, assume-se que o imaginário forma um fluxo incessante e até inesperado de novas associações, montagens, remontagens (entre imagens) e de memórias e releituras (pelos sujeitos). As imagens são uma presença. E instituem uma relação. Eis, portanto, seu domínio intersubjetivo e sócio-cultural, sua coautoria e seu espaço de inteligibilidade ontológica.

### **c) Cadeias significantes**

Apesar de preponderarem em certas épocas, as imagens não têm datação precisa, uma vez que estão enredadas numa dialética de temporalidades, e tampouco se limitam a contextos físicos. Elas se inserem em formas históricas de longa duração, mas eclodem intempestivamente, mantendo relações de reciprocidade, constituindo e ofertando certos sentidos com base em cadeias e associações significantes sempre atualizáveis pelos mecanismos da memória. Nessa passagem transformadora, de aspecto simbólico-matricial, ultrapassam, contudo, o formalismo, o sincronismo e a imobilidade das estruturas e subvertem a relação linear entre passado, presente e futuro. Assim posto, o imaginário não se reduz a uma estrutura totalizante, formal e inalterável de associação ou relação sígnica. Nesse caso, parece prudente manter do Estruturalismo a ideia de que o sentido se forma numa relação, sem que essa seja baseada em binarismos e oposições imutáveis e pré-determinadas, evitando-se assim que produza efeitos de totalização compreensiva rumo ao perigo do conhecimento absoluto.

Tampouco o imaginário constitui uma sucessão cumulativa de imagens e padrões visuais, encetada numa cronologia. O imaginário é um processo formado também por rupturas, descontinuidades e permanências, por encobrimentos e revelações, por contradições, hiatos, lacunas, e diz respeito a uma potência ou atividade imaginativo-mnemônica que opera com as formações visuais disponíveis em distintos momentos da história pessoal e coletiva. O imaginário traduz a relação complementar entre lembrar e esquecer, mostrar e esconder, e se conforma a um regime escópico que produz objetos desejados pelo olhar ou que produz um tipo de desejo de olhar para algo. Parece interessante recuperar a ideia de que um regime escópico traduz um particular comportamento da percepção visual (JAY, 1988) e, cumpre acrescentar, uma singular operação desejante, um campo aberto para pensar a pulsão escópica, sua escolha objetal, sua participação no laço social e a formação do imaginário.

### **d) Outra cena**

Toda imagem marca uma presença que implica uma ausência. Ao mostrar algo, a imagem encobre a visão de outros elementos subsumidos no olhar. Ao presentificar uma cena é outra cena que ela, a imagem, visa a



obliterar, mas que, no fundo, só consegue realçar: uma ausência encoberta, uma lembrança que pretende encobrir outra. Em psicanálise, a ideia de lembrança encobridora, uma hipótese de uma imagem estratégica na memória, conforme Didi-Huberman (2010) explica o conceito de Freud, está ligada à pretensão de que o essencial de uma realidade (a cena primária) seja esquecido. Resta que a tentativa de não revelar a cena primária produz fantasias visuais não muito claras, mas passíveis de interpretação: um sintoma emerge da cena *representada* imagetivamente. E a chave para compreender os sintomas, como pontuou Freud, está no processo de rememoração da cena, e esse, de todo modo, é um processo ligado à imaginação e às suas correlatas cadeias de significantes. Uma indicação metodológica se pode depreender da ideia de sintoma: o trabalho analítico consiste no “despertar de reminiscências”, que é nada mais do que um processo, como se disse, imaginativo-simbólico.

#### **e) Chave de leitura**

Pode, então, o imaginário revelar um sintoma social? Ainda que a irrupção (presentificação) do sintoma se evidencie na clínica psicanalítica no nível individual, já há, desde Freud e mais ainda com Lacan, um conjunto de referências sobre a relação entre o sujeito e o laço social, o que admitiria conferir ao sintoma a articulação entre os dois polos. Pensado como dimensão do social, o imaginário pode reagrupar no presente distintas constelações de sentido, sejam aquelas que vigoraram no passado recente quanto as de um período mais remoto, que, por suas pistas e seus vestígios, se tornam reveladoras de uma economia do desejo. O imaginário, na sua feição sintomática, constitui uma chave de leitura dos sujeitos, dos laços constituídos por eles e, logo, do contexto sócio-histórico.

Benjamin (2006) falava de imagens dialéticas como criptas do social, numa alusão ao poder das imagens de embaralhar as temporalidades e suscitar uma legibilidade histórica, uma espécie de restituição da história ou, em outras palavras, o exercício de uma restituição do que não foi ainda revelado (DIDI-HUBERMAN, 2015b): uma história-outra tornada visível pela leitura do que, dialeticamente, a imagem revela e não revela. Nestes rastros de um tempo anterior, pelos resquícios de caráter imagético, ver além do imaginário, portanto, é ir além das próprias imagens que o conformam, é ver além do mostrado, é esperar algo dos restos não simboliza-

dos. Eis, portanto, um exercício de historiografia. Pela via do imaginário, tomado também como sintoma.

Leitor atento de Freud, que dizia que não há passagem de tempo para as formações do inconsciente, Benjamin postula a formação de um inconsciente ótico e assim se aproxima da temporalidade *a posteriori* ou invertida empregada pela psicanálise para a interpretação do sintoma, no qual um sentido só se forma pela criação permanente de articulações temporais. Pensadas dessa forma, as imagens seriam indícios de uma perda, de algo além do que se mostra. Injunção epistemológica, que se desdobra em questões relativas ao método, infere-se que o imaginário, compreendido à parte do tempo lógico, produz sentidos em cadeias de significação que relacionam restos e resíduos do passado, imagens que resistem à datação estanque de uma evolução cronológica. Justamente ali, onde um tempo perdido se presentifica pela contemplação da imagem, que faz o olhar voltar-se ao passado, é que se torna possível vislumbrar a possibilidade de um presente-outro e de um porvir indeterminado. Toda imagem, antes de mais, é um significante que traz à baila um conjunto de relações. Como suplemento de uma falta, o significante só pode produzir e dinamizar essa ausência ou perda, uma vez que a imagem não corresponde só ao objeto que representa nem à cena que evoca. A despossessão comum do objeto funda o laço social pela via de um substitutivo, que é a imagem compartilhada (MONDZAIN, 2017). Portanto, o que está além da imagem é justamente o imaginário: o exercício ou investimento pulsional com a pretensão de uma restauração ou presentificação de algo que, a rigor, é impossível de ser restaurado, mas que pode ser compreendido.

## **f) Desejo, política**

Por outro lado, uma vez que não se pode seccionar o imaginário, separando algumas imagens de outras e restringindo algumas delas aos contextos em que são produzidas e circulam, o recorte apresentado nesse texto serve para uma demanda específica de análise. Neste sentido, apesar do título do texto, o imaginário não é só político em termos de conteúdo, mas é sempre político no que se refere à sua dinâmica.

Dito isso, não é forçoso admitir que o desejo da imagem, que é desejo de objeto, como se disse, tem a ver com a regulação dos corpos e das ideias. Para Mondzain, a domesticação dos desejos na sua relação com a produção de imagens traduz uma dimensão política: “Sendo reconhecidas

como produções libidinais, as imagens não têm sido de fato imediatamente o objeto de uma meditação sobre o tratamento político do desejo nem sobre o destino das pulsões no coração da cidade” (2017, p. 48). Por trás das imagens, não apenas uma experiência do tempo, da história, mas a expressão de um desejo, quicá, um sintoma social, pois, diz a autora (Ibid.), a imagem faz devir o sujeito que a produz, ela é duas coisas em uma: uma operadora em uma relação e o objeto produzido por essa relação.

As imagens operam um laço, lá onde falta algo. Se há uma relação intersubjetiva, essa é da ordem da pulsão escópica, do ver e dar-se a ver, portanto, da imagem, do Eu, da alteridade, enfim, do imaginário. Ora, sendo o imaginário o lugar da completude ilusória, o sujeito do imaginário só pode ser o sujeito da ilusão narcísica, absoluto, completo, pleno, bastante a si mesmo, sujeito-devir da identificação simbólica. Pois é nesse ponto, na passagem para o simbólico, que se completa a operação política denunciada pela autora: o imaginário nomeado, enquadrado, esvazia-se de todo sentido possível e assume uma cara, um corpo, uma ideia, enfim, um nome.

## **2. “A orbital de possibilidades dos acontecimentos está aberta”**

Para evitar um encadeamento lógico de argumentos, à maneira de uma sucessão de imagens criticada na Introdução, comece-se com ‘um depois’. A pichação expressa no título dessa sessão foi feita após os protestos de junho de 2013, num muro de terreno baldio da zona Leste de Teresina (PI). É preciso analisar essa pichação (e outras citadas na sequência) extrapolando os sentidos evocados pelo texto verbal, uma vez que ela reúne elementos variados (o grafismo, a cor da tinta, o muro, o terreno, o entorno etc.) que, ao modo de uma Gestalt, aludem para suas variações semânticas. Frise-se, entretanto, por força dos limites de redação e publicação desse ensaio, seu pormenor verbal.

De aspecto alegórico (para citar Benjamin mais uma vez), dado que, nesse caso, o sentido sempre passa ao largo de um suposto núcleo de significação densa, rígida e absoluta, a incerteza transita na *órbita* de imprevisíveis acontecimentos: a frase da pichação evoca imagens que traduzem uma desconcertante gama de possibilidades – políticas, identitárias e, sobretudo, imagéticas – e, por outro lado, revela a inércia intelectual, jornalística e política que assolou o Brasil durante boa parte daqueles protestos.

Inércia inescapável, pois se estava diante de um lampejo do imaginário, um instante fraturado do presente, um recuo nos padrões de identificação vigentes, um vácuo interpretativo. Uma ansiosa explicação representava um risco de turvação dos sentidos abertos ao porvir dos acontecimentos, já que a orbital concentrava todas as possibilidades de imaginação. Neste(s) sentido(s), os acontecimentos a que se refere a pichação produzem imagens incertas de futuro, desencadeadas por um antes que ainda não foi interpretado ou nomeado e ao qual será inevitável retroceder – em imagens, via memória! – se se pretende um exercício de historiografia. A pichação alude ao futuro com o olhar voltado aos resíduos do passado. Até então, não se falava em Jornadas de Junho. Faltava um nome ao acontecimento. Algo estava por vir.

O acontecimento é esse vir (ou ver?) a ser, puro devir, expressão do desejo informe e latente. Ele evoca a memória, reagrupa tramas narrativas do passado e do presente, reata os nós das temporalidades, produz histórias. O acontecimento é excessivo, é incontrolável, pois saturado de *agoras*. Na pichação mencionada há uma dupla presença que, contudo, não denota antagonismos: tradição e progresso, continuidade e mudança realçam o jogo dialético entre temporalidades. Até aquele momento, os protestos de junho de 2013 tinham a força de um acontecimento, obrigando a uma constante reelaboração semiótica.

Promovendo o retorno da atividade política para os espaços públicos, como avenidas, praças e ruas, ainda que a gestação dos protestos tenha ocorrido nas mídias sociais, Junho de 2013 pode ser entendido, segundo Albuquerque et al. (2014), como um acontecimento que enreda: a) subjetividades afoitas pela produção de algo de caráter público e coletivo, a composição multitudinária de lutas minoritárias; b) uma exposição de desejos não manifestos até aquele momento e uma vontade incontida de intervir e fazer política por meio da contestação e da produção de outros espaços e das consequentes relações estabelecidas entre tais subjetividades e os antigos territórios, agora ressemantizados; e c) uma espécie de atualizador da história pela subversão da língua reconhecida e pela perda do sentido primordial dos símbolos utilizados. Para Machado, Lima e Regattieri (2015), recuperando Hannah Arendt, Junho de 2013 pode ser considerado um acontecimento que satura nas ruas um campo operatório a partir da pluralidade das diferenças, um entrelaçamento de desejos em disputa com

toda forma de naturalização, normalização e unificação. Acrescente-se, evocando mais uma vez Benjamin: uma alegoria de Brasil.

No plano epistemológico, as manifestações de 2013 impunham um pensamento em devir para acompanhar o processo em curso. Suspender os protocolos do passado e abrir-se para a obscuridade de um futuro sem garantia, que obriga a inventar novos conceitos (TEIXEIRA, 2014). Não obstante, metodologicamente, ainda que o imaginário exceda as formas e também a materialidade das imagens icônicas, constituindo-se dinamicamente entre a suposta objetividade das mesmas e o processo imaginativo de ordem psíquica, é preciso se debruçar sobre a visualidade sêmica de certos acontecimentos, sobretudo sobre as imagens produzidas e circulantes, para tecer alguns exercícios de compreensão. É chegado o momento, então, em que as imagens começam a falar.

### 3. Adormecido em berço esplêndido

Muito se especulou sobre Junho de 2013: o encontro de identidades plurais; a substituição da política representativa indireta pela ação colaborativa nas redes; o momento em que a favela desceu o morro e a classe média deixou o Facebook; a coadunação de espaços variados (ruas e redes) nos quais diversos tempos se fizeram presentes. De fato, os protestos provocaram um hiato político-semântico e uma pressa pelo preenchimento dessa lacuna. Se as imagens alegóricas transmitiam a ideia de puro devir e ampliavam o espectro de sentidos, os símbolos que a partir dali seriam evocados tanto podiam abrir-se em novas espirais semânticas quanto fechar-se em significados fixos e rígidos, uma tentativa de encaixe em modelos compreensivos articulados à prática política vigente – e criticada.

“Pouco cartaz para muito problema. O Brasil acordou”, escreveu um manifestante. Texto dúbio, a expressar na primeira parte que não há palavra que abarque o conjunto diversificado das demandas e subsuma o inexprimível desejo de mudança, mas ao mesmo tempo a denotar na sua simbologia (*o país que dormia e agora está desperto*) um gesto rotulado de inclinação política. Pouco depois, nas manifestações de 2014, essa mesma operação semântica se repetiu nas inúmeras imagens de um gigante que acabara de sair de sua letargia: *O Gigante Acordou*. Como pano de fundo da imagem do gigante desperto e de suas correlações simbólicas, so-

bressaem efeitos de sentido similares amparados na linearidade do tempo lógico: a) *passar o país a limpo*, implicando na aceitação de um passado sujo; b) *o Brasil é daqui para frente*, sugerindo que o passado do país é condenável; c) *o futuro é a partir de agora*, indicando a ideia de marco histórico, de que a história se reescreve hoje. O que é muito interessante e sintomático, entretanto, é que essa operação simbólica de cunho político-partidário também esteve presente no bordão da esquerda brasileira em sua feição lulista: “nunca antes na história desse país”.

A crença de que o passado é condenável e de que o futuro redimirá o país recupera o discurso salvacionista, de cunho religioso, que desembocou, durante a eleição de 2018, numa forma de coesão grupal com requintes de fanatismo, proclamando o enterro dos partidos e o fim da história política. Tanto o “nunca antes nesse país” quanto “o gigante acordou” reafirmam o tempo linear e lógico que se quer impetrar ao imaginário, com suas narrativas salvacionistas baseadas numa decisão e numa escolha divinas sobre os rumos do país. Não sem efeito, nos eventos da campanha presidencial de 2018 é que se vê mais claramente o estatuto político de tais operações simbólicas, sobretudo a tentativa de substituir no imaginário o regenerado mito do pai dos pobres pelo consagrado – em outras épocas – mito do salvador da pátria. O Brasil, como imagem de um barco a deriva que necessita encontrar o porto-seguro de uma promessa nunca antes cumprida, entrega-se nas mãos de um Capitão. Não há imagem mais apelativa nesse sentido do que aquela que circulou em redes sociais e que trazia Jesus Cristo resgatando o candidato Jair Bolsonaro de um afogamento: “Segure em minha mão, Capitão, ainda temos que salvar um país inteiro”. Não por acaso, o lema do candidato durante a campanha foi “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”, cujo contrapeso podia ser visto, no mesmo período, noutra pichação num muro de terreno particular em Teresina: “Brasil acima de nada. Deus nem existe”.

#### **4. Deus e o Diabo na terra do sol**

Antes, porém, da campanha presidencial de 2018, o espectro simbólico conferido aos protestos já havia se insinuado nas propagandas do governo de Dilma Rousseff. Nessa contraofensiva institucional, as imagens de cunho religioso pressupunham o Brasil como uma terra afortunada. A

onipresença da imagem do Cristo Redentor, por exemplo, atestava a crença de que Deus é, de fato e de direito, brasileiro, sendo esse, por derivação, um povo abençoado – e ordeiro e cordial, acrescente-se.

Se, por um lado, o ufanismo das campanhas governamentais justificava a realização da Copa do Mundo de 2014, por outro, os partidos de oposição direcionavam unilateralmente os protestos contra a então presidente e seu partido, o que demonstrava uma arregimentação de forças políticas e uma divisão de eleitores em dois grupos distintos, sectários, rivais e irreconciliáveis, sustentados na contradição de opiniões, processo agravado nas preleções do impeachment durante os anos de 2015 e 2016. Naquele momento, as imagens indicavam mais claramente seu devir simbólico. O caráter pulsional do imaginário, a partir dali, tinha para onde se dirigir. Na urgência de sentido, uma domesticação do desejo e uma trama política de cunho identificatório, portanto, se insinuavam: o uso de imagens religiosas, no bojo de uma disputa político-partidária, podia ser interpretada como a anunciação da verdade revelada por Deus, a boa-nova anunciada por um único líder (ou futuro candidato) para o único povo eleito (ou eleitor?).

Assim é que, no escopo da ação política que os protestos de 2013 comportavam, vai se delineando uma estratégia de produção, controle e significação de imagens, de construção de um campo de visibilidade e de parâmetros de identificação, reafirmando o imaginário como um subdito da função simbólica. Eis um elemento de costura entre as diversas manifestações em análise: a relação entre visibilidade, estética e política, a indissociabilidade entre política e identidade, pois a gênese da política se situa no conflito sobre a configuração do mundo sensível (RANCIÈRE, 2008). Em todas as manifestações do período em análise é visível a disputa por e no imaginário. Disputa pelo poder, ou seja, por produção, agenciamento, significação e valorização de imagens, conforme apregoa a consagrada assertiva de Dominique Colas de que toda imagem do poder se funda no poder da imagem.

Buscando sentido em frases e imagens tão ambíguas, imprensa, partidos políticos e governos não reconheceram de imediato o aspecto político em pauta nos protestos de 2013. À deriva de um eixo explicativo unívoco, sequer atentaram para a pluralidade identitária, para o polimorfismo e a polissemia das ruas. Ilustrativa dessa afirmação, a declaração do presi-

dente em exercício da Câmara Federal, André Vargas, do PT, em canais de televisão, de que era preciso esperar para ver o que queriam os manifestantes, é análoga à expressão corriqueira usada quando uma imagem tira o prumo: “estou sem palavras”. É o reconhecimento da falência da instância simbólica, do fosso entre o imaginário que conforma o Eu e sua compreensão do real. Mas, ao mesmo tempo, a admissão da urgência do próprio símbolo.

Não é de admirar que a estética e a estilização corporal dos manifestantes que tomaram as ruas em 2013 também passassem ao largo das percepções apressadas, ainda que a ação política se situe na conjunção entre elaboração pulsional, produção imagética e dinâmica identitária. É que o imaginário faz o laço social pela pulsão escópica. O imaginário é o lugar da identificação (o Eu é corporal, já dizia Freud; para Lacan, o Eu é imaginário). Donde se conclui que não há relação fora da imagem e que a produção de imagem é uma ação política, de relação com o outro, de assunção da diferença e de construção de um lugar (simbólico) de pertença. Quando, no entanto, uma nova economia de identificação se instala, rompendo as amarras simbólicas de uma solidariedade mais geral fundada em princípios de racionalidade democrática, ocorre uma divisão identitária radical, na qual o outro, o diferente, passa a ser o inimigo. Nasce desse sentimento a defesa de práticas punitivas, exclusivistas e marginalizadas, muitas vezes supostamente legitimadas pela alusão a princípios legais e constitucionais reguladores da ordem sócio-simbólica.

Bronislaw Baczko (1991) observa que, durante conflitos, a imaginação poderá sofrer um ímpeto particular, ocorrendo uma produção acelerada de significações para os acontecimentos. É como se o símbolo se tornasse pequeno e insuficiente para nomear os acontecimentos, mas, por conta desse hiato interpretativo, não menos necessário. Marcia Espig (2004), comentando o pensamento de Baczko, avalia que o sucesso da dominação simbólica dependerá do controle dos circuitos de produção e difusão dos imaginários sociais pelos poderes constituídos, ainda que de forma restrita, pois só funcionará quando repousar sobre uma identidade de imaginação, quando fizer sentido para a comunidade à qual se dirige.

Essa coesão de sentido produz efeitos de identificação grupal, ao operar a simbolização dos acontecimentos apagando a linha tênue entre o que se mostra claramente e as profundezas obscuras do mostrado. No



fundo, corpos desnudados, rostos pintados, cartazes irônicos, performances, comportamentos histéricos, essas imagens iluminavam outras cenas não necessariamente situadas em junho de 2013. Em atos cenográficos, a inversão da ordem, pela via da carnavalização dos protestos, o uso do riso e do humor, para promoção da crítica social, e o apelo erótico no trato ao corpo provocavam os manifestantes a não dançarem conforme a música tocada. Essa subversão histórica que transcendia o espaço privado para dar-se a ver publicamente nas ruas só podia ser entendida como forma de chamar a atenção, como estratégia para se posicionar e se visibilizar no mundo social e, sobretudo, como sintoma, uma chave de leitura de desejos reprimidos e recalcados e de cenas e acontecimentos traumáticos. Em outras palavras: os corpos-imagens performáticos lidavam com o desejo de maneira figurativizada para denunciar as repressões e o recalque às pulsões.

Não tardou, porém, para que uma ordem simbólica fosse convocada, encerrando o transe, “dando nome aos bois”, “colocando cada um no seu quadrado” e “inscrevendo cada um na sua bolha”. A identidade (pelo menos aquela da ordem da política partidária) era agora uma questão de escolha, de polarização de afetos e emoções, no limite de dois modelos apresentados: “nós contra eles”, arregimentava anos antes o presidente Lula, insurgindo-se contra elites, neoliberais e direitistas; “metralhar a esquerdalhada” ou “esses marginais vermelhos serão banidos da nossa pátria” generalizavam a violenta retórica de Bolsonaro contra o lulismo, o petismo, o comunismo, as minorias. Em curso, uma identidade vetorizada pela atividade nominativa segregadora. O sol do Brasil não é para todos: Deus ou o Diabo.

## 5. Ou coxinhas ou mortadelas

Incontestemente, a ideia de que o imaginário é gregário recupera a discussão sobre o poder relacional das imagens. Por conseguinte, assume-se que a imagem conecta temporalidades e aproxima espaços pela experiência imaginativo-mnemônica dos sujeitos. A partilha do tempo e do espaço é uma ação estético-política, pois se realiza pela imagem. Tal convicção está clara no pensamento de Benjamin (2006) quando se refere à aura como uma trama singular de espaço e tempo ou como aparição de uma coisa

longínqua, por mais próxima que possa estar. Corroborando a ideia de Benjamin, Didi-Huberman afirma que:

o objeto aurático supõe assim uma forma de varredura ou de ir e vir incessante, uma forma de heurística na qual as distâncias – as distâncias contraditórias – se experimentariam uma às outras, dialeticamente. (2010, p. 148)

A imagem dialética traz o longe para perto e empurra o perto para longe, suprime as distâncias e subverte o tempo lógico, com isso criando um movimento que integra todas as temporalidades, um tempo único, singular, fulgurante, da espera, da mostraçã, da contemplaçã, da expectativa, do desejo – do inconsciente.

Contudo, se a dialética da imagem cede ao fechamento e à indiscutível autenticidade do símbolo, o imaginário dá vazão a processos de identificação que podem revelar uma tendência conservadora, na medida em que seu poder de agregaçã se torna o apanágio para legitimar relações de poder, domínio, exclusã, afirmar estereótipos, aprofundar divisões e referendar tradições que servem aos interesses de grupos. Para manter a potência criativa do imaginário, preservar seu poder alegórico e, sobretudo, valorizar o aspecto aurático das imagens, é necessário denunciar as estratégias ideológicas de legitimaçã dos significados compartilhados e, a partir daí, proceder a um exercício de desnaturalizaçã do simbólico. A aura, embora pensada por Benjamin no bojo de estudos teológicos, estaria na contramã dos símbolos religiosos e de suas práticas idólatras que se fundam na crença consensual gerada pela contemplaçã de uma imagem. Cumpre, então, recolocar as imagens num patamar ontológico, por muito tempo negado pela filosofia ocidental, compatível com seu vigor para produzir variações da realidade.

Gottfried Boehm (2017) explica que as imagens foram excluídas do *logos* por causa de sua equivocidade, pois ao contrário de fazer uso das regras do modelo do sentido autêntico, baseado na predicaçã, as imagens dão acesso a “um pensamento com os olhos”. Eis o processo de naturalizaçã mencionado: na relaçã do imaginário com o simbólico, uma sede de verdade procura ofuscar os múltiplos vetores de sentido lançados pelas imagens. O que dizer da identidade, por exemplo, pensada no âmbito da

suposta veracidade do sentido e do princípio da não-contradição? Também ela, nesse escopo lógico, mantida sob o sigilo das ambiguidades e antíteses do imaginário, pode assumir um estatuto unívoco no simbólico, tornando-se livre de qualquer embaraço interpretativo: ou se está de um lado ou do outro; ou se é coxinha ou se é mortadela.

A imagem de coxinhas versus mortadelas expressa uma (micro) coesão e uma (macro) divisão. No nível interno, essa divisão cria um grupo por coesão de sentimentos, afetos e paixões e, para fora do grupo, o opõe e o faz rivalizar com outro grupo criado no mesmo processo. Nessa imagem, quase nenhuma contradição, a não ser a da bipolaridade de encaixe dos sujeitos. Predicação plena, pretensão insistente pelo sentido absoluto, compulsão pela verdade: coxinha ou mortadela, nada além, nada aquém, nada entre. Ação política com requintes de marketing eleitoral, está-se diante de uma imagem estanque, condensada em significados supostamente indubitáveis, que posiciona os sujeitos em categorias díspares, ouzando apagar a complexidade das dinâmicas híbridas de produção de identidades individuais e coletivas. *Coxinhas versus mortadelas*, como se não houvesse nuances e gradações entre tantos que se enquadram nessa dissenção tão reificadora e maniqueísta, representa a vetorização da identidade política e seu acoplamento perfeito a uma classificação dualizada. Daí para a violência, como diz Sérgio Abranches (2019), basta uma série de afirmações inconsequentes de líderes que encarnam essas diferenças identitárias.

## 6. Quem paga o pato dançante?

Muitas vezes, por força das instâncias técnicas de produção e divulgação de imagens e de reforço do conteúdo das mesmas, a ambiguidade identificatória do imaginário (imagens do Eu e do Outro) é arrancada de sua complementaridade fundante, reduzindo-se ao antagonismo de relações de classe, de gênero, de posicionamento político etc. Francisco Bosco (2018) explica que há imagens que acenam com a sua suposta completude, que excluem a falta, que apelam à identificação em termos rivalitários, impedindo o sujeito de fugir da identificação forçada e de compreender a estrutura das relações subjetivas. Quando isso acontece, o imaginário quase sempre reitera realidades já instituídas.

Cornelius Castoriadis (1995) analisa o imaginário a partir da relação entre o que é instituído e instituinte. Sobre isso, Camila Sampaio afirma: “(...) quando a potência instituinte do imaginário não é ativada e alimentada, o instituído toma seu lugar, reproduzindo, como realidade reiterada e repetitiva, uma significação imaginária um dia criada e criadora” (2000). Ainda assim, para Castoriadis (op. cit.), a imaginação pode ser a recusa e a renovação do instituído: imaginário como potência criadora, imaginação radical, resistência e criação frente à ordem dada.

Não obstante a instituição e reiteração de representações, o imaginário resiste e se refaz. Na sua constante relação com o simbólico, por vezes os sentidos preteridos, as imagens obliteradas, os desejos recalçados retornam como sintomas, capazes de produzir releituras históricas que destoam dos enquadramentos instituídos. Nesse processo, ultrapassando o sincronismo estrutural, as imagens ficam em suspenso, à espera, e adquirem sentidos numa cadeia significativa renovável que subverte o tempo lógico e elide fronteiras espaciais. Quiçá seja essa a dialética entre o imaginário e o simbólico, pois o imaginário é aquilo que não se revela somente na imagem, é também o que se revela num para além dele mesmo, no processo de transmutação para o simbólico, na passagem da ilusão de unidade para a fantasia constituída na relação dual (com o outro) e plural (com o social, a cultura e a política). O imaginário perfaz e performa uma relação; ele é o que sobra, o que escapa, o que está para além da imagem, portanto, aquilo que não está apenas na imagem, porque a partir dela é que se provocam a imaginação, a fantasia, a memória, o desejo. Nisso reside o aspecto alegórico, a feição dialética e a dimensão histórica do imaginário: fazer aparecer outra imagem de passado que a cultura obliterou, trazer à tona as variações dos possíveis.

Contudo, a potência imaginativa e instituinte de Junho de 2013 é ofuscada no momento em que, apossando-se de imagens que carregam o peso de uma completude forçada, o simbólico ilumina apenas um único sentido ofertado, expressamente a partir do instante em que coxinhas, mortadelas, patos e dançarinos-autômatos com coreografias ensaiadas e previsíveis tomam as ruas do país, repetem uma retórica antiga nos meios de comunicação de massa e assumem o protagonismo das mídias sociais. Instituído na repetição insistente de alguns significantes e na edificação de identidades fixas e excludentes, esse processo conduz à adesão individual acrítica, irascível, baseada numa polarização afetiva que revela um espírito de time

no qual: a) o abjeto já não traz repulsa, indignação ou assombramento (exemplos: os gestos do candidato Bolsonaro com – ou emulando – arma de fogo; as estampas com a degola do ex-presidente Lula; as insistentes cenas e imagens do atentado a faca ao candidato Bolsonaro em um evento de campanha); b) são enfatizados antagonismos e preconceitos, numa seca e totalizadora injunção significativa.

O comportamento obsessivo que se apresenta na eleição de 2018 está calcado na instituição simbólica do imaginário, no recalque às pulsões, na inibição das fantasias e dos atos corporais de conotação erótica (agora coreografados e mutilados na imagem de um pato assexuado e inexpressivo que exige a indicação urgente de um culpado) manifestados em junho de 2013. Passa-se gradualmente de uma visível demanda por atenção e aceitação, em 2013, para o engessamento do desejo pela normatização e pela normalização impostas, até as eleições de 2018. Na medida em que os esforços para controlar a produção imaginária coadunam-se ao primado da regulação simbólica, excluindo da pulsão ligada à imagem a relação com a alteridade, essa neurose começa a desembocar em práticas próximas à violência e ao fanatismo. Nela, fica clara a relação densa do neurótico-obsessivo com o significante, como pressupõe a psicanálise laciana, pois nessa obsessão o sujeito se posiciona contra toda ambiguidade constitutiva, aspirando à unidade identitária. Orbitando os signos dos acontecimentos com incerteza os sujeitos tentam inferir apressadamente o real com precisão e clareza, sem variações. Em outras palavras, buscam significantes com que sonham capturar o real – neurose de traço obsessivo que se mostra na defesa compulsiva de uma ideia e na recusa de qualquer outro argumento ou referente do real. Nesse caso, tanto faz se se divulga notícia verdadeira ou *fake news*: a paixão compulsiva pela verdade equivale à crença apaixonada na mentira.

## **7. Em terra de cego, quem vê não olha**

Em 29 de setembro de 2018, na semana anterior ao primeiro turno das eleições presidenciais, o olhar passeia por imagens conhecidas. Em certos momentos, desvela-se uma estrutura do imaginário: um manifestante usa uma camiseta estampada com o rosto de Che Guevara; outro segue *caminhando e cantando* uma música que o tempo se encarregou de eternizar. A

poucos metros dali, uma pichação traz de volta Maio de 1968: *as paredes têm olhos, ouvidos e boca também*. Do outro lado, manifestantes pró-Bolsonaro aludem à “ameaça comunista” e ao “perigo vermelho”, voltando ao contexto da Guerra Fria dos anos 1960 (ABRANCHES, 2019). Parece que o imaginário é uma infinda repetição, uma cadeia a produzir sentidos unissonantes e eternos. O olhar continua seu percurso, sob os gritos de *Ele Não*. Retornam imagens de outro tempo.

São imagens históricas, dialéticas, exatamente porque desafiam o exclusivismo de pertencer a uma dada época. Acionadas no instante, reviram o passado, iluminam o presente, resignificam o mundo. Elas contêm muitos significados, se pensadas como um sintoma que reverbera o presente no passado e vice-versa. Algumas delas poderiam ser vistas como denúncia da simbolização das paixões e do adorno dos desejos: não seria o caso de pensar que os simpatizantes do então candidato Jair Bolsonaro, ao fazerem a saudação nazista em protestos de rua, dão a ver o sintoma de uma pertinaz obsessão e expõem mais sobre eles, os sujeitos, do que sobre o conteúdo do gesto executado?

Neste sentido, é necessário perceber em cada uma das imagens aludidas um excedente – de olhar, de identificação, de gozo. Talvez um sintoma, revelado e atualizado no presente, mas calcado em acontecimentos passados. Pensadas nesse sistema pulsional, as imagens declinam a relação dos sujeitos com as cadeias de significação, revelando o modo como querem significar o real, uma vez que esperam uma síntese simbolizante. Nesse inevitável diálogo entre o imaginário e o simbólico, algo se perde. A suplência das imagens equivale ao seu próprio excedente: o que está além delas é exatamente o que lhes falta quando inseridas num sistema de interpretação. Eis sua dinâmica: as imagens buscam no simbólico o sentido suposto para a supressão de uma falta. Nisso, assumem uma conotação política. Como diz Mondzain (2017), as instituições políticas sempre tiveram o cuidado de interditar e controlar a produção de imagens, uma vez que perceberam que a capacidade do sujeito de produzir imagens faz parte da economia constituinte do desejo. Para a autora, é a falta de um objeto e sua demanda orientada à produção imaginativa que explica a feição intersubjetiva das imagens: “o desejo que anima a circulação de signos só se sustenta com a separação entre sujeitos que trocam esses signos na ausência das coisas em si” (Ibid., p. 47). Ou seja: a imaginação é pura energia política, pois a

partilha de imagens, segundo ela, é a via pela qual se constitui, pelo desejo, o objeto político de uma demanda insaciável, um desejo do objeto. Questiona: qual o destino político do pulsional, da simbolização das paixões?

Ao referir-se às imagens dialéticas das quais falava Benjamin, Didi-Huberman (2010) afirma que, de fato, há uma estrutura em obra nas mesmas, desde que não se entendam essas imagens como formações estanques, estáveis e regulares. Ao contrário, são formas em formação, transformações. As imagens dialéticas, como processo, fazem apreender a estrutura e ao mesmo tempo criam um estado de choque, um lapso, algo inexprimível, que “forçará a ordem do discurso ao silêncio da aura” (Ibid., p. 173). Silêncio, aqui entendido, como qualquer oferta de sentido ou como nenhuma simbolização definitiva. Com as imagens dialéticas, pode-se pensar uma teoria da história que seja ao mesmo tempo um tratado de estética e política na sua ligação com a memória subjetiva: “não há imagem dialética sem um trabalho crítico da memória, confrontado a tudo que resta como ao indício de tudo o que foi perdido” (Ibid., p. 174).

Sim, algo vem se perdendo desde Junho de 2013 – e se perderá ainda, sempre. Se um núcleo duro e coeso de sentidos, dali para frente, procurou encerrar a orbital de possibilidades dos acontecimentos, reconhecer esse desvio, contudo, é um ganho de inteligibilidade histórica, pois indica os rumos e as variações das pulsões e do desejo, mesmo quando administrados pelas instituições. O imaginário acontece, é pura presença, é também memória. Haverá uma abertura no imaginário, um resto não simbolizado, uma espiral de possibilidades? Outro modo de olhar e ler a mesma imagem?

## 8. “O presente é um presente”

Mas eis que as imagens são dinâmicas e aprofundam a rebeldia e a resistência dos possíveis. A presentificação da imagem – e da aura – não é uma questão só de espaço, mas de tempo, é uma necessidade do aqui e do agora. Presentificar é fazer viver no agora.

O *presente é um presente* é uma pichação emblemática. Desde 2013, ela continua sendo inscrita em vários locais da cidade de Teresina, sempre com uma grafia única, na cor preta, a reproduzir uma identidade signica e autoral (anônima, claro) e a brincar com os sentidos pelo aspecto plurissemântico da palavra PRESENTE. Estando em muitos lugares, a imagem da

pichação acompanha o sujeito aonde ele for, pois é uma imagem que já está inscrita na memória. Se o sujeito lembra, ele também vive no instante, sem precisar se deslocar pelos espaços físicos, ele também está disperso, mas ao mesmo tempo atento, aberto, livre, para, com isso, promover outro tipo de deslocamento: aquele que se dá nos sentidos produzidos nas cadeias de significação. Pichação onipresente, viva na memória, imagem aurática, a desafiar a cronologia e os muros de fronteira, ela aponta para lugar nenhum, para um tempo sem variáveis, um presente onde todos os espaços e todas as temporalidades se integram, afinal, o que é alegórico é o próprio tempo.

É no não mostrado e no não dito que residem a criação, a dispersão e a diversidade. É preciso desejar o que não aconteceu. É preciso imaginar para sobreviver. É preciso lembrar para criar o eterno novo. Que grande presente!

O imaginário, no presente, pode apontar a direção dos possíveis, as variações da realidade. Uma nova espiral de possibilidades está acionada. À cata dos inomináveis da história, à espera de algo que aconteça, transcendendo a ideia de fluxo linear, o imaginário se torna alegórico, uma instância entre o sentido e o verbo. Ele diz algo quando também silencia. Talvez o imaginário possibilite pensar numa história do que NÃO aconteceu? Uma história-outra que não se anuncia presentificada? Um porvir da história ou uma história por vir?

## 9. Referências

- ABRANCHES, Sérgio. Polarização radicalizada e ruptura eleitoral. In: ABRANCHES, Sérgio et. al. *Democracia em risco?: 22 ensaios sobre o Brasil hoje*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.
- ALBUQUERQUE, H.; GUTIÉRREZ, B.; MORAES, A.; PARRA, H.; SCHAVELZON, S.; TIBLE, J. (orgs.). *Junho: potência das ruas e das redes*. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2014. Disponível em: <<http://library.fes.de/pdf-files/bueros/brasilien/11177-20150226.pdf>>. Acesso em: 22 jun. 2018
- BACZKO, Bronislaw. *Los imaginários sociales: memorias y esperanzas colectivas*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, 1991.
- BENJAMIN, Walter. *Selected writings*. 4 vols. Boston: Harvard University Press, 2006.
- BOEHM, Gottfried. Aquilo que se mostra. Sobre a diferença icônica. In:



- ALLOA, Emmanuel (org.). *Pensar a imagem*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.
- CASTORIADIS, Cornelius. *A instituição imaginária da sociedade*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.
- COCCIA, Emanuele. Física do sensível: pensar a imagem na Idade Média. In: ALLOA, Emmanuel (org.). *Pensar a imagem*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. *Diante do tempo: história da arte e anacronismo das imagens*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2015a.
- \_\_\_\_\_. *Invenção da histeria: Charcot e a iconografia fotográfica da Salpêtrière*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2015b.
- \_\_\_\_\_. *O que vemos, o que nos olha*. São Paulo: Editora 34, 2010.
- ESPIG, Márcia. O conceito de imaginário: reflexões acerca de sua utilização pela História. *Textura – Revista de Educação e Letras*. Canoas, RS, v. 5, n. 9, nov. 2003-jun. 2004, p. 49-56.
- JAY, Martin. Scopic regimes of modernity. In: FOSTER, Hal (ed.). *Vision and visuality*. Seattle: Bay Press, 1988. p. 3-27.
- MACHADO, Leila Domingues; REGATTIERI, Lorena Lucas; LIMA, Haroldo Ferreira. Corpos luminosos, passageiros na noite. *Esferas*. ano 4, n. 7, jul.-dez. 2015.
- MONDZAIN, Marie-José. A imagem entre providência e destinação. In: ALLOA, Emmanuel (org.). *Pensar a imagem*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.
- RANCIÈRE, Jacques. *Le spectateur émancipé*. Paris: La Fabrique, 2008.
- SAMPAIO, Camila Pedral. O cinema e a potência do imaginário. In: BARTUCCI, Giovanna (org.). *Psicanálise, cinema e estéticas de subjetivação*. Rio de Janeiro: Imago, 2000. p. 45-70.
- SILVA, R. H. A. da (org). *Ruas e redes: dinâmica dos protestos BR*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.
- SWAIN, Tânia Navarro. *O imaginário e a história... em quadrinhos*. Disponível em: <<http://www.tanianavarrowswain.com.br/brasil/imaginario%20quadrinhos.htm>>. Acesso em: 20 ago. 2016.
- TEIXEIRA, A. Junho de 2013 à luz dos acontecimentos. *Blog Subversos*. Disponível em: <<https://blogdasubversos.wordpress.com/2014/03/19/junho-de2013-a-luz-dos-acontecimentos/>>. Acesso em: 16 out. 2016.

# Relaciones entre mediatizaciones, democracia y sociedades divergentes

## apuntes sobre textos encontrados en el Archivo de Eliseo Verón

Gastón Cingolani, Suzanne de Cheveigné,  
Natalia Raimondo Anselmino y Mariano Fernández

### 1. Presentación de *Les Sociétés Divergentes*

ESTE TEXTO PRESENTA LAS primeras labores de análisis de una pequeña parte de los materiales inéditos compendiados en los archivos personales de Eliseo Verón. Estos archivos fueron gentilmente cedidos para su organización y estudio por parte de su hijo Daniel a la Universidad Nacional de las Artes (UNA), Buenos Aires. De ello surgieron dos proyectos sucesivos, el primero destinado a su catalogación y ordenamiento (2015-2017), y el segundo al comienzo de su estudio, digitalización y publicación (2018-2019)<sup>1</sup>. Se trata de un conjunto muy grande y heterogéneo de materiales (manuscritos, impresos, cintas de video, diskettes de computadora, discos compactos – Figura 1), organizados por él mismo en 96 cajas numeradas y previamente catalogadas.

Dentro de la caja 36 se encuentran varias carpetas, algunas de las cuales contienen documentos que pueden identificarse como más o menos ligados a un proyecto de libro. Una de ellas lleva el título *Les Sociétés Divergentes* (LSD, 62 páginas) y es un proyecto de libro bien elaborado,

---

1. Proyecto de investigación “Segunda aproximación al archivo de Eliseo Verón: clasificación y análisis de los documentos para desarrollo de archivo digital enriquecido”. Directores: Gastón Cingolani y Mariano Néstor Fernández. Integrantes: Suzanne de Cheveigné, Natalia Raimondo Anselmino, Oscar Traversa, Sergio Moyinedo, M. Cecilia Reviglio, Manuel Libenson, Francisco Schaer y Carina Peticone (Cód: 34/0562, Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica, Área de Crítica de Artes, Universidad Nacional de las Artes; Buenos Aires, Argentina).

fechado aproximadamente en 1995. Otra carpeta tiene el título *Livre médias* (LM, 93 páginas) y está compuesta de documentos más diversos, entre ellos notas manuscritas, recortes de periódicos (de 1991 y de 1995), etc. Algunos de los mismos están ligados al contenido de LSD – notas, unos capítulos de LSD. Una tercera carpeta, mucho más delgada, se denomina *La Mediatización* (M, 22 páginas). Todos estos proyectos fueron armados por Eliseo Verón más o menos al momento de retornar de Francia a Argentina, entre 1995 y 1996, con excepción de *La Mediatización*, que suponemos se armó posteriormente porque – a diferencia de los otros materiales, que están en francés – su título, notas y recortes de periódicos están en español.



Figura 1 – Cajas del Archivo de Eliseo Verón en la UNA / Fuente: propia

En esta ocasión, nos centraremos en el proyecto de libro *Les Sociétés Divergentes*, en tanto es uno de los escritos en los que Verón aborda la relación entre mediatización, democracia y divergencia de las sociedades; utilizaremos, además, el contenido de las otras carpetas, sabiendo que necesitan, a futuro, un estudio mucho más detallado y pormenorizado.

El libro LSD se apoya en varias investigaciones hechas en Francia – en el marco de campañas institucionales mediáticas sobre SIDA y en torno al consumo de alcohol, etc. – y retoma, también, sus estudios sobre discursos de personas con psicopatologías realizados en Buenos Aires junto a Carlos

Sluzki<sup>2</sup>. Es decir, siendo un libro que busca conceptualizar rasgos generales sobre la sociedad, no deja de refrendar sus hipótesis en investigaciones empíricas. Está armado en cinco partes, más o menos desarrolladas: la primera es una introducción que trata sobre medios y mediatización; la segunda se denomina “Entre l’individuel et le social” [Entre lo individual y lo social<sup>3</sup>]; la tercera, “Des stratégies en production” [Estrategias en producción]; y la cuarta, “Construire des collectifs” [Construir colectivos]. Una última sección, “Esquisse d’une théorie générale” [Esbozo de una teoría general], consiste en una sola hoja manuscrita. A continuación, avanzamos en la descripción de ese material, en su mayor parte inédito.

## 2. Los orígenes del “Esquema para el análisis de la mediatización”

La primera parte del texto está precedida por una hoja con título “Introducción”<sup>4</sup>; está en español y ha sido ya publicada, con ciertas variaciones, como artículo – con título *Esquema para el análisis de la mediatización* (VERÓN, 1997) – que se divide en dos secciones en las cuales Verón propone progresivamente la noción de mediatización: “La comunicación mediática” y “Semiosis de la mediatización”.

En la primera sección, Verón afirma que el término *mediatización* no puede ser precisado antes de definir qué es un *medio de comunicación social*. Esta definición – por cierto ya bastante conocida – será “a la vez *específica*<sup>5</sup> y decididamente sociológica”:

---

2. Parte de los resultados de este estudio fueron publicados por los autores en VERÓN; SLUZKI, 1970; y en VERÓN, 1995 y 2004.

3. Todas las citas textuales de los papeles de Verón están entre comillas (“”) en su idioma y versión original, y luego entre corchetes [ ] agregamos traducciones al español, cuando corresponde. Las traducciones también pueden ser insertadas en el pie de página.

4. Se observa que la segunda parte de LSD también lleva el mismo título y, además, hay una versión digital de otra introducción, basada en una reflexión sobre la publicidad, con fecha de “última modificación” del documento correspondiente a 2001.

5. Esa precisión es en respuesta a Régis Debray (2000) y su “médiologie” (el énfasis es del texto original). Allí Verón señala: “Esta caracterización implica como puede verse que un medio es cualquier cosa que significa y que en consecuencia la ‘mediología’ es una ciencia que se ocupa de todo lo que produce sentido, o sea de todo. Como la problemática del signo pasó de moda, y la cuestión de los medios está de moda la ‘mediología’ de Régis Debray busca ocupar el lugar vacante de la vieja semiología en su rol totaliza-

un medio de comunicación social es un dispositivo tecnológico de producción-reproducción de mensajes asociados a determinadas condiciones de producción o a determinadas modalidades (o prácticas) de recepción de dichos mensajes.

Asimismo, agrega: “El criterio sociológico que trato de preservar para la caracterización de un medio de comunicación comporta una cierta dimensión colectiva”, en tanto la noción debe “satisfacer al criterio del *acceso plural a los mensajes*” (LSD, p. 9). Al tiempo que sobre las “determinadas condiciones” mencionadas, añade que en las sociedades industriales estas son “estrictamente económicas”; los tipos de acceso serán una cuestión que ampliará, luego, en *La Semiosis Social*, 2 (VERÓN, 2013)<sup>6</sup>. De hecho, Verón sostiene que el estatuto sociológico de la noción de *medio* permite hacer una historia social de las tecnologías de comunicación, proyecto que, por cierto, desarrollará también en *La Semiosis Social*, 2. Es este un punto de vista claramente interdisciplinar: no es posible comprender un fenómeno social sin conocer su historia tecnológica, económica, antropológica, etc. Es así que él define, progresivamente, a la mediatización, narrando diversos aspectos del cambio social que deriva del desarrollo de los medios, o mejor dicho, de la “influencia de los medios de comunicación (en nuestro sentido sociológico) sobre los mecanismos de funcionamiento social” (LSD, p. 10).

Por su parte, la segunda sección de esta introducción comprende cuatro páginas y tiene por título “Semiosis de la mediatización”, que no será explicado en el texto. Se presenta allí un esquema que permite ordenar el campo problemático de la mediatización y discutir la ligazón individuo/colectivo.

Un aspecto significativo de este apartado de LSD es que allí Verón presenta una definición de la noción de *colectivos*, entendidos como “construcciones que se producen en el seno de la comunicación” (LSD, p. 12) y “generan marcos identitarios que agrupan a los actores individuales” (Ibid., p. 12). De este modo, los actores sociales pueden ser individuos o colectivos, aclarando que toma a los actores individuales “en el sentido

---

dor de imperialismo disciplinario” (LSD, p. 6).

6. Respecto de la diferenciación entre las nociones de “medio” y “dispositivo” a lo largo de la obra de Verón, se puede revisar el trabajo de CINGOLANI (2014).

etnometodológico de *miembros* de una sociedad”, en referencia explícita a Harold Garfinkel. Según explica, “se trata de actores individuales insertos en complejas relaciones sociales”; al fin y al cabo, “uno siempre es miembro de algún colectivo”. Asimismo, afirma que la “noción de ‘colectivo’ remite al concepto de ‘interpretante’ en la semiótica de Peirce” (Ibid., p. 12), sin explicar ni desarrollar sobre ello nada más.

Por otro lado, distingue en este apartado “cuatro ‘zonas’ de producción de colectivos” – la zona de relación entre medios e instituciones no mediáticas, entre medios e individuos, entre individuos y las instituciones y, finalmente, la zona de los “procesos por los cuales los medios afectan la relación de los actores individuales con las instituciones” – cuyas relaciones permiten pensar la construcción de colectivos. Según Verón, la reflexión sobre la construcción de los colectivos es un aspecto central en el estudio del proceso histórico de mediatización.

### 3. Introduction a la relación entre lo individual y lo social

Luego del texto arriba descrito, se encuentra un apartado, intitulado “Entre l’individuel et le social” (Figura 2), en donde Verón analiza el pasaje de las interacciones entre individuos (en tanto *actores individuales*) a *lo social*, fuera de la intervención de los medios – aspecto que trabaja poco aquí y al que se dedicará en la última parte de LSD. Este apartado, como los siguientes, está escrito en francés y es precedido por una especie de carátula en la cual Verón tachó la indicación impresa “primera parte”<sup>7</sup> y escribió de puño y letra la palabra “introducción”. No se sabe cuándo, pero es posible que en un primer momento el libro comenzara en este punto, lo cual sería consistente con la publicación independiente de la sección inicial editada, como ya dijimos, como artículo en VERÓN (1997).

Verón enfatiza, aquí, la importancia de articular la comunicación interpersonal y la mediática:

La question de la *comparabilité* entre les phénomènes “médiatiques” (comme la presse écrite ou la télévision grand

---

7. Clasificación que, por cierto, se observa manuscrita sobre la carátula de la “segunda parte” que, consecuentemente, también es enumerada nuevamente por el autor.

public, par exemple) et des phénomènes “non médiatiques” (comme une conversation) me paraît cruciale<sup>8</sup>: on ne saisira pas ce que sont les médias si on ne comprend pas à la fois les différences radicales et les modes d’articulation entre ces deux niveaux, en principe si éloignés, de la communication. (LSD, p. 17)<sup>9</sup>

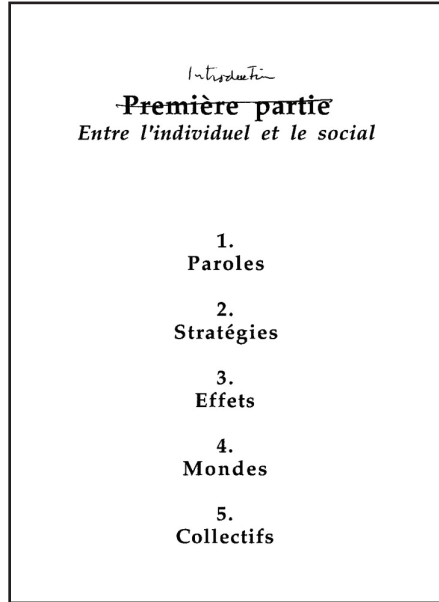


Figura 2 – Página 15 de LSD

De hecho, el proyecto del libro está, en sí mismo, construido justamente sobre esta articulación. Esta parte de LSD trata, específicamente, de la comunicación interpersonal en cinco secciones que pasan del nivel individual a lo colectivo: Palabras, Estrategias, Efectos, Mundos, Colectivos. La primera aborda las interacciones entre individuos, basándose en el estudio

8. También esto será retomado en *La Semiosis Social*, 2 (VERÓN, 2013).

9. La cuestión de la comparabilidad entre los fenómenos “mediáticos” (como la prensa escrita o la televisión masiva, por ejemplo) y los fenómenos “no mediáticos” (como una conversación) me parece crucial: no entenderemos lo que son los medios si no comprendemos a la vez las diferencias radicales y los modos de articulación entre estos dos niveles, en principio tan alejados, de la comunicación.

emprendido junto a Carlos Sluzki en la década de 1960. Este trabajo fue una experiencia fundadora para el pensamiento de Eliseo Verón. Le permitió, entre otras cosas, descubrir dos nociones fundamentales para su teoría social, siendo la primera el *décalage* (desfase) entre producción y recepción: “Nous avons constaté qu’une même stratégie n’avait pas les mêmes effets sur les différents membres de l’équipe qui menaient les entretiens”<sup>10</sup> (LSD, p. 21); o, también: “On voit bien le déséquilibre entre l’amont et l’aval: entre la production et la réception, il y a une sorte de coupure”<sup>11</sup> (LSD, p. 23).

Al mismo tiempo, le permitió elaborar la noción de *observateur* (observador) para dar cuenta de las *estrategias*. Verón y Sluzki habían armado un dispositivo experimental que les permitió comparar varias situaciones, con producciones diferentes (de neuróticos histéricos, obsesivos y fóbicos), de un lado, e interacciones y recepciones diferentes (las del propio Verón y Sluzki y las de varios médicos que interactuaron con los pacientes), de otro. Eran condiciones bastante bien controladas: misma situación de comunicación, en ocasión de entrevista, mismas preguntas, etc. Se trata, por lo tanto, de una situación excepcional que permitió a Verón y Sluzki observar, por comparación, los intercambios. En este contexto, Verón subraya la dimensión patológica de la comunicación de los neuróticos, encerrados en un modelo familiar rígido, y utiliza esto para entender la comunicación llamada “normal”.

El capítulo siguiente, “Stratégies” [Estrategias], explora las condiciones de producción de la palabra, insistiendo que la estrategia no implica racionalidad, y que racionalidad y no-racionalidad se ven solo desde la posición de observador – que en otros textos ha llamado, también, *tercera posición*. Otra vez, toma el caso de los neuróticos, explicando que adoptan estrategias rígidas que derivan de visiones del mundo impuestas por sus familias patológicas. Esto le permite arribar a conclusiones generales sobre la comunicación interpersonal, de un nivel lógico superior: no toma como modelo a la comunicación patológica sino, más bien, insiste en que la estrategia no implica racionalidad.

---

10. Comprobamos que una misma estrategia no tenía los mismos efectos sobre diferentes miembros del equipo que realizaban las entrevistas.

11. Vemos claramente el desequilibrio entre aguas arriba y aguas abajo: entre la producción y la recepción hay una suerte de escisión.



En el capítulo “Effets” [Efectos], Verón explora las recepciones diferentes de una misma producción, analizando siempre la situación de entrevista de los neuróticos. Nota que la producción y la recepción, dentro de las familias patogénicas, son anormalmente coherentes: “l’enfant, de par sa dépendance affective vis-à-vis de ses parents, n’a pas le choix” (LSD, p. 29) [el infante, por su dependencia afectiva en relación con sus padres, no tiene elección]. Por su parte, el acápite siguiente, “Mondes” [Mundos], comienza articulando lo individual y lo social, por medio de la noción de “mundo”<sup>12</sup> que implica un cierto orden y una cierta previsibilidad: “l’ordre qui nous permet de parler d’un monde” (LSD, p. 30) [el orden que nos permite hablar de un mundo]. Luego de ello, se aboca a las profecías autocumplidas (*self-fulfilling prophecies* [SFP]), distinguiendo entre las *micrológicas* – en el nivel de las interacciones interpersonales como las analizadas por Paul Watzlawick – y las *macrológicas* – situadas a nivel de una sociedad –, tomando, en el caso de estas últimas, un ejemplo propuesto por Robert Merton sobre una crisis bancaria.

Aquí, también, Verón introduce, siguiendo Bateson, la noción de *creencia*: “Pour se faire un monde, il faut y croire” (LSD, p. 34) [Para hacerse un mundo, hace falta creer en él], dice. Según Verón, la creencia tiene dos fuentes: la experiencia pasada, que da lugar a predicciones micrológicas, y la legitimidad atribuida a ciertos discursos que funcionan como fuentes de predicciones macrológicas. Debemos notar que aquí entran los medios de comunicación, aunque bajo forma de ejemplo, como elementos posibles de la articulación individuo-colectivo<sup>13</sup>.

Verón concluye este capítulo con una generalización fuerte, proponiendo un modelo del vínculo social en general. Afirma, y es la tesis central del libro proyectado que lleva el título de *Las Sociedades Divergentes*, que el vínculo social parece, para el observador, sede de tensiones entre “une

---

12. Categoría que recupera de los planteos que Nelson Goodman (1990) desarrolla en *Maneras de hacer mundos*, una obra que en su idioma original fue publicada en el año 1978. Esa recuperación, sin embargo, será parcial y prudente: en la conferencia de cierre del congreso de la Federación Latinoamericana de Semiótica (Buenos Aires, 31 de agosto de 2002) hizo explícita su distancia conceptual con respecto a los mundos de Goodman.

13. Sigue una larga discusión de la SFP macrológica para eliminar la paradoja entre recepciones convergentes, en este caso “un punto de contacto” entre mundos (LSD, p. 36), y el caso – más frecuente – del “décalage” (desfase) entre producción y recepción.

tendance à la *convergence* de ‘points de vue’” [una tendencia a la *convergencia* de ‘puntos de vista’], obra de profecías autocumplidas, que lleva a una reducción de la complejidad, de un lado, y del otro, “une tendance à la *divergence*, par le croisement de mondes structurés par des hypothèses différentes” [una tendencia a la *divergencia*, por el entrecruzamiento de mundos estructurados por hipótesis diferentes], lo que aumenta la complejidad.

Por último, el capítulo final de esta primera parte de LSD cavila en torno a los *colectivos*, señalando que se trata de “un champ problématique fait d’un mélange d’observations et de concepts encore mal définis”<sup>14</sup> (LSD, p. 39): “Lorsqu’une pluralité d’individus partage quelque chose, nous pouvons parler de l’existence d’un collectif”<sup>15</sup>. Y una sociedad, entonces, puede pensarse como “une configuration extrêmement complexe de collectifs plus ou moins stables ou plus ou moins transitoires, de taille plus ou moins importante, présupposant plus ou moins d’éléments partagée par leurs membres”<sup>16</sup>.

Es, precisamente, en este apartado, que Verón resuelve de manera magistral el problema fundamental de la sociología (aunque él mismo no lo admita): ligar el individuo a la sociedad, no de modo directo sino, más bien, pasando por un número indefinido de colectivos. El vínculo social – otra cuestión mayor de la sociología – pasa por el reconocimiento de la legitimidad de discursos; la creencia en ellos está compartida por colectivos que conforman la sociedad.

#### 4. Estrategias en producción

Esta parte del libro proyectado, la tercera en la carpeta, trata de estrategias en producción y está menos elaborada que las anteriores. Al comienzo de dicho apartado se presentan dos tablas de contenidos, una impresa (con anotaciones manuscritas – Figura 3) y otra totalmente manuscrita (Figura 4).

---

14. un campo problemático hecho de una mezcla de observaciones y de conceptos todavía mal definidos.

15. Cuando una pluralidad de individuos comparte algo, podemos hablar de la existencia de un colectivo.

16. una configuración extremadamente compleja de colectivos más o menos estables o transitorios, de extensión más o menos importante, que presuponen más o menos elementos compartidos por sus miembros.

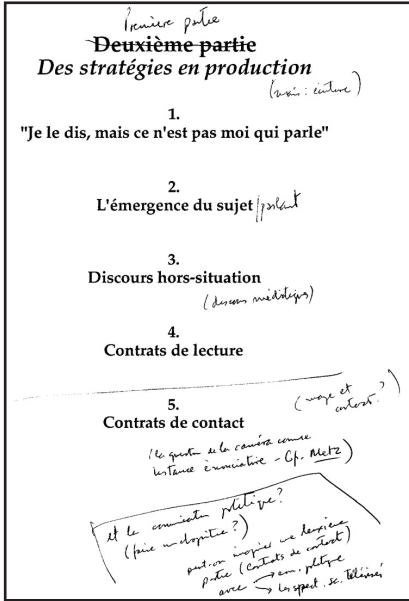


Figura 3 – Página 41 de LSD

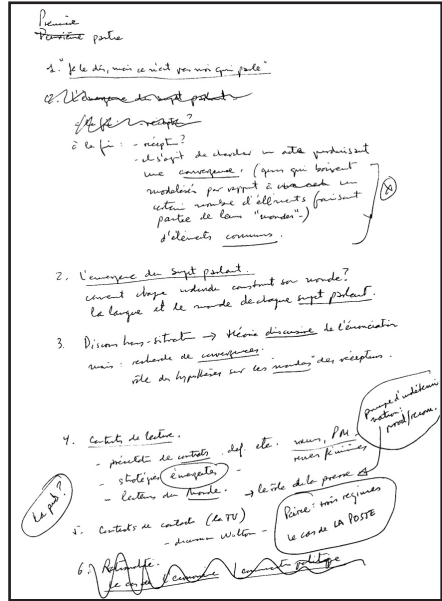


Figura 4 – Página 42 de LSD

Se proyectan cinco capítulos, o seis, si consideramos el último sugerido a mano en la versión impresa y tachado en la versión manuscrita. El sistema que conforman parece trazar una propuesta de estudio sobre la enunciación en los medios, comenzando por la problemática de la teoría de la enunciación desde “el sujeto hablante”. Esta categoría, acuñada por la formulación de Benveniste desde la lingüística de tradición francesa en los años 1960, entraña según Verón una confusión, que desarrolla en el segundo capítulo. Benveniste (1966) parte del funcionamiento de un tipo particular de signos lingüísticos, los pronombres personales, cuyo comportamiento no es el de constituir un concepto sino una función: señalar al *sujet parlant* [sujeto hablante]. Sin embargo, dice Verón que:

L'intérêt de distinguer systématiquement l'ordre de l'énoncé et l'ordre de l'énonciation n'est pas discutible. Mais cette distinction ne repose pas sur une différence de nature entre les *opérations* de référenciation qui sont en jeu dans un cas et dans l'autre, mais tout simplement sur une différence au niveau des *référénts désignés*: dans l'ordre de l'énoncé, les référénts appar-

tiennent au monde dont on parle, dans l'ordre de l'énonciation on désigne les entités [*sic*] de la communication<sup>17</sup>,

como el sujeto hablante (LSD, p. 46). Este señalamiento le permite a Verón recuperar el interés técnico de la enunciación, sin quedar atrapado en un uso lingüístico, “ontológicamente ingenuo” en el plano del enunciado, y de contexto conversacional y presencial (= no mediática) en el de la enunciación. Advierte Verón: “Retenons pour le moment que ce premier niveau de réflexion sur l'énonciation, concerne *des actes individuels de parole, c'est-à-dire de l'oralité, dans le contexte d'une situation dialogique*”<sup>18</sup> (LSD, p. 47).

El primer capítulo lleva el título “Je le dis mais ce n'est pas moi qui parle” [Lo digo yo, pero no soy quien habla]<sup>19</sup>, expresión que encabezará luego el siguiente capítulo. Sin embargo, este comienzo trata sobre un estudio de la comunicación para una campaña contra el uso excesivo de alcohol encargado por el Comité Français d'Éducation pour la Santé (CFES) en 1984. Basado en una investigación mediante entrevistas y un análisis en términos *batesonianos* (considerando la diferencia entre las relaciones simétricas y complementarias), llegó a la conclusión de que:

L'alcool nous est ainsi apparu comme un véritable moteur, un outil permettant de faire évoluer le lien social, dans des situations déterminées: soit d'introduire du symétrique au sein de liens complémentaires hiérarchisés, soit de complémentariser des rapports symétriques, en créant de la différence.<sup>20</sup> (LM, p. 16)

---

17. El interés de la distinción sistemática entre el orden del enunciado y el orden de la enunciación no es discutible. Pero esta distinción no reposa sobre una diferencia de naturaleza entre las operaciones de referenciación que están en juego tanto en un caso como en el otro, sino simplemente sobre una diferencia en el nivel de los referentes designados: en el orden del enunciado, los referentes pertenecen al mundo del que se habla, en el orden de la enunciación se designa a las entidades de la comunicación.

18. Retengamos por ahora que este primer nivel de reflexión sobre la enunciación concierne a los actos de habla individuales, es decir, a la oralidad, en el contexto de una situación dialógica.

19. Este capítulo falta en la carpeta de LSD pero se encuentra incorporado en la carpeta *Livre Médias* (LM).

20. Nos quedó claro que el alcohol es un verdadero motor, una herramienta que permite hacer evolucionar el vínculo social, en determinadas situaciones: o introduciendo una

Según se explica allí, era difícil encontrar una estrategia de comunicación pública que no disolviera el vínculo social dentro del grupo de bebedores. La palabra tenía que venir del mismo grupo, no de la institución, y ser una verdad general, como un *proverbio*, que parece pertenecer al mundo de todos. Así, “l’individu ne s’engage pas en tant qu’individu en l’énonçant, (...) l’individu n’est que l’incarnation, pour ainsi dire, d’un savoir collectif et impersonnel”<sup>21</sup> (LM, p. 17). Como se hace evidente, el sujeto de la enunciación no es el sujeto del enunciado. El slogan escogido fue “un verre ça va, trois verres... bonjour les dégâts!” [una copa está bien; tres copas... bienvenido el daño!]; el “proverbio” entró, finalmente, en el uso común, cotidiano.

El modo de resolución de la campaña está sustentado en una apuesta enteramente enunciativa: tratando de apuntar a una problemática que afecta a individuos de diferentes sectores sociales, se propone superar la barrera de interpelar a un colectivo que no se reconoce como tal; intentando instalar una conciencia individual, la “voz” que lo dice busca resonar como proveniente de un colectivo; y apuntando a llegar al máximo de la población, la campaña – que aún se encuentra disponible en internet<sup>22</sup> – se monta principalmente desde el medio más masivo de todos, la televisión. Evidentemente, la cuestión de la enunciación como estrategia de producción es la que permite trabajar sobre la proyección de posibles efectos en reconocimiento.

El segundo capítulo (de solo tres páginas), con título “L’émergence du sujet parlant” [La emergencia del sujeto hablante], expone entonces, como ya dijimos, la teoría de la enunciación de Benveniste. En las notas manuscritas agregadas dice: “Comment chaque individu construit son monde? La langue et le monde de chaque sujet parlant” [¿Cómo construye su mundo cada individuo? La lengua y el mundo de cada sujeto hablante]. El apunte evidencia el interés por la tensión que acontece entre la enunciación colectiva y la individual.

---

parte simétrica en vínculos complementarios, o complementarizando relaciones simétricas, creando diferencia.

21. el individuo no se compromete como individuo que enuncia, (...) el individuo es solo la encarnación, por así decir, de un saber colectivo e impersonal.

22. Disponible en: <<http://www.ina.fr/video/CPC88013905>, <http://www.ina.fr/video/PUB3784040047>>.

De los capítulos siguientes no tenemos ningún texto impreso. Solo algunas notas a mano, cuyas ideas en la versión LSD sobre el capítulo 3 son: “Discours hors-situation (discours médiatiques): théorie discursive de l'énonciation mais: – recherche de convergences; – rôle des hypothèses sur les ‘mondes’ des récepteurs” [Discursos descontextualizados (discursos mediáticos): teoría discursiva de la enunciación pero: – búsqueda de convergencias; – rol de las hipótesis sobre los ‘mundos’ de los receptores].

Del capítulo 4, “Contrats de lecture” [Contratos de lectura] anota:

- présentation de contrats. def. etc. [presentación de contratos. def[ición?], etc.]
- News, PM, presse féminine [Noticias, PM, prensa femenina]
- stratégies émergentes. [estrategias emergentes]
- lecteurs de Monde → le rôle de la presse [lectores de [Le] Monde → rol de la prensa]
- (Principe d'indétermination: prod/recon.) [Principio de indeterminación: prod(ucción)/recon(ocimiento)]

Del capítulo 5, “Contrats de contact” [Contratos de contacto] dice solamente “la tv” – discussion Wolton. En el índice impreso ya había anotado a mano también (Figura 3):

- image et contact? [¿imagen y contacto?]
- (La question de la caméra comme instance énonciative – Cf Metz) [La cuestión de la cámara como instancia enunciativa – Cf Metz]
- et la communication politique? (fair un chapitre?) [¿y la comunicación política? ¿hacer un capítulo?]
- peut-on imaginer une deuxième partie (contrats de contact) avec → com. politique → les spect. sc. télévisés [podemos imaginar una segunda parte (contratos de contacto) con → com(unicación) política → los programas de televisión sobre ciencia]

Del capítulo 6 apenas dice “Rationalité” [Racionalidad]. “Le cas de l'économie | communication politique” [el caso de la economía | comunicación política]. En un costado anota también: Peirce: trois regimes [Peirce: tres regímenes] – Le cas de LA POSTE [El caso del Correo Francés]

## 5. Construir colectivos

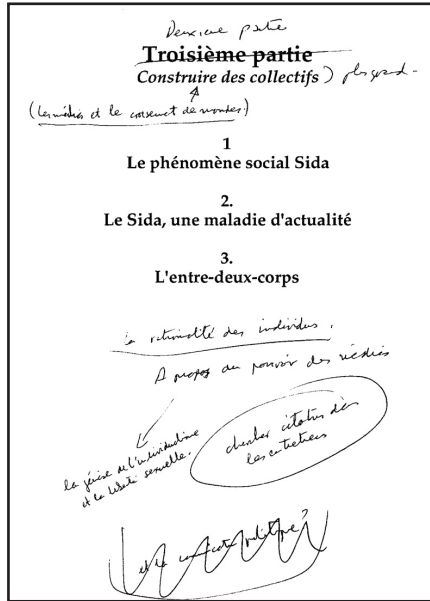


Figura 5 - Página 50 de LSD

El plan de esta parte (Figura 5) proyecta tres capítulos de los que solo recibimos los dos primeros<sup>23</sup>. Comienza por una historia de la mediatización/socialización del SIDA, tanto en Francia como en Estados Unidos y a nivel global, y continúa por el aspecto que mejor motoriza un estudio que es la perplejidad: Verón se pregunta por qué, si entre 1982 y 1986 hubo tanta información acerca de la enfermedad, de su propagación y de su prevención, apenas una muy pequeña porción de la población (14%) accede a cuidarse. Su pregunta evita el recurso a lo psicológico (“les mécanismes psychologiques ne suffisent jamais pour rendre compte d’un phénomène collectif”<sup>24</sup>), y se postula en términos del sentido y su mediatización: “Comment expliquer ce décalage ? Comment comprendre cette flagrante

23. Cabe señalar que, además, produjo una investigación junto a Lucrecia Escudero y Damián Tabarovsky a pedido del Conseil National du Sida (Francia) en 1992: Le Sida à la télévision: déontologie, représentations médiatiques, enjeux de la prévention.

24. los mecanismos psicológicos jamás son suficientes para dar cuenta de un fenómeno colectivo.

inefficacité des médias?”<sup>25</sup>, para dejar abierto el problema: “Que les gens concernés ne veuillent rien entendre c’était une hypothèse possible: lorsque le destinataire fait le sourd, il n’y a peut-être pas des mots justes”<sup>26</sup>.

Del tercer capítulo, impreso como “L’entre-deux-corps” [El entre-dos-cuerpos] solo recibimos dos brevísimas pero significativas notas en la carpeta de LM (en las Figuras 6 y 7).

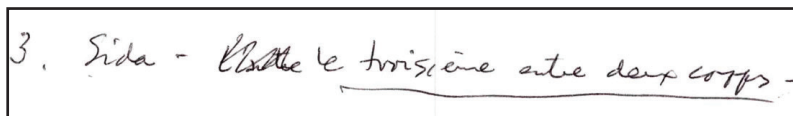


Figura 6 – Fragmento de página 53 de LM

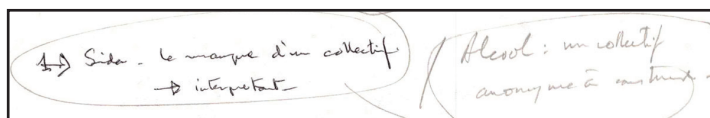


Figura 7 – Fragmento de página 57 de LM

Ese *tercero entre dos cuerpos* (Figura 6) no desarrollado dispara la presunción de lo que podría haber expuesto: el tercero, lo hemos leído numerosas veces en sus trabajos, no solo es un guiño intertextual al modelo peirceano de signo, sino que es lo que ha permitido desplegar el sentido de las relaciones sociales para describir y comprender los fenómenos indagados. Como problema, si el colectivo es un *interpretante* (así lo plantea varias veces antes), su falta (“la manque d’un collectif” [la falta de un colectivo]) produce problemas para las estrategias mediáticas, algo que detectó en sus estudios sobre el SIDA y sobre la prevención del alcoholismo.

## 6. Esbozo de una teoría general

De esta última parte, la tercera – aunque hemos visto que Verón alteró su numeración – no tenemos más de dos páginas de notas, tal cual lo muestran las Figuras 8 y 9.

25. ¿Cómo explicar este desfase? ¿Cómo comprender esta ineficacia flagrante de los medios?.

26. Que las personas afectadas no quisieran oír era una posible hipótesis: cuando el destinatario se hace el sordo, quizás no hay palabras adecuadas.





les de posible observación de estos procesos: el correo francés (*La Poste*), el viaje en metro (RATP), la lectura (investigaciones sobre textos escolares, bibliotecas y otras<sup>27</sup>), “la crise de la presse écrite” [la crisis de la prensa gráfica] (sobre la cual investigó en Francia y en Argentina en la década de 1990). Más abajo se pregunta “comment produire des effets collectifs malgré la non-linéarité” [cómo producir efectos colectivos a pesar de la no linealidad], algo que lo llevó a postular una breve tesis sobre el “status de l’observateur”<sup>28</sup> [estatuto del observador]. Y, a continuación, deja unas notas sobre posibles temas a incluir en torno a la relación entre los actores sociales y los observadores. Bien vale la pena reponer el listado, que condensa a la vez inquietudes, campos de trabajo, autores y conceptos:

- Qu’est-ce que nous (*les O!*) sommes des acteurs ? (*la psychologie populaire*) (*approche phénoménologique*) – Les conditions de la construction des communautés (*holisme/individualisme*) – Les conditions de postulation de règles partagées → *limitations* (*Livet*) (*Dumondel*[?]) – Les stratégies médiatiques sont-elles de la manipulation? – Le rôle du langage dans cette situation voir Hukitta [?] → *les “mondes”* [?] *ont-ils les caractéristiques de la langue comme stratégie* (“*indépendance*”)
- *Informationnelle*) – La question de la démocratie – la question de la hiérarchie – le savoir → renvoi à l’autre livre – Redéfinition du champ des sciences de la communication + *Edelman* + *rôle du hasard*.<sup>29</sup>

Por su parte, la segunda y última página bosqueja una teoría probablemente peirceana, según puede advertirse por el esquema propuesto, aunque las primeras partes del libro lo mencionan muy poco a Peirce. El esquema es el trazado de un espiral sobre una tríada (Figura 9), y recuerda

27. Estos estudios aparecieron luego en VERÓN (1999a).

28. Cfr. “Ponerse de costado”. En: VERÓN (1999b, p. 187-189).

29. – Qué somos nosotros (los O[bservadores]!) de los actores? (la psicología popular) (aproximación fenomenológica) – Las condiciones de la construcción de comunidades (holismo/individualismo) – Las condiciones de postulación de reglas compartidas → limitaciones (Livet) (Dumondel) – Las estrategias mediáticas son manipulación? – El rol del lenguaje en esta situación ver Hukitta → los “mundos” son características de la lengua como estrategia (“independencia informacional”) – La cuestión de la democracia – la cuestión de la jerarquía – el saber → reenvío al otro libro – Redefinición del campo de las ciencias de la comunicación + Edelman + papel del azar.

el diagrama que hace Jean Fissette (1990, p. 49; y 1996)<sup>30</sup> para mostrar la dinámica del signo en Peirce; pero también, su aplicación de la tríada, reenvía a lo que llamó la *tópica de la marca* (diseñada para investigaciones sobre los automóviles en Francia, por ejemplo) y para la tipificación de los individualismos (como el que aparece en BOUTAUD; VERÓN, 2007, p. 117) a propósito de los estudios sobre los consumos de lácteos entre adolescentes, también en Francia.

## 7. Breve epílogo

Como puede entreverse a lo largo de lo expuesto en este escrito, entre los múltiples materiales y documentos encontrados en el Archivo personal de trabajo de Eliseo Verón, hay un paquete de textos que son resultado de una reflexión sistemática sobre el intercondicionamiento entre las mediatizaciones y las sociedades democráticas, tanto en lo que hace a la construcción de los colectivos, como a la búsqueda de la comprensión de la llamada “racionalidad” individual. Incluso existen, entre sus papeles de trabajo, agrupamientos de materiales que parecen dar la forma de un libro o proyecto que gira en torno a la idea de *sociedades divergentes*, cuya descripción procuramos hacer en estas páginas. Esos materiales – algunos finalmente editados, otros desconocidos – fueron aquí presentados en su carácter productivo, en intertexto con las teorías y métodos de estudios de estas problemáticas sociales. Aún es posible continuar el trabajo, ya que no solo lo que finalmente Verón editó puede servir de clave para comprender estos esbozos, sino también a la inversa: estos ensayos permiten complementar las lecturas que hacemos sobre sus textos ya conocidos.

## 8. Referencias

- BENVENISTE, Emile. *Problèmes de Linguistique Générale, I*. París: Gallimard, 1966.
- BOUTAUD, Jean-Jacques; VERÓN, Eliseo. *Sémiotique ouverte: itinéraires sémiotiques en communication*. París: Lavoisier, Hermès Science, 2007.
- CINGOLANI, Gastón. Sobre la distinción medio/dispositivo en Eliseo

---

30. Fissette obsequió personalmente un ejemplar de estos libros a Verón.

- Verón. En: FAUSTO NETO, Antonio; RAIMONDO ANSELMINO, Natalia; GINDIN, Irene (eds.). *Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones*. Rosario: Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2014. p. 55-70.
- DEBRAY, Régis. *Introduction à la médiologie*. Paris: Presses Universitaires de France, 2000.
- FISSETTE, Jean. *Introduction à la sémiotique de C. S. Peirce*. Montreal: XYZ, 1990.
- \_\_\_\_\_. *Pour une pragmatique de la signification*. Montreal: XYZ, 1996.
- GOODMAN, Nelson. *Maneras de hacer mundos*. Madrid: Visor, 1990.
- VERÓN, Eliseo. *Conducta, estructura y comunicación*. 3ra ed. Buenos Aires: Amorrortu, 1995.
- \_\_\_\_\_. Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos*, n. 48, 1997. p. 9-16.
- \_\_\_\_\_. *Esto no es un libro*. Barcelona: Gedisa, 1999a.
- \_\_\_\_\_. *Efectos de agenda*. Barcelona: Gedisa, 1999b.
- \_\_\_\_\_. *Fragmentos de un tejido*. Buenos Aires: Gedisa, 2004.
- \_\_\_\_\_. *La semiosis social, 2: ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, 2013.
- VERÓN, Eliseo; SLUZKI, Carlos. *Comunicación y neurosis*. Buenos Aires: Editorial del Instituto, 1970.

# “Fake news”: as estratégias discursivas da desinformação nas eleições presidenciais de 2018 no Brasil

Fernanda da Escóssia<sup>1</sup>

## 1. Introdução

NA TELA DO CELULAR, as mensagens começavam a piscar cedo. “Viu a multidão no comício ontem?”, “Viu aí as feministas defecando na igreja?”, “Viu quem vai ser o ministro?”, “Viu a mamadeira que estão distribuindo nas escolas?”, “Viu que a urna está com defeito?” Ao longo de toda a campanha presidencial brasileira de 2018, notícias falsas circularam sem controle nas redes e nos grupos de WhatsApp.

Será que isso é verdade? – foi o que nos perguntamos de imediato. E depois nos surpreendemos: como alguém pode acreditar nisso? Foi uma eleição que teve entre seus protagonistas, além dos candidatos, as “fake news”, como consentimos chamar, na era da pós-verdade, informações inverídicas que circulam em massa. Digo consentimos porque tal denominação embute uma contradição primordial – se são fake, falsas, não são news, notícias, diante do que o jornalismo define como notícia (MEDINA, 1988; LAGE, 2005): o relato de um acontecimento real. O uso consagrou a expressão criada pelo presidente americano, Donald Trump, mas só consento em usá-la entre aspas. Prefiro falar em desinformação, na acepção de Wardle (2016), como um conteúdo falseado ou descontextualizado, quais suas motivações e seus efeitos.

Desde a eleição de Donald Trump e a votação que retirou o Reino Unido do Brexit, as “fake news” já vinham atraindo a atenção de cientistas políticos, sociais e de comunicação para sua capacidade de circular em

---

1. Professora-assistente no IBMEC Rio. Jornalista e pesquisadora. Doutora em História, Política e Bens Culturais pelo CPDOC/FGV; mestra em Comunicação pela UFRJ.

larguíssima escala, com efeitos ainda não totalmente compreendidos. No pleito brasileiro não foi diferente: por todo o período de campanha eleitoral, conteúdos falsos inundaram o noticiário. A eleição terminou com a vitória do candidato de extrema-direita Jair Bolsonaro (PSL), que venceu, no segundo turno, o petista Fernando Haddad (PT).

Este artigo dirige seu olhar especificamente para um ponto da campanha: de que forma a desinformação, o conjunto de “fake news” veiculadas durante a eleição presidencial brasileira, construiu efeitos de sentido, refletindo também sobre seus possíveis impactos na votação. Os conceitos de midiaticização e circulação, tomados em diálogo com as proposições do semiólogo argentino Eliseo Verón (2005, 2014), são algumas das chaves para ajudar a desvendar os desdobramentos de sentido dessas informações que, não obstante sua desconexão com os fatos, construíram efeitos de verdade na eleição brasileira.

Posso dizer também que este artigo é o resultado de alguns encontros, ou talvez reencontros. Conheci Verón em 1996, quando defendia na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), sob a orientação do professor Antônio Fausto Neto, minha dissertação de mestrado, uma análise do noticiário da violência no Rio de Janeiro, em diálogo com a teoria dos discursos sociais. Por coincidência, Verón estava no Rio à época da apresentação do trabalho, assistiu à defesa e acabou informalmente integrado à banca. Anos depois, em 2016, participei do Pentálogo VII, no qual o conceito de circulação esteve no centro do debate, e Verón, que morrera em 2015, foi o grande homenageado.

No segundo semestre de 2018, lecionei no curso de Jornalismo do IBMEC Rio a disciplina de Produção de Sentido e Estética, e os textos de Verón serviram de fio condutor nas aulas. Naquele mesmo semestre, durante a eleição presidencial, trabalhei como ombudsman da Agência Lupa, principal plataforma de *fact-checking* no Brasil. Entre as aulas de Produção de Sentido e o trabalho de ombudsman, iniciei na disciplina, por sugestão dos alunos, uma análise das “fake news” que circulavam durante a eleição, com base na teoria dos discursos sociais. A convite do Centro Internacional de Semiótica e Comunicação (Ciseco), apresentei uma versão mais aprofundada da mesma análise na edição 2018 do Pentálogo, e é ela o material principal deste texto – e por isso digo que o que trago aqui é o resultado desses reencontros teóricos e afetivos.

Num percurso de mais de 40 anos de pesquisas, Verón apresenta a ideia de midiaticização e a diferencia da chamada sociedade dos meios, na qual a mídia é um dos fatores centrais da sociedade e divide com outras instâncias a produção de legibilidades (Verón, 2005). Na sociedade da midiaticização, instaura-se uma nova ordem comunicacional, na qual as mídias se mesclam em todos os aspectos significativos do funcionamento social. Da política ao amor, da história à liberdade de expressão, da democracia ao luto, nenhuma narrativa é construída longe das mídias – e não seria diferente na eleição de 2018.

A partir deste aporte teórico, é possível refletir sobre a centralidade dos fenômenos midiaticizados num tempo em que se fala da crise das grandes narrativas. A cultura midiática se converte na referência sobre a qual a estrutura sócio-técnico-discursiva se estabelece, permitindo-nos falar de uma nova ordem de sentido, na qual a política e democracia são ressignificadas no contexto da midiaticização. Para Fausto Neto, a midiaticização resulta da evolução de processos midiáticos que se instauram nas sociedades industriais (FAUSTO NETO, 2008, p. 90), e toda a experiência passa a ser redesenhada por esses processos. Em vários campos, da política ao amor, do trabalho ao lazer, a experiência, a compreensão e a fruição são modificadas pela forma como tais vivências são também transformadas pelos processos midiáticos, criando novos sentidos.

O outro conceito basal para este artigo é o de circulação. Verón (2013) define a circulação como a diferença entre a produção de sentido e o reconhecimento do mesmo, bem como os efeitos de sentido construídos nesse percurso. Assim, se a produção é o que acontece “por trás da tela”, e o reconhecimento, o que acontece “na frente da tela”, (VERÓN, 2013), a circulação é o espaço entre essas duas dimensões, o lugar no qual os percursos do sentido se ramificam, de modo nunca linear.

Rodrigues e Menon (2017) historiam de que forma os discursos circulam nas sociedades humanas e de que modo a dimensão discursiva é fundamental para transformar o homem de nômade em sedentário. Alertam como, ao longo dos séculos, informações que eram próprias de um grupo se tornam acessíveis a um público maior, e para o debate permanente entre a democratização da produção de conteúdo e a perda da qualidade dessa produção. Em sociedades hipermediatizadas como as nossas, a internet 2.0 e as redes sociais multiplicam as novas condições de acesso do usuário

como produtor de sentidos, e os percursos de circulação se amplificam ainda mais. Em diálogo com Verón, gerações de autores têm pesquisado as relações complexas entre as mídias e as organizações sociais, buscando sistematizar os estudos sobre midiatização e alertando para a transformação qualitativa das relações entre mídias e sociedade. Fausto Neto (2008, 2017), Carlón (2017), Cheveigné (2017) e Braga (2017) ajudam a indicar caminhos na análise dos fenômenos da circulação, e este artigo se estrutura em diálogo com esses autores, na tentativa de compreender a eleição de 2018 no Brasil.

## 2. Metodologia

Este trabalho analisa discursivamente uma amostra de desinformação, de “fake news” que circularam na internet e nas redes sociais, como Facebook e WhatsApp, durante a eleição de 2018. Diante da imensa quantidade de conteúdos falsos, optei por recortar, para esta análise, as estratégias discursivas de notícias falsas que tinham sido checadas por duas plataformas de checagem no Brasil: a Agência Lupa e a plataforma Aos Fatos. Selecionei conteúdos que, segundo as duas plataformas, tinham provocado grande número de compartilhamentos e estavam entre os mais vistos do período.

Para o leitor que não está familiarizado com o trabalho de *fact-checking*, uma breve explicação: o objetivo do *fact-checking* é verificar qual o lastro de faticidade de informações tornadas públicas. Estão incluídos nesse escopo dados oficiais e declarações de pessoas públicas sobre temas variados, citação a legislação vigente e dados históricos, por exemplo. Na primeira coluna como ombudsman, esclareci que checar o que os outros dizem é atribuição nodal do jornalismo, pois é preciso saber se é verdadeiro o que uma fonte afirma (ESCÓSSIA, 2018a). A precisão é, mais que necessária, indispensável ao texto jornalístico (Meyer, 1991)<sup>2</sup>.

---

2. A checagem, da forma como a conhecemos hoje, tem seus primórdios em 1991, nos Estados Unidos. O jornalista norte-americano Brooks Jackson, da CNN, recebeu a tarefa de averiguar se o que possíveis candidatos à Presidência dos Estados Unidos diziam tinha lastro na realidade. O jornalista criou uma equipe especializada em checar a propaganda eleitoral, e, em 2003, o primeiro site independente de fact-checking, o FactCheck.org, ativo até hoje.



A checagem como atividade especializada ganhou força nos Estados Unidos, na Europa e também no Brasil. Em junho de 2019, quando este artigo foi finalizado, existiam cerca de 150 plataformas de checagem ativas no mundo, segundo dados do Duke Reporter's Lab, centro de pesquisa em jornalismo ligado à Duke University, nos Estados Unidos, e 65 eram signatárias dos princípios da International Fact-Checking Network (IFCN), inclusive as brasileiras Lupa e Aos Fatos. Pela metodologia consagrada internacionalmente, com variações de um veículo a outro, a checagem costuma "etiquetar" o conteúdo verificado, atribuindo-lhe uma classificação que varia de totalmente falso a totalmente verdadeiro. Cada veículo é livre para usar as etiquetas que quiser.

No entanto, o fenômeno da internet 2.0 e a força das redes sociais obrigaram o *fact-checking* a desdobrar sua própria metodologia. Os checadores também passaram a escrutinar, além das declarações de pessoas públicas, conteúdos produzidos por fontes privadas, alternativas ou mesmo anônimas, que circulam em grande escala pelas redes sociais. Fortaleceu-se o ramo chamado de *debunking*, cujo objetivo é desmentir conteúdos falsos. A circulação – justamente o que Verón chamava de diferença entre a produção e o reconhecimento – torna-se o centro desse tipo de atividade jornalística.

Relembro que, durante o período da eleição, exerci temporariamente a função de ombudsman da Lupa, avaliando o trabalho da agência, com seus erros e acertos. A análise sobre o trabalho da Lupa foi publicada em dez colunas, todas disponíveis no site <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/category/ombudsman/>.

Neste artigo, meu foco, porém, é outro. Concentrei-me em analisar os conteúdos já classificados como falsos pela Lupa e pela plataforma Aos Fatos, tentando encontrar neles estratégias discursivas que permitam refletir sobre efeitos de sentido buscados e produzidos. Reitero a um leitor mais desatento: todos os conteúdos citados nesta análise já foram classificados como falsos pelas agências de checagem. Não tiveram comprovação factual. Nada aqui pode ser entendido como notícia, no critério jornalístico, e o objetivo desta análise será justamente refletir sobre de que modo foram construídas para estes conteúdos falsos estratégias discursivas capazes de provocar no público um efeito de verdade.

As ferramentas da teoria da análise dos discursos sociais foram fundamentais nessa empreitada. Busquei observar marcas discursivas que permitissem compreender como aqueles conteúdos buscavam provocar adesão do público.

A partir de conteúdos checados pelas duas plataformas, Lupa e Aos Fatos, e classificados como falsos, fiz dois recortes: um temporal, compreendendo o período de setembro a outubro de 2018, e outro selecionando os conteúdos que provocam grande número de compartilhamentos. As duas plataformas divulgaram balanços informando, dentre os conteúdos falsos checados, quais haviam sido os mais compartilhados, o que facilitou muito o meu trabalho. Diante do grande número de checagens publicadas por Lupa e Aos Fatos, optei pelo recorte baseado no tempo e no número de compartilhamentos. Também incluí nesta análise o resultado do trabalho da Lupa em parceria com a Universidade de São Paulo (USP) e a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) que monitorou 347 grupos de WhatsApp no período eleitoral. Isso tudo me levou ao conjunto de conteúdos detalhados abaixo:

#### **a) Conteúdos checados pela Lupa**

- 64 conteúdos verificados e classificados como falsos em setembro e outubro;
- as 10 notícias falsas mais compartilhadas no 1º turno no Facebook;
- 8 fotos classificadas como totalmente falsas, no relatório da pesquisa realizada pela agência em parceria com a USP e a UFMG, com monitoramento de 347 grupos de WhatsApp; ao todo, a Lupa, checou 50 fotos, e incluiu na minha análise apenas as 8 classificadas como totalmente falsas.

#### **b) Conteúdos checados pelo site Aos Fatos**

- os 15 boatos mais compartilhados durante toda a eleição (3,84 milhões de compartilhamentos/Twitter e Facebook).

Isso tudo me levou a um conjunto de 82 conteúdos checados pela Lupa, mais 15 checados pelo site Aos Fatos, o que permitiu ter um *corpus* constituído por quase uma centena de conteúdos.

### 3. Primeiros resultados

O primeiro passo foi analisar os conteúdos, observando que candidato poderia ser beneficiado por eles. Quem era atacado ou exaltado? Ao me deter sobre o *corpus* selecionado, observei que:

- dos 10 boatos mais compartilhados no primeiro turno pela Agência Lupa, 9 eram a favor do então candidato do PSL, Jair Bolsonaro; tratei do tema numa das colunas para a agência, alertando sobre a necessidade de a agência tratar desigualmente os desiguais;
- das 8 fotos falsas checadas pela agência como resultante do trabalho com a UFMG e a USP, todas defendiam Bolsonaro ou criticavam seus adversários;
- dos 64 conteúdos checados pela Lupa nos meses de setembro e outubro, 50 eram a favor de Bolsonaro ou contra seus adversários; 14 eram a favor dos adversários de Bolsonaro.
- dos 15 conteúdos mais compartilhados em toda a eleição e checados pelo site Aos Fatos, todos beneficiavam Bolsonaro.

Voltei ao tema do boato desigual ainda como ombudsman da Lupa. Em minha última coluna, apresentei estes resultados, alertando mais uma vez sobre quem se beneficiava com os boatos.

O balanço do trabalho da **Lupa** permite afirmar que, na eleição brasileira de 2018, é impreciso falar, de modo genérico, apenas em onda de desinformação. A onda foi desigual: a maior parte dos boatos checados e desmentidos pela agência propagava cenas, ideias e bandeiras favoráveis ao candidato vencedor – o agora presidente eleito Jair Bolsonaro – ou contra seus adversários. (ESCÓSSIA, 2018)

Análise semelhante foi realizada pelo site Congresso em Foco e publicada em outubro de 2018. Segundo esse site, de 16 de agosto até o final da eleição, as plataformas de checagem desmentiram 123 boatos diretamente ligados a Haddad e a Bolsonaro: “as agências de checagem Lupa e Aos Fatos e o projeto Fato ou Fake, do Grupo Globo, tiveram de desmentir

pelo menos 104 ‘*fake news*’ contra Haddad e o PT e outras 19 prejudiciais a Bolsonaro e seus aliados”.

Ao longo da campanha, ficou claro, assim, que era desigual a produção de boatos a favor de Bolsonaro. O àquela época candidato, agora presidente, surfara a onda formada por informações que, até onde se apurou, eram comprovadamente falsas.

#### 4. Estratégias discursivas em ação

O passo seguinte, realizado em sala de aula e aprofundado para este artigo, foi uma análise menos quantitativa e mais temática dos conteúdos veiculados. Busquei discriminar os conteúdos pelas seguintes áreas: informações sobre apoios aos candidatos e realização de atos e comícios; discussão de propostas de governo; questões comportamentais, relacionadas a temáticas nas áreas de educação, religião e questão feminista, por exemplo; posicionamento político-ideológico mais explícito, com a defesa ou ataque de propostas e personalidades associadas a determinados governos; informações sobre o funcionamento das urnas e a organização nos dias de votação.

A separação em áreas temáticas, embora necessária, revelou-se insuficiente. Vários conteúdos perpassavam mais de uma área. Ao mesmo tempo, muitos que pareciam tratar de propostas – o novo titular do ministério da Educação, por exemplo – embutiam outros sentidos. Não deixa de ser curioso que, ao longo da pesquisa, eu só tenha conseguido classificar um conteúdo na coluna sobre “propostas de governo”, um que tratava sobre a relação entre o consumo das famílias brasileiras e o desempenho da economia.

Para seguir com a análise, passei, então, a buscar um novo tipo de abordagem, agrupando os conteúdos pelo que tinham em comum na formulação de estratégias discursivas. A observação do *corpus* permitiu caracterizar algumas delas, que detalharei a seguir. Todos os conteúdos, reiterei, são falsos. Por absurdos que possam parecer, circularam livremente nas redes, foram verificados pelas agências de checagem e desmentidos. E continuaram no ar, com poucas exceções.

Nesse conjunto de conteúdos falsos, a primeira estratégia discursiva que destaco, pela amplitude de seus temas e pelo impacto observado, é a

da **defesa da moral, da família e da religião**. Incluo aqui todos os conteúdos de cunho comportamental que circularam durante as eleições, e dos quais a campanha de Bolsonaro foi a principal beneficiada. Essa estratégia está em consonância com o slogan bolsonarista – “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”. Destaco, entre eles, os seguintes:

- imagem do candidato petista, Fernando Haddad, ao lado da frase: “Candidato do PT escreve livro que defende a relação sexual entre pais e filhos”;
- conteúdo informando que, na gestão de Haddad no MEC, um livro sobre incesto foi distribuído a crianças;
- foto da candidata a vice-presidente na chapa petista, Manuela D’Ávila, com uma camiseta em que se lê “Jesus é travesti”;
- foto do candidato petista, Fernando Haddad, segurando uma madeira com o formato de um órgão sexual masculino.

Checadas por diferentes plataformas, como Lupa, Aos Fatos e o projeto Comprova, uma coalizão de veículos de mídia associados para verificar conteúdos, todas as informações acima se mostraram falsas. Restou explícita, nesses conteúdos, a tentativa de associar a candidatura Haddad-Manuela a um cenário de degradação moral que poderia ameaçar o país caso os dois fossem eleitos. Por outro lado, a candidatura de Bolsonaro sempre se apresentou como defensora da moral e dos chamados bons costumes, propondo um vínculo com os eleitores baseado no que Alonso (2019) chama de uma moral binária e simplificadora. Segundo Alonso

A comunidade moral bolsonarista se estrutura na crença compartilhada em códigos binários, que divide o mundo em bem e mal, sagrado e profano, gente de família e indecentes, cidadãos de bem e bandidos, éticos e corruptos, nacionalistas e globalistas. Essas clivagens simbólicas simplificam a realidade, reduzindo sua complexidade a estereótipos administráveis, e ativam sentimentos coletivos de alta voltagem – o afeto, o medo, o ódio. (ALONSO, 2019, p. 52)

Na sequência de conteúdos falsos em **defesa da moral, da família e da religião**, em consonância com a clivagem binária de que fala Alonso,

dois subgrupos se destacam como potenciais inimigos: as feministas e a população LGBT. Nos conteúdos falsos que circularam nas redes e foram analisados pelas agências de checagem, era comum a estratégia de tratar a **questão LGBT como defeito**, problema ou ameaça a essa moral representada pela candidatura de Bolsonaro. E, nesse contexto de produção de notícias falsas, a associação de seu adversário ao material pejorativamente chamado “kit gay” tornou-se uma das principais, senão o principal conteúdo de desinformação, a grande “fake news” da campanha. Circularam nas redes imagens e textos afirmando que o candidato petista, ainda quando ministro da Educação, defendera a implementação em escolas de livros que ensinavam crianças de seis anos a manterem relações homossexuais.

O noticiário e as agências de checagem apontaram que essa versão era falsa. Informaram que em 2011, quando Haddad era ministro, organizações não governamentais, em convênio com o Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), prepararam um material sobre gênero e sexualidade para ser distribuído no programa Brasil sem Homofobia, de inclusão e aceitação da população LGBT. O kit tinha peças direcionadas aos gestores e aos estudantes. Antes que fosse distribuído, parlamentares evangélicos iniciaram uma campanha contra o projeto, que acabou suspenso.

Entre os inúmeros conteúdos de desinformação que circularam na campanha brasileira, o “kit gay” foi dos poucos oficialmente chancelado como tal pela Justiça Eleitoral. No dia 16 de outubro, o ministro do TSE Carlos Horbach mandou retirar de redes sociais vídeos e imagens que vinculassem Haddad ao projeto. No entanto, os conteúdos já haviam ultrapassado 65 mil compartilhamentos. Alcançaram, assim, o efeito de verdade pretendido.

Dentro da mesma estratégia discursiva de associar a questão LGBT como defeito, destaco ainda a “fake news” informando que o então deputado federal Jean Wyllys (PSOL-RJ) fora escolhido como Haddad para ocupar o Ministério da Educação. O convite nunca aconteceu, mas o conteúdo esteve entre os dez mais visualizados no primeiro turno, com 219,8 mil compartilhamentos, segundo informou a agência Lupa. E o que esteve em debate nas redes não foi a veracidade do convite ou a capacidade do deputado para o cargo, mas apenas e tão somente o fato de uma pessoa LGBT haver sido convidada para o posto. Mais uma vez, a orientação se-

xual aparece como um problema, uma marca que se transforma em ameaça aos bons costumes.

Nesse conteúdo falso em particular, uma característica chama a atenção: ele foi veiculado reproduzindo integralmente a “gramática” do discurso jornalístico tradicional, seja no tipo de texto, seja ao reproduzir a fachada do portal de notícias G1, seja ao assinar a informação falsa com o nome de um jornalista (que já trabalhara no G1, mas, à época da publicação, integrava a equipe da *Folha de S. Paulo*).

Outra estratégia discursiva dos conteúdos falsos diz respeito à forma como a temática de gênero era apresentada. A partir de junho de 2018, circularam nas redes conteúdos falsos em que mulheres defecavam e faziam sexo em igrejas. Ao lado das imagens, apareciam textos informando que os atos haviam sido realizados por grupos feministas em protestos e associando os atos a grupos políticos de esquerda. Checados pelas agências, os conteúdos se mostraram descontextualizados, pois os atos não haviam ocorrido no Brasil – mas sim na Polônia e na Argentina. Tampouco eram ação de grupos feministas.

Outro personagem frequente dos conteúdos falsos em relação a gênero foi a deputada Manuela D’Ávila (PCDOB-RS), candidata a vice-presidente na chapa de Fernando Haddad. Entre tantos, destaco dois deles: a já mencionada imagem manipulada em que a deputada aparecia com a camiseta “Jesus é travesti” (a frase real era “Rebele-se”); e uma frase atribuída a Manuela (“Somos mais populares que Jesus”), que na verdade foi dita por John Lennon. Mulher, feminista, de esquerda, Manuela personificou, nesses conteúdos falsos, a apresentação do **feminismo como baderna**. Na onda de desinformação favorável a Bolsonaro e contra a candidatura adversária, a luta das mulheres foi assim descontextualizada e despolitizada, reduzindo-se a uma ameaça a princípios e valores da família tradicional.

Para além do campo comportamental, outra estratégia discursiva claramente presente nos boatos era o que chamo de **elogio da ditadura**: a apresentação, ao eleitor, de informações em defesa do período da ditadura militar brasileira. Nesse campo incluo, por exemplo, o conteúdo que exibia fotos de cinco generais-presidentes ao lado da afirmação de que eles haviam construído 20 das 22 hidrelétricas brasileiras. Checado, o conteúdo se mostrou falso. Além do elogio da ditadura, outra estratégia frequente foi o **espectro do comunismo**, com a apresentação de conteúdos que apon-

tavam “riscos” de o Brasil se tornar comunista ou terrorista, associando claramente a candidatura Haddad-Manuela a tais “riscos”. Nesse campo se incluem, por exemplo, a foto falsificada da ex-presidente Dilma Rousseff (PT) ao lado do líder da revolução cubana, Fidel Castro, em 1959; a apresentação de fichas policiais falsas nas quais a ex-presidente Dilma Rousseff e o senador José Serra (PSDB) são apontados como terroristas. Dilma era candidata ao Senado por Minas Gerais, e a mensagem associada ao conteúdo falso pedia que o conteúdo fosse repassado a três mineiros. Dilma e Serra foram militantes de esquerda, Dilma foi torturada. As fichas falsas dos dois circulam de tempos em tempos pela internet.

A estratégia discursiva de mostrar o espectro do comunismo como inimigo também se manifestou claramente no conteúdo falso sobre Maria Amélia de Almeida Telles, militante do PCdoB presa e torturada durante a ditadura militar. Maria Amélia apareceu no programa de TV da candidatura petista contando como foi torturada por Carlos Alberto Brilhante Ustra, coronel que comandou o antigo Destacamento de Operações de Informações de São Paulo de 1970 a 1974. Em dezembro de 2014, o Supremo Tribunal de Justiça considerou Ustra responsável pelas torturas contra Maria Amélia Telles e sua família. Ustra, que morreu em 2015, é continuamente citado como herói por Bolsonaro.

O vídeo com a participação de Maria Amélia foi suspenso pela Justiça Eleitoral, que o considerou capaz de confundir o eleitor. No entanto, depois da aparição de Maria Amélia no programa eleitoral, começou a circular nas redes um conteúdo falso, com uma foto dela e a afirmação de que matara e esquarterara militares. Mais uma vez, o **espectro do comunismo** foi a estratégia discursiva utilizada para provocar medo no eleitor. O programa eleitoral com o depoimento verídico de Maria Amélia foi suspenso, mas o conteúdo falso, acusando-a de crimes que ela não cometeu, continuou circulando.

Ao longo da campanha, outra estratégia discursiva se manifestou de modo claro nos conteúdos falsos distribuídos nas redes: levantar a **suspeição das urnas eletrônicas**. No dia da votação do primeiro turno, um vídeo em que a urna eletrônica se autocompletava e finalizava o voto em favor do candidato petista alcançou cerca de 300 mil compartilhamentos. O Tribunal Regional Eleitoral de Minas Gerais analisou o vídeo e constatou que resultava de uma montagem.



Ao longo da campanha, outros boatos apareceram, ora afirmando que as urnas não estavam programadas para o horário de verão, ora afirmando que seria possível votar em papel em todas as seções eleitorais, ora apontando erros na hora da votação, ora informando que a empresa responsável pela manutenção das urnas fora trocada às vésperas do pleito. Todos, checados, se mostraram falsos. De todo modo, lograram êxito ao disseminar entre eleitores sentimentos difusos de insegurança sobre o dispositivo de votação e explicitaram o temor de uma suposta fraude nas urnas. De modo repetido, os alertas sobre fraudes foram utilizados pela campanha bolsonarista, que fez desse um de seus motes. O vídeo falsificado em que a urna se autocompletava, por exemplo, foi compartilhado por seu filho, então candidato ao Senado e hoje senador Flávio Bolsonaro (PSL-RJ).

Além das estratégias discursivas temáticas, foi possível observar também a repetição de alguns dispositivos de afirmação da suposta veracidade daqueles conteúdos, na construção do efeito de verdade buscado. Já destaquei, no conteúdo sobre o deputado Jean Wyllys, o **uso da gramática noticiosa**, com a cópia do logotipo de um site de grande audiência. Essa estratégia dificulta, ao leitor comum, a identificação imediata daquele conteúdo como falso, já que ele é associado aos portais pelos quais ele costuma navegar.

Outro apelo que se destaca nessa tentativa de construção do efeito de verdade é, justamente, a **desqualificação da notícia falsa**. Os conteúdos (falsos) eram explicitamente apresentados como informação verdadeira, e muitos deles circulavam com uma afirmação em destaque: “Isso não é fake news”. Por meio dessa estratégia, quem compartilha o conteúdo falso busca se eximir de intencionalidade na divulgação de informações falsas, afirmando que aquele conteúdo, ao contrário, é verdadeiro. Por fim, foi possível observar, nesses conteúdos, o **apelo da urgência**: “Compartilhe agora” ou “Vamos viralizar isso”. Tais apelos se adequam à estratégia de disseminação rápida necessária à desinformação: se espalhar antes que a falsificação seja descoberta.

## 5. Considerações finais

Seria impossível produzir uma análise sobre a totalidade de informações falsas que circulou na campanha eleitoral brasileira, e esse artigo não

tem essa pretensão. A análise ficou circunscrita a cerca de cem conteúdos falsos, e buscou nesse *corpus* a repetição de estratégias discursivas aqui apontadas. Mesmo assim, essa pequena amostra, selecionada de modo não estatístico, permite apontar para alguns caminhos de reflexão. O primeiro deles, e já escrevi sobre isso enquanto ouvidora da Lupa, é que é impreciso falar apenas em onda de desinformação na eleição brasileira. A onda foi desigual, pois a maior parte dos conteúdos falsos checados e desmentidos na amostra analisada aqui propagava cenas, ideias e bandeiras favoráveis ao candidato vencedor, o agora presidente Jair Bolsonaro.

As estratégias discursivas dos conteúdos falsos ratificam essa primeira conclusão: tais conteúdos se organizavam a partir da suposta **defesa da moral, da família e dos bons costumes**, apresentando a **temática LGBT como defeito** e o **feminismo como baderna**. Também faziam o **elogio da ditadura** e indicavam o **espectro do comunismo** como ameaça. Por fim, levantavam a **suspeição das urnas eletrônicas**. Fundamental, porém, é observar que, mesmo falsos, esses conteúdos alcançaram o pretendido efeito de verdade, espalhando-se com abrangência e velocidade e impactando de modo decisivo as eleições brasileiras. Assim, novas gramáticas de produção e de reconhecimento dos sentidos tecem novos saberes na semiose social, e o espaço da circulação, mais do que nunca, cresce de importância.

Como jornalista, professora e pesquisadora de comunicação, penso que o legado da eleição de 2018 está longe do fim, e ele me deixa mais perguntas que respostas sobre o país, a política e a midiaticização. É preciso pensar como esses novos modos de circulação de sentido constroem efeitos transversais – de cima para baixo, de baixo para cima, atravessando camadas – e de que forma essa circulação é capaz não só de se modificar, mas também de erodir alguns valores da democracia representativa institucionalizados na sociedade. Que política e que políticos são construídos por essa nova circulação de sentidos? Num momento de crise da representação política tradicional, essa nova forma de produzir sentido nas redes pode, ao invés de fortalecer a democracia, enfraquecê-la.

O processo eleitoral e sua conexão inarredável com as notícias falsas também nos permite refletir sobre o escopo da checagem jornalística. Indago se a checagem, diante de um claro desequilíbrio na produção de notícias falsas, deve checar igualmente os desiguais. Outra pergunta é o que fazer com os conteúdos comprovadamente falsos. Retirá-los do ar tem

sido visto pelos usuários das mídias sociais como uma tentativa de cerceamento do direito da liberdade de expressão, mas mantê-los em circulação não significaria convivência com inverdades?

Marres (2018) relata que, num evento sobre “fake news”, pesquisadores reclamaram da forma como os conteúdos falsos têm circulado. “Queremos nossos fatos de volta”, pediram eles. Inútil reclamar, afirma Marres, pois não teremos nossos fatos de volta. É como se, no mundo das mídias sociais, o efeito de verdade fosse construído de outra forma, para além dos especialistas e das fontes até agora consideradas seguras, e buscasse outras estratégias discursivas, algumas delas citadas aqui. É como se essa nova verdade, para ser certificada, precisasse da chancela das mídias sociais – o que, longe de me trazer certeza, me traz inquietude. Talvez seja o caso de pararmos de pensar como o resultado de 2018 foi possível diante de tantas “fake news” e começarmos a pensar em que medida ele se associa aos conteúdos falsos e à desinformação deliberadamente construída.

Do legado de 2018 também faz parte a reflexão sobre a forma de fazer e de ensinar jornalismo. A maneira como o jornalismo tradicional cobriu não só a eleição de 2018, mas os acontecimentos dos anos anteriores, como o impeachment de Dilma Rousseff, diz muito sobre o que de relevante foi produzido, sobre quais perguntas foram feitas e quais respostas foram ouvidas. Diz sobre o que de relevante foi esquecido e o que de ultrajante foi visto. Como já contei uma vez (ESCÓSSIA, 2018), um dia uma aluna querida me perguntou se jornalismo era desencanto. Todo dia, respondi. Mas, talvez por ter que dizer algo aos alunos, aos filhos, a mim mesma, respondi que o encanto há que ser maior que o desencanto. E, quando tudo isso for História, cada um poderá contar aos bisnetos o que andava fazendo no Brasil de 2018.

## 6. Referências

- ALONSO, Angela. A comunidade moral bolsonarista. In: *Democracia em risco?*: 22 ensaios sobre o Brasil hoje. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.
- BRAGA, José Luiz. Circulação & circuitos: situações. In: CASTRO, Paulo César (org.). *A circulação discursiva*: entre produção e reconhecimento. Maceió: EDUFAL, 2017, p. 49-64.

- CARLON, Mario. La cultura mediática contemporânea: otro motor, otra combustión (segunda apropiación de la Teoría de la Comunicación de Eliseo Verón: la dimensión espacial). In: CASTRO, Paulo César (org.). *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió: EDUFAL, 2017. p. 25-48.
- CHEVEIGNÉ, Suzanne de. Pesquisas empíricas sobre a circulação de discursos mediáticos. In: CASTRO, Paulo César (org.). *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió: EDUFAL, 2017. p. 81-96.
- ESCÓSSIA, Fernanda da. A eleição brasileira, o boato desigual e o futuro da checagem. *Agência Lupa*, Rio de Janeiro, 1 nov. 2018. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/11/01/ombudsman-10-boato-desigual/>>. Acesso em: 2 jun. 2019.
- FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma “analítica” da midiatização. *Matrizes*, São Paulo, n. 2, p. 89-105, abr. 2008.
- \_\_\_\_\_. A circulação do impeachment: do artigo de fundo à página virada. In: CASTRO, Paulo César (org.). *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió: EDUFAL, 2017. p. 235-256.
- LAGE, Nilson. *Estrutura da notícia*. São Paulo: Ática, 1985.
- MACEDO, Isabela. Das 123 fake news encontradas por agências de checagem, 104 beneficiaram Bolsonaro. *Congresso em Foco*, Brasília, 26 out. 2018. Disponível em: <<https://congressoemfoco.uol.com.br/eleicoes/das-123-fake-news-encontradas-por-agencias-de-checagem-104-beneficiaram-bolsonaro/>>. Acesso em: 2 jun. 2019.
- MARRES, Noortje. Why we can’t have our facts back. *Engaging Science, Technology, and Society*, v. 4, 2018, p. 423-443. DOI: <https://doi.org/10.17351>
- MEDINA, Cremilda. *Notícia: um produto à venda*. São Paulo: Summus, 1988.
- MEYER, Philip. *The new precision journalism*. Indianapolis: Indiana University Press, 1991.
- RODRIGUES, Adriano; MENON, Walter Romero. O devir nômada da escrita e da modernidade. In: CASTRO, Paulo César (org.). *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. p. 65-80.
- VERÓN, Eliseo. *Fragmentos de um tecido*. São Leopoldo, RS: Ed. Unisinos, 2005.

- \_\_\_\_\_. *Le semiosis social, 2: ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, 2013.
- \_\_\_\_\_. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *Matrizes*, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 13-19, jan-jun 2014. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p13-19>. Acesso em: 2 jun. 2019.
- WARDLE, Claire. 6 types of misinformation circulated this election season. *Columbia Journalism Review*, New York, 18 nov. 2016. Disponível em: <[https://www.cjr.org/tow\\_center/6\\_types\\_election\\_fake\\_news.php](https://www.cjr.org/tow_center/6_types_election_fake_news.php)>

# A saúde no processo de “uberização da vida” a (não) alternativa como dispositivo de interpelação que regula e reforça as estratégias de oligopolização do poder

Wilson Couto Borges<sup>1</sup> e Rodrigo Murtinho M. Torres<sup>2</sup>

## 1. Notas introdutórias ou *De onde nosso olhar parte...*

AS INQUIETAÇÕES ORA FORMULADAS têm origem ainda no ano de 2017, ocasião em que ocorria o VIII Pentálogo. Naquela oportunidade, nos sentimos desafiados a refletir um pouco mais sobre uma sentença proferida pelo prof. Adriano Duarte Rorigues, da Universidade Nova de Lisboa: “a vida interacional não tem fim!”. Embora não localizasse um fim, o conferencista advertia que a criança, desde a primeira infância até seus 11 anos, interioriza os dispositivos (e as práticas, incluiríamos) comunicacionais, que são dispositivos interacionais. Em nossa avaliação, pistas importantes começavam a ser deixadas (inconscientemente?) pelo pesquisador. Paralelamente, e admitindo que os processos de troca não estão livres dos jogos de poder, Rodrigues apontava a palavra da mãe como elemento estruturante de um poder capaz de por um fim – ou em suspensão até que nova interação se inicie, trabalhamos com essa perspectiva – à interação: “chega de conversa!”. Outra pista era deixada? Se a relação entre a criança e o

---

1. Doutor em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Pesquisador do Laboratório de Pesquisa em Comunicação e Saúde (Laces) e Coordenador e docente do Programa de Pós-Graduação em Informação, Comunicação e Saúde (PPGICS), ambos do Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica da Fundação Oswaldo Cruz (Icict/Fiocruz). E-mail: wilson.borges@icict.fiocruz.br.

2. Doutor em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Pesquisador do Laboratório de Pesquisa em Comunicação e Saúde (Laces) e Diretor do Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica da Fundação Oswaldo Cruz (Icict/Fiocruz). E-mail: rodrigo.murtinho@icict.fiocruz.br.

Outro<sup>3</sup> (nesse caso, sua mãe) marca a entrada daquele ser num mundo simbólico, através de complexos jogos, simbolicamente “encenados”, julgamos ser pertinente nossa percepção de que, em última instância, o elemento ficcional é uma expressão das realidades internalizadas.

Ora, se também concordarmos com Fausto Neto (2010), para quem os processos de circulação instituem novas formas de interação entre produtores e receptores de mensagens, damos mais um passo na direção de colocar a mídia no centro de nossas investigações, compreendendo-a por tomá-la com um grande Outro, capaz de, a partir de seus estímulos (aqueles postos em circulação), ser responsável, em larga medida, por conteúdos social e culturalmente produzidos que, desde a primeira infância, compõem a forma como os processos comunicacionais ou interacionais são interiorizados. Nesses termos, tomar os meios massivos de comunicação como objeto de pesquisa torna-se central. Entretanto, há aqui um duplo movimento que precisa desde já ser evidenciado: o primeiro é aquele que assumimos como a anatomia de um instante (CERCAS), um instante que é político e que funciona como uma espécie de fotografia da ação política tomada como merecedora de análises; o outro é a observação da estrutura política e social, como espelhamento da formação social vigente (com traços das permanências de longa duração). É por isso que o resultado do trabalho que apresentamos se mostrará pendular, indo do particular ao geral e do geral voltando ao particular. Não foi outro o motivo para que a dialética entre a “uberização da vida” e a oligopolização do poder (manifesto na ação da mídia) nos parecesse mais que oportuna.

Há ainda um terceiro elemento que precisa ser destacado. O lugar da saúde nesse processo. Para nós, a saúde está sendo tomada como política pública, campo, prática social que se estrutura nos espaços de construção da democracia representativa e da midiaticização. Logo é espaço estratégico de ação política e intenso campo de disputas, sem mencionar a incrível soma de recursos que é capaz de movimentar. Nestes termos, falar de saúde é falar de uma arena onde o real do antagonismo social pode ser capturado, especialmente num quadro mais geral onde um regime de governamentalidade (neoliberal) emerge como marca indelével, reificando processos de individuação e de autoresponsabilização: uma individuação

---

3. O Outro é o traço do coletivo que constitui o sujeito, mas que lhe é externo.

que não começa nesse momento histórico (neste “instante político”), mas em outro, naquele mesmo em que os processos de interação entre a mãe (Outro) e a criança (sujeito desejante) se iniciam. Esse é precisamente o movimento que nos faz por luz sobre a “uberização da vida”. Ele revela não apenas uma conjuntura, mas uma estrutura onde ter um plano de saúde revela modos de ser e de fazer próprios dos protocolos tecno-midiáticos. Assim, menos nos interessa mencionar as contradições entre consumir um plano de saúde e brigar pela saúde como um direito e mais apontar como estratégias de interpelação, ao apontar a falta de alternativas, sob a égide da liberdade individual da escolha, forjam um caleidoscópio de opções, condutas, ações políticas.

## 2. Já que “Marx inventou o sintoma”<sup>4</sup>: examinemos a “uberização da vida”

Para exposição dos nossos argumentos, é fundamental que explicitemos o *lugar* a partir do qual a posição de uberização é tomada. “Uberização da vida” é compreendida como o correspondente filosófico para a dimensão econômica (capitalista) atravessada pela brutal divisão e exploração do trabalho que tem no motorista de Uber<sup>5</sup> umas de suas expressões mais bem acabadas. Nesses termos, a “uberização da vida” emergiria como uma categoria explicativa para o fenômeno através do qual ao indivíduo são atribuídas todas as vicissitudes para uma ação (ou desempenho) cuja responsabilidade, no mais das vezes, lhe é exterior. No limite, o que se opera nesse processo é a privatização dos direitos individuais. O empreendedorismo se converte na fantasia ideológica do empreendedor: o indivíduo se desloca do lugar do trabalhador para o do empresário.

---

4. Essa afirmação parte do trabalho produzido por Slavoj Žižek, cujo título original é: “Como Marx inventou o sintoma?” (1996).

5. Uber (Uber Technologies Inc.) é um aplicativo de transporte que permite a busca baseada na localização, que oferece um serviço semelhante ao do táxi. Nele, há determinados caracteres (como a total responsabilidade do motorista [o motorista do Uber] pela conservação, manutenção, seguro, abastecimento de seu veículo) que colocam o motorista, pelo menos do ponto de vista discursivo, como um *empreendedor*: aquele que arca com todos os custos pela operação (também conhecida como carona remunerada). A empresa responsável pelo aplicativo fica com 25% da arrecadação total (montante bruto) do serviço.



Quando assumimos então que “Marx inventou o sintoma”, nos colocamos diante de um processo analítico em que o assujeitamento do uber (que daqui em diante trataremos como o motorista que é chamado através do aplicativo) dialoga com a determinação social em que tais “relações profissionais” (trabalhador x empresa, empreendedor x aplicativo) são esvaziadas de seus contextos de produção, transmutando-se em relações naturalizadas: o empreender não o é apenas enquanto motorista de um aplicativo, mas sim diante de todos os campos da vida social. É por isso que, entre cobrar do Estado por um serviço de saúde de qualidade e comprar um plano de saúde que o distingua como alguém que, por seu próprio esforço, adquire tal produto, a cobrança é para que o Estado ofereça não um atendimento via Sistema Único de Saúde (SUS), mas um plano de saúde a preço popular. Mais adiante retornaremos a esse ponto. Nesse momento, o que nos interessa sublinhar é que o uber é o sintoma (o segredo da forma mercadoria, para Marx; a mensagem recalcada, para Freud) da individualização e da autoresponsabilização sugeridos pela ideologia dominante.

Ao pensar na chave de compreensão proposta por Žižek (1996), cuja abordagem central é a aproximação de dois métodos interpretativos – o marxista e o psicanalista – na busca do desvendamento do segredo que subjaz a própria forma, a “uberização da vida” pode ser tomada tanto em sua forma mercadoria (eliminando-se, por exemplo, a aparência de que o valor dessa mercadoria depende de uma brutal exploração e não de um acaso) como na sua forma sonho (capturando, neste caso, o conteúdo manifesto no sonho, articulado inconscientemente nesse sonho, de que o sujeito “motorista de uber” é o verdadeiro empreendedor). Tanto num caso como no outro, estamos diante daquilo que Orlandi (2007) chamou de sujeito discursivo, produzido pelo mecanismo do (des)conhecimento ideológico (PÊCHEUX, 1996). Nesse processo, tanto a ideologia como o inconsciente operam dissimulando sua própria existência.

Quando Žižek aponta que a “ordem simbólica é precisamente uma ordem formal que suplementa e/ou rompe a relação dual da realidade factual ‘externa’ com a experiência subjetiva ‘interna’” (1996, p. 304), na direção de indicar que o segredo da forma é que ela disfarçou-se, ele nos dá uma importante pista de como se opera o processo de assujeitamento, mencionando, inclusive, que um não conhecimento da realidade (abstração real) é parte da própria essência da efetividade social da troca merca-

doria. Na mesma direção, Orlandi destaca que ele [assujeitamento] “tem uma forma histórica que depende da *conjuntura* de uma época” (2007, p. 1, grifo nosso). Nos termos aqui colocados, e concordando com ambos, nos parece absolutamente plausível um processo de investigação que tome a uberização não apenas como a *anatomia de um instante*, mas como uma *anatomia de uma conjuntura* e a *anatomia de uma estrutura social* (formação social). Colocado em outros termos, se, para Orlandi, a conjuntura de uma época é a época contemporânea, não podemos interpretar a uberização fora das formações imaginárias produzidas pelo e com o capitalismo.

Ainda que nos dediquemos mais adiante à mídia, é oportuno nos interrogarmos: como pensar a democracia (e o pleno exercício da cidadania) numa sociedade de classes onde o poder e a distinção (assim como ocorre com certa noção de mérito e de meritocracia) são apresentados (e representados – por que não dizer encenados) diariamente nos veículos massivos de comunicação? E como pensá-la num quadro crescente de concentração de tais veículos, que conduz, numa perspectiva, à oligopolização do poder? Mais ainda: diante de colossal concentração da mídia, como seria possível interferir na formulação de políticas públicas (no caso que nos interessa, nomeadamente as de saúde), haja vista as “verdades sobre o mundo” que são postas para circular em larguíssima escala dentro de uma conjuntura/contexto de avanço da agenda neoliberal?

Para nós, a principal perspectiva de interpretação dos fenômenos sociais que hoje assistimos é tomar o antagonismo social como o motor da história. Isso significa denunciar a dimensão fundamental da ideologia: “ela não é simplesmente uma falsa consciência, uma representação ilusória da realidade; antes, é essa mesma realidade que já deve ser concebida como ideológica” (ŽIŽEK, 1996, p. 305-6). A compreensão dessa realidade concebida como ideológica implica a percepção de como o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia (ALTHUSSER, 1996, 1985; PÊCHEUX, 1996; ORLANDI, 2007). Nas palavras de Orlandi: “uma vez interpelado em sujeito pela ideologia (...) o indivíduo agora sujeito determina-se pelo modo como, na história, terá sua forma individualizada concreta pelas instituições” (Ibid., p. 3). E continua: “no caso do capitalismo, tem a forma de um indivíduo livre de coerções e responsável que deve responder, como sujeito de direito, frente ao Estado e aos outros sujeitos” (Ibid.).

Esse efeito de (des)conhecimento, que se materializa nas ideologias em

práticas, como as qualificou Pêcheux, encontra nos Aparelhos Ideológicos de Estados – AIE (ALTHUSSER, 1985, 1996) o local e meio de realização da classe dominante. Embora expressão dessa classe, é através do movimento de concentração (ou de oligopolização, como qualificamos mais acima) dessa classe que, paradoxalmente, nos é revelado que as possibilidades de transformação se tornam mais evidentes. Em outras palavras, quanto mais se gasta para a manutenção da ideologia dominante, mais as possibilidades de transformação ficam evidentes. Recorramos a um exemplo dessa contradição. No dia 8 de maio de 2019 foi organizado um movimento internacional de greve do uber. Incomodados com o fato de a empresa abrir seu capital na Bolsa de Nova York, os motoristas do aplicativo se organizaram para uma paralisação de 24 horas. Ora, diante da (percepção?) da exploração por parte dos controladores da Uber Inc., os *empreendedores* recorreram a um dispositivo presente nas relações trabalhistas como forma de protestar diante de uma relação entre *parceiros de negócio* (um dos muitos eufemismos utilizados pelo chamado mundo corporativo para disfarçar as relações de exploração). Nesses termos, os AIE foram simultaneamente sede e condições ideológicas das transformações das condições de produção.

É chegado então o momento de enunciar a principal tese que está presente neste trabalho quando nos propomos a analisar as anatomias de um *instante* (face a velocidade com que as transformações são operadas, no mais das vezes para a manutenção da estrutura social), de uma *conjuntura* e de uma *estrutura* a partir do estudo da ideologia: trata-se de investigar, por um lado, as ideologias (que têm existência material concreta [que se materializam num instante] e estão em constante disputa [cuja conjuntura nos revela a vencedora]) e, por outro, a Ideologia (aquela que é a-histórica, que atravessa todas as formações históricas), que é estrutural. Como nos mostra Pêcheux:

O conceito de ideologia em geral torna possível pensar o “homem” como um “animal ideológico”, ou seja, pensar em sua especificidade como parte da natureza (...): A história é um imenso sistema “natural humano” em movimento, e o motor da história é a luta de classes (...). É dentro desse processo “natural humano” da história que a ideologia é eterna (oni

-histórica) – afirmação que lembra a expressão freudiana “o inconsciente é eterno”. (1996, p. 148)

Embora recorra a elementos das relações de trabalho, o motorista do uber (em particular) e o sujeito “uberizado” (em geral), o indivíduo da contemporaneidade não se vê na condição de explorado porque tanto a ideologia quanto o inconsciente operam ocultando sua própria existência, “produzindo uma rede de verdades ‘subjettivas’ evidentes (consumidor e não cidadão, por exemplo), com subjettivas significando, aqui, não ‘que afetam o sujeito’, mas ‘em que o sujeito se constitui’” (Ibid., p. 148). Assim, quando postos em circulação pela mídia, os discursos produzem um efeito ideológico elementar: uma auto-evidência de verdade que acaba por conduzir a uma auto-evidência de sentidos. E é precisamente nesse processo que a figura de interpelação – o momento quando o indivíduo é chamado a existir como sujeito pela ideologia – vincula “a constituição do sentido com a constituição do sujeito (...) produzindo uma ‘evidência de identidade’” (Ibid., p. 149-150). O que tal evidência parece manter subsumido, opaco, é o fato de que toda evidência de identidade (sou uber) esconde o fato de que ela é resultado de uma identificação-interpelação do sujeito (sou empreendedor, [micro]empresário), “cuja origem externa, não-obstante, lhe é estranhamente familiar” (Ibid., p. 150).

### 3. Em termos metodológicos, analiticamente devemos...

Nossa proposta central é refletir sobre como, ao levar a debate público uma proposta de *planos populares de saúde*, no limite, o que se esconde é uma poderosa estratégia de interpelação. Quando postas em circulação, em larga escala, pelos meios massivos, o que se pode observar é um efeito de naturalização na direção de constituir a noção de que a única alternativa para a atenção à saúde da população é a compra dos chamados planos de saúde. Um dos elementos obstaculizados nesse processo é o fato de que, entre a opção por um sistema público de saúde e planos “a preços populares” (a categoria popular aqui é tão opaca quanto o próprio interesse de quem a defende), aparecem associados os interesses dos operadores privados da saúde (que anunciam, inclusive) e seu braço discursivo, a mídia tradicional. Nesses termos, ao anunciar “as vantagens” de um

produto a preço popular, o que não se coloca em discussão é o fato de que a parte interessada oculta seu lugar através de uma pretensa neutralidade.

É por isso que defendemos que a análise das narrativas contidas nos meios de comunicação revela não uma verdade *no* que relatam, mas *pele* que relatam, encobrindo coisas e revelando outras. Para tanto, na busca de encontrar o segredo da própria forma, lançamos mão de um método – o indiciário, para Carlo Ginzburg (1989); o da clínica do social, para Manoel Tosta Berlinck. Nessa perspectiva, tal método, partindo de casos pretensamente singulares, particulares, nos permite fazer uma análise que verifica e aponta as tensões existentes entre o instante, a conjuntura e a estrutura, tomando o antagonismo social como o motor da história. Note-se que não se trata de tomar o processo de comunicação numa perspectiva de standartização dos polos que dela participarão (produtores e consumidores dos conteúdos midiáticos). Trata-se, antes, de fazer aquele movimento que compreende “jogos complexos de oferta e reconhecimento (...) onde se realiza o trabalho de negociação e desapropriação de sentidos” (FAUSTO NETO, 2010, p. 63).

Uma das potências que o método oferece é a possibilidade de se identificar estruturas de pensamento como uma espécie de síntese social, mapeando como as novas formas de poder fornecem elementos para a construção de uma organização política. Com essa proposta, pretende-se acessar as narrativas midiáticas na função de mediadora entre os interesses corporativos e os interesses de classe na organização política de nossa sociedade. Julgamos que, quando busca estabelecer linhas do que qualifica como *indiciarismo*, Carlo Ginzburg evidencia que se trata de um paradigma cujas raízes são muito longevas. Para tanto, pistas, sinais, indícios não deveriam ser buscados no que estariam dispostos à percepção num primeiro olhar, mas em “indícios imperceptíveis para a maioria” (GINZBURG, 1989, p. 145). Aqui, apresentamos uma primeira vinculação entre o método indiciário e o método da análise de discursos, tendo em vista Freud ter ponderado que o discurso é o material pelo qual é possível alcançar uma dimensão que passaria a ser o objeto da psicanálise: o inconsciente. Para Freud e Ginzburg, dados marginais são reveladores de traços ligados à tradição cultural, escapando de uma dimensão puramente individual.

Se a premissa for válida, Freud promoveu uma dupla inovação, na perspectiva sublinhada por Martín-Barbero: revelou que o “inconsciente é

a ‘marca’ do corpo, e, no corpo, da mudança, da fratura, do deslocamento e do compromisso que, para os sujeitos, a pressão traz, e o controle que toda a sociedade impõe ao desejo” e descobriu o “papel do discurso como mediação através da qual o homem se arranca à substancialidade e à imediatez do biológico” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 75). Numa aproximação entre história e psicanálise, a partir do pensamento de Peter Gay (2000), é possível apontar o quanto a formação do eu (mundo interno) é atravessada pela cultura (o mundo externo), através de conflitos particulares moldados por forças externas.

Ginzburg evidencia outra aproximação: entre o indiciário e a semiologia – com ambos entrevê-se o modelo da semiótica médica. Sem esgotar a aproximação do indiciário e da análise dos discursos com a semiologia (médica), é possível remontar realidades complexas lançando mão de pistas, sintomas, indícios. Outro elemento que nos autoriza o uso do método indiciário na investigação em ciências sociais, em particular na análise das narrativas midiáticas, é que tal paradigma pode se converter, como aponta Ginzburg, num instrumento de dissolução das névoas da ideologia. Martín-Barbero, ao denunciar a opacidade do social, afirma que a realidade social deveria ser recuperada a partir da construção de um mapa noturno. Para nós, é aí que reside a grande força do método: o recurso à teoria psicanalítica como possibilidade de captura do espectro da ideologia – em uma dupla dimensão: do real e do imaginário –, através de sua dimensão sintomal.

A leitura da ideologia a partir dos sintomas que se manifestam no cotidiano das relações sociais também encontra solo fecundo naquilo que o psicanalista francês Paul-Laurent Assoun qualificou como uma *Antropologia Psicanalítica*. Em entrevista concedida à também psicanalista Cristina Lindenmeyer (2018), o pesquisador francês estabelece uma aproximação entre a psicanálise e as ciências sociais a partir da compreensão de que a psicanálise é “teoria e clínica do coletivo” (Ibid., p. 432). Tal premissa é sustentada a partir da obra *Psicologia das massas e análise do eu* (FREUD, 1998c), na qual, para Assoun, Freud sustenta que o sujeito traz em si o traço do outro e do coletivo. Ora, tal perspectiva nos autoriza a fazer um duplo movimento: o primeiro é o de aceitar que a origem da consciência é social – o inconsciente é a voz do Outro internalizada, como nos advertiu Freud – e que ela está impregnada de ideologia; o segundo, a partir da

compreensão de que todo discurso mostra coisas (ocultando outras), que a mídia se torna o grande palco para que determinadas coisas essas sejam mostradas como se não houvesse alternativas, sem que se leve em consideração que o ambiente social constitui o fenômeno e que o contexto fala sobre qualquer objeto.

Nos termos colocados por Assoun, partindo da compreensão de que Lacan acentua a premissa freudiana (ao assumir que a fala é a fala do Outro), “a antropologia psicanalítica é a psicanálise como antropologia, e é uma antropologia freudiana pelo próprio fato de estar diretamente articulada à hipótese do inconsciente” (LINDENMEYER, 2018, p. 433). Para que consigamos acessar a estrutura dos fenômenos sociais, verificando se eles mudaram nos últimos tempos, devemos, como nos ensina Assoun, trabalhar com a matéria prima que “rege a relação entre os seres falantes, aquela a que Lacan chamou de discurso, uma instância que é social (...) e que vêm a dar razão, interpelar no sentido mais forte a antropologia psicanalítica” (Ibid., p. 433). Para seguir explicando:

A antropologia psicanalítica é um instrumento de observação em relação a esses discursos que sustentam a ideia de que atualmente existe uma metamorfose, ou uma mutação social. Existe, assim, a vigência de uma ideia que promove a perspectiva do *novo*, enquanto nós pensamos que a estrutura não mudou. Na atualidade, o que se verifica é o contrário, **pois o homem contemporâneo, sob todas as suas características atuais, continua atravessado pelos seus medos infantis**, e a realidade fornece um alimento cotidiano para a construção de seus sintomas. (Ibid., p. 433, grifos nossos)

Para nós, a midiaticização é a dimensão analítica central: não a midiaticização do conteúdo, mas a da forma-conteúdo, da forma-mercadoria, de um conteúdo que jaz na forma. Tal perspectiva é tomada como um processo de privatização dos próprios direitos individuais: o empreendedorismo do século XXI traz as marcas do *self-made man*, cujo impulso pelo mundo se faz sentir durante os anos da Guerra Fria e do processo de expansão fabril norte-americano. O que tal privatização esconde é que ela “não pode” prescindir do Estado. Este precisa ser o responsável pela pro-

teção e socorro em tempos difíceis – é como se uma espécie de seguro (ou um tipo de bolsa-empresário) pudesse ser acionado para salvar o grande (não o pequeno, o motorista de uber ou o portador de plano de saúde, por exemplo) empreendedor, responsável pelo desenvolvimento de um país.

O que nos é possível verificar é que é a própria contradição que funciona como base da cultura. Tal contradição, como defende Assoun, “é o sintoma vivo daquilo que Freud denominará, vinte anos mais tarde [em *Totem e tabu*], de mal-estar da cultura” (Ibid., p. 434). Atualizando no tempo e no espaço o sintoma desse mal-estar, poderíamos identificar a “uberização da vida” como o sintoma contemporâneo “do mal-estar na cultura que se deita no divã, o que quer dizer que compreender o sintoma do neurótico é também articulá-lo com o contexto cultural no qual ele vive” (Ibid.). Para concluir: “o sintoma é o evento que denuncia a contradição que funda a sua cultura. Se o neurótico tem *sintoma* é porque ele é o sintoma de sua própria cultura” (Ibid., p. 435). Em última instância, o que nos interessa sublinhar é a aplicação da psicanálise não como terapia, mas como uma teoria do social. O que significa tomar o método indiciário ou o método clínico para a investigação de fenômenos que, embora se manifestem individualmente, são processos de subjetivação de desigualdades sociais manifestos na cultura.

#### 4. O conceito central é o de ideologia

Ideologia é aqui compreendida como o movimento de eternização de relações que são historicamente específicas, mas que mantêm certa homologia ao longo da história. Nesse sentido, buscamos evidenciar como a ideologia está associada à noção de como as ideias surgem e permanecem no tempo. Com essa proposta, o que desejamos é colocar luz sobre as *lutas ideológicas*: em vez de contemplar significados fixos, trabalhamos com a percepção de que o signo é a própria arena do antagonismo social, é o campo onde a batalha realmente acontece. Daí darmos tanta importância aos movimentos pelos quais os meios massivos de comunicação constroem narrativas que naturalizam (ou que buscam naturalizar) aquilo que é (e foi) social e culturalmente construído. A linguagem se converte no próprio meio de pensamento e cálculo ideológico de onde o real do antagonismo emerge como sintoma.



A base de nossas investigações é a de que a luta ideológica é travada na cultura. Uma das arenas mais visíveis é a mídia, especialmente nos relatos produzidos pelos meios massivos de informação, particularmente porque é nesse campo que podemos capturar o embate em torno da construção hegemônica de significados, travestido sob o prisma da descrição objetiva da realidade. Esse tem sido o sentido de, partindo das questões imersas nos trabalhos de Hall (2000; 2003) e Žižek (1992; 1996), sustentarmos que é na ação dos meios que podemos capturar o real da luta de classes. Se a ideologia mascara ou deforma a realidade, tal processo acontece por um efeito de naturalização que contém a *marca da fábrica*, isto é, uma *forma* de produção onde “categorias ideológicas ‘escondem’ a realidade subjacente às relações e as substituem pelas verdades das relações de mercado” (HALL, 2003, p. 278).

Como os fatos disfarçam a forma mercadoria das narrativas da imprensa, o que se produz é uma espécie de amálgama entre história e acontecimento; entre acontecimento e espetáculo; entre informação e propaganda. Por isso, fazemos emergir aquilo que as narrativas jornalísticas deixam meio-dito, interdito, iluminando os processos históricos, revelando os jogos de poder e de desejo, “não de um poder e de um desejo abstratos, mas desses bem concretos que amordaçam e lutam no cotidiano de nossas massas da América Latina” (MARTIN-BARBERO, 2004, p. 69). Uma das características centrais de nossa abordagem é exatamente o lugar da ideologia nas narrativas midiáticas. Para nós, elas revelam aquilo que Žižek (1996) qualificou como o espectro da ideologia, propondo que esta fosse compreendida em sua dimensão sintomal: “não há ideologia que não se afirme distinguindo-se de outra ‘mera ideologia’; não existe realidade [ideológica] sem seu espectro” (Ibid., p. 25)

A partir da dimensão do espectro, tomando como referência o Real em Lacan, isto é, a parte da realidade que permanece não simbolizada e que retorna sob a forma de aparições espectrais, Žižek vai identificar a realidade

não como “a própria coisa”, que é sempre já simbolizado, constituído e estruturado por mecanismos simbólicos – e o problema reside no fato de que a simbolização, em última instância, sempre fracassa, jamais consegue “abarcá-la” inteiramente.

ramente o real, sempre implica uma dívida simbólica não quitada, não redimida (1996, p. 26).

Por isso, o movimento do analista deve ser o de “detectar o núcleo sócio-histórico dos conceitos freudianos fundamentais, demonstrar a formação social e histórica das pretensas pulsões ‘a-históricas’, fazer ver, no ‘supereu’, a ‘internalização’ psíquica das instâncias ideológicas específicas de uma dada sociedade” (Ibid., p. 30) É a partir de Žižek (Ibid.) que assumimos a presença da ideologia em espaços e lugares onde não se imagina que ela esteja. Numa crise de representatividade como a brasileira, a própria noção de “política” é produzida em um sentido pejorativo: como se houvesse sujeitos “não-políticos” e as relações sociais não fossem permeadas de relações de poder e orientações ideológicas. Esse movimento é crescente entre nós e pode ser percebido em vários âmbitos.<sup>6</sup>

Coloquemos a saúde no centro do debate. Tomemos uma notícia na qual apontamos o caráter ideológico (por ser vinculado a um projeto populista) da manutenção de um sistema público de saúde universal. Nessa estratégia, porque anunciada de maneira “objetiva”, podemos observar “duas camadas” de ideologia: uma presente na denúncia do caráter ideológico da manutenção do sistema; outra, pela escolha de quem, com que espaço, com que enquadramento, promove a denúncia e, paralelamente, anuncia que a melhor saída é a privatização da saúde (com a defesa dos planos populares, por exemplo). O que se oferece é a construção de mentalidades, estas entendidas como uma mistificação ideológica ardisosa, porque esconde a posição de quem narra e que atenua a responsabilidade pelo agir.

Quando acentuamos a dimensão das evidências de sentido nas páginas dos jornais, está em nosso horizonte o caráter *pedagógico* contido nesses relatos, na mesma direção sublinhada por Pêcheux: “os ‘objetos’ ideológicos são sempre fornecidos juntamente com seu ‘modo de usar’ – seu sentido, isto é, sua orientação, ou seja, os interesses de classe a que servem” (1996, p. 145). Um debate sobre a oferta de planos de saúde populares, anunciada por um jornal (um Aparelho Ideológico de Estado, nos termos althusserianos), não é apenas uma notícia ou reportagem. É o aspecto

---

6. O projeto “Escola Sem Partido”, presente na pauta dos debates educacionais, mostra a pertinência dessa leitura.

ideológico que existe na luta para impor novas relações de desigualdade-subordinação (Ibid.) Ou, os planos de saúde “populares” ofereceriam os mesmos serviços que os chamados planos top? Numa sentença: “a *constituição do sentido* está vinculada à *constituição do sujeito*” (Ibid., p. 149). Logo, todo sujeito é *chamado* a existir pelas ideologias.

Nossa opção metodológica é observar as texturas midiáticas que interpelam atores sociais, num processo onde se mercantiliza, fetichizando as relações de troca, as ideologias. O que se esconde, assim, são relações de subordinação, evidenciando que “as identidades escondem o fato de que elas são resultado de uma identificação-interpelação do sujeito, cuja origem externa, não obstante, lhe são estranhamente familiar” (Ibid., p. 150). A aproximação entre a abordagem marxista e a psicanalítica está na homologia entre os dois métodos interpretativos: no primeiro, da *forma mercadoria*; no segundo, da *forma sonho* (ŽIŽEK, 1996). Ambos buscam desvelar o segredo da própria forma, em vez de um conteúdo por trás da forma. Procuram evitar o fascínio fetichista do conteúdo, explicando como o sentido que está oculto disfarçou-se nessa forma. Daí advém, como sustenta Žižek, a relação entre ideologia e sintoma, onde aquela representaria “uma formação cuja própria existência implica certo não conhecimento por parte do sujeito: o sujeito só pode ‘gozar com seu sintoma’ na medida em que sua lógica lhe escapa” (Ibid., p. 306). É assim no sonho, é assim no fetichismo da mercadoria. Tanto um quanto o outro assumem uma forma particular de pensamento.

O sintoma marxista estaria revelado “na identificação de certa fissura, de uma assimetria, de um certo desequilíbrio ‘patológico’ que desmente o universalismo dos ‘direitos e deveres’ burgueses” (Ibid., p. 306). Se recuperarmos o exemplo da proposta de criação de um plano de saúde popular como alternativa para enfrentar “os limites do SUS”, podemos identificá-la como essa fissura, essa assimetria, esse desequilíbrio. Inicialmente, pelo simples fato de nem todos poderem arcar com os custos do mencionado modelo de plano de saúde, especialmente num quadro de 14% de desemprego. É por isso que temos assumido a perspectiva zizekiana de que o *método marxista elementar da crítica da ideologia já é em si sintomático*, consistindo “em detectar um ponto de ruptura heterogêneo para um dado campo ideológico, e ao mesmo tempo necessário para que esse campo consiga seu fechamento, sua forma acabada” (Ibid., p. 306).

É dentro de um campo ideológico sustentado pelo capital dos operadores privados da saúde que a proposta de um *plano popular* emerge como sintoma: ao observarmos essa proposta de liberdade de *escolher*, dentre as opções disponíveis, o “melhor plano”, que só pode ser adquirido quando o trabalhador também *escolhe* vender sua força de trabalho ao capital, estamos diante do desvelamento desse todo universal – sem emprego, ou mesmo com baixos salários, não é possível escolher como “cuidar” da saúde. Assim, a liberdade para escolher entre um sistema de saúde constitucionalmente integral, universal e equânime e que não depende de desembolso direto do usuário para ser acessado, como é o caso do SUS, e um custeado diretamente pelo consumidor, como o plano de saúde “popular”, é uma falsa liberdade de escolha. É, antes, o reflexo do fetichismo da mercadoria, isto é, tal como definiu Marx, “uma relação social definida entre homens, que assume aos seus olhos a forma fantasiosa de relação entre coisas” (Ibid., p. 308).

Tal aparência ideológica de liberdade, de igualdade, encontra no ataque ao SUS, à Previdência Social, às leis trabalhistas o sintoma de uma verdade recalçada, que revela o total desejo de submissão (e de escravidão), cuja matriz pode ser encontrada na transição do feudalismo ao capitalismo. Nesse sentido, a fantasia ideológica está no desconhecimento da ilusão que estrutura tal realidade. Ou seja, não são a Saúde, a Previdência Social, a CLT, a Educação que estão sendo atacadas. São as próprias classes subalternas. Quando nos deparamos com enunciados que dão conta de que “é necessário fazer a reforma da Previdência”, que “a modernização das leis trabalhistas vai gerar novos empregos”, que “temos que reduzir o tamanho do SUS”, somos obrigados a concordar com Žižek: “o que se recalca não é a origem obscura da Lei, mas o próprio fato de que a Lei não tem que ser aceita como verdadeira, mas apenas necessária” (Ibid., p. 319).

Por traços, pistas, sinais deixados na superfície das narrativas midiáticas, ou, numa prática analítica em que o real pode ser acessado pelo simbólico, é possível detectar a presença das ideias dominantes no lugar onde se julga que ela não esteja. Retornemos então à dimensão anunciada anteriormente da “uberização da vida” associada aos planos de saúde chamados populares. Nesse momento, queremos enunciar uma de nossas hipóteses de investigação, especificamente aquela que toma o significante liberdade, associado à construção teórica de John Locke sobre a noção

de direito, para, a partir da ambivalência entre os registros conscientes/ inconscientes, interpelar atores sociais contemporâneos evidenciando suas liberdades de escolhas. Como a construção do liberalismo é tributária de Locke, julgamos igualmente oportuno recuperar o cerne de sua filosofia no que concerne aos direitos do homem, aqueles direitos que, superado o estado de natureza (já num estado pacífico), aquele já dotado de razão deveria ter: o direito à vida, à liberdade e aos bens (a propriedade privada). Se a formação do eu é atravessada pela cultura, através de conflitos particulares moldados por forças externas, a construção de noção de direito à propriedade privada pode fornecer elementos para compreensão do que significa ser empreendedor, empresário, dono do “seu próprio negócio” no século XXI.

## 5. “Uberização da vida”: um breve exercício das anatomias

Na anatomia de um instante, podemos tomar como referência o uber, o motorista de uber, como é popularmente chamado. Num regime onde a governamentalidade neoliberal é marca indelével, as noções de *self-made man*, da individuação e da autorresponsabilização consolidam um ambiente que pode ser qualificação como “uberização da vida”: liberdade e coação se equivalem, reforçando modos de ser e de fazer celebrados por protocolos tecno-midiáticos. Nesse modelo, como já havíamos antecipado, ocorre a privatização dos direitos individuais: o empreendedorismo se converte na fantasia ideológica de empreendedor (do pequeno empreendedor?) – o indivíduo se desloca fantasisticamente do lugar do trabalhador para o do empresário. Por isso nos interrogamos na primeira parte do trabalho: como lançar mão de greve (greve do uber) num ambiente em que a relação não é a de patrão (Uber) x empregado (uber), mas de parceiros (Uber e uber) de negócio? Embora o uber aqui seja apenas uma expressão da fragilização das relações de trabalho, como descartar a possibilidade de que as novas relações de negócio invadam outras áreas da vida?

Como *anatomia de um instante*, poderíamos concluir apressadamente que se trata *apenas* de uma forma contemporânea de otimização e maximização dos ganhos que uma relação liberal pode render. Entratento, somos provocados a inserir a relação Uber x uber numa conjuntura um pouco mais ampla, nomeadamente aquela que remete à construção do

Estado de bem-estar social que emergiu nos pós-guerra. Assim, do ponto de vista da análise, nos sentimos autorizados a compreender o processo de “uberização da vida” na *anatomia de uma conjuntura*. Entre as décadas de 1940 e 1980, que tem como marco a Declaração Universal dos Direitos do Homem (no plano internacional) e a Constituição *Cidadã* de 1988 (no plano nacional), o Brasil e parte do mundo podem desfrutar de certa melhora na distribuição da riqueza produzida. Por aqui, chegamos em 2018 (70 anos após ser publicada a DUDH) com 90% da população brasileira achando que sua situação econômica melhorou, mas 95% desse universo atribui que isso foi graças a Deus: Deus os iluminou e eles empreenderam e venceram?

Ora, se a suposta melhora é um efeito da natureza (ou da ação divina que paira sobre a natureza), não estaríamos nós diante da constatação de que a ideologia (que opera naturalizando relações sociais historicamente construídas) dominante, pelo menos temporariamente venceu? Ao tirar do antagonismo social e relegar à natureza (a divina, inclusive) a primazia por qualquer êxito, podemos constatar que a exploração camuflada de desígnio esconde a presença do Real do antagonismo, fornecendo as bases materiais para que o motorista de uber atribua a si (a uma falta de fé, por exemplo) o “fracasso” por não conseguir ascender a melhores condições de trabalho e de remuneração. Neste caso, ser o motorista de uber e não um dos controladores do aplicativo é resultado não nas aviltantes relações de exploração entre um segmento e outro, mas da “insuficiente” vontade de empreender num mercado liberal onde a mão invisível opera dando oportunidades iguais (?) a todos. Se você não chegou lá, levante mais cedo, trabalhe mais horas, não pare para almoçar ou para jantar. Assuma todos os riscos e dê 25% do valor bruto que arrecada para quem teve a ideia de te explorar.

Embora não se tenha clareza, o que se espera é que, comprando um veículo, abastecendo esse mesmo veículo, cobrindo despesas com manutenção, trabalhando 12, 14 horas diárias (do que arrecada,  $\frac{1}{4}$  do valor total fica com seu “parceiro de negócio”, a Uber), em algum momento, por uma fantasia ideológica, você poderá estar no lugar do controlador, nesse caso, da propriedade privada imaterial (Uber). Poderíamos recuar um pouco mais no tempo e, a partir de uma anatomia da estrutura, chegar ao século XVII e ao momento histórico da construção do chamado direito

natural do homem (LOCKE, 1998). Mas, que relação poderia haver entre a concepção individualista em Locke e o processo de “uberização da vida”? Para nós, ao propor a prioridade do direito à propriedade “que incluía não só os bens materiais dos indivíduos, mas também sua vida e sua liberdade” (COUTINHO, 2008, p. 53), Locke contribuiu para que tanto a liberdade quanto a vida fossem não direitos de todos os homens, mas de (alguns) indivíduos, o que dependeriam, em última instância, que também fossem objeto que conquista. Para Coutinho, essa versão liberal se consitiuiu na ideologia da classe burguesa,

Sobretudo porque Locke e seus seguidores consideravam como direito natural básico o direito à propriedade (que implicava também direito do proprietário sobre os bens produzidos pelo trabalhador assalariado [ou uberizado, incluiríamos]), o que terminou por recriar uma nova forma de desigualdade material entre os homens (2008, p. 53, acrescentamos nossos).

Na *anatomia da estrutura*, podemos dizer que o motorista de uber é a propriedade privada da Uber no século XXI. Se no século XVII a propriedade das pessoas (ou do resultado do trabalho das pessoas) é um direito natural, encontramos as bases para que todos os direitos sociais – resultados das lutas e conquistas que refletem as demandas sociais – encontrem no século XXI forte ataque por parte daqueles que, quase como um direito divino, detêm a propriedade privada. Nesses termos, reforça-se na contemporaneidade, pelo menos do ponto de vista do discurso, que, além do direito à vida, todo homem tem direito à liberdade (de escolher um plano de saúde, por exemplo) e à propriedade (especialmente aquela responsável por permitir que a grande propriedade privada cresça ainda mais).

Quando, num movimento pendular, voltamos novamente ao intervalo entre as décadas de 1940 e 1980 para capturar a *anatomia da conjuntura*, no mesmo quadro em que se inicia a construção de Estados de bem-estar social, também assistimos a um panorama (pelo menos é o caso brasileiro) em que a difusão de massa cresce aceleradamente na direção daquilo que nomeamos como oligopolização do poder (econômico, político, comunicacional...). Nesse cenário, consolida-se, igualmente, um novo feixe de re-

lações (FAUSTO NETO), uma nova ambiência (SODRÉ): a midiaticização. Com ela, interiorizam-se práticas e dispositivos comunicacionais cujo estágio atual encontra reflexo nas chamadas mídia sociais digitais.

Nos termos aqui colocados, nossa compreensão aponta para um momento histórico em que a concentração dos meios massivos de comunicação nas mãos de umas poucas famílias se revela um importante componente daquilo que entendemos ser a base do antagonismo social brasileiro: de um lado os grandes oligopólios buscando conservar seus “direitos naturais”; de outro, as classes subalternas buscando uma melhor distribuição das riquezas produzidas. De um lado, um grupo que precisa do Estado para manter seus privilégios; de outro, os que precisam do mesmo Estado para que este incorpore os resultados das lutas e conquistas sociais. A Constituição de 1988, nesses termos, representa certo amálgama das demandas dos dois lados, porém, com certos traços conservadores, como é a liberdade das empresas privadas de saúde operarem no Sistema Único de Saúde.

Como um dos resultados desse processo, a *anatomia do instante* nos revela aquilo que qualificamos como “meu plano, minha vida”<sup>7</sup>. A defesa do direito à aquisição de um plano de saúde popular deve ser compreendida como estando imersa no processo de “uberização da vida”: neste caso, parte da população briga pelo direito do Estado não ter que se responsabilizar pela saúde de sua população – aqui a ideologia se manifesta com toda sua pujança: *eles não sabem o que fazem, mas fazem*, diria Marx –, dando conta de um processo pelo qual o indivíduo passa a autoresponsabilizar-se, neste caso, pelo cuidado com a própria saúde (no limite, com a vida) que também consolida um ambiente em que liberdade (de escolher o “melhor” plano) e coação (custos e responsabilidade pela administração) se equivalem, reforçando modos de ser e de fazer celebrados igualmente por protocolos tecno-midiáticos. Nesse modelo, também ocorre a privatização dos direitos individuais: não a saúde como direitos de todos e dever do Estado, mas a capacidade de custear tais cuidados se convertendo na fantasia ideológica do empreendedor – posso pagar pelo plano, logo sou um liberal, não dependo do Estado.

---

7. A referência é obviamente uma alusão ao “Minha casa, minha vida”, programa social desenvolvido durante o governo da Presidenta Dilma Rousseff.



## 6. Ação da mídia, agenda neoliberal e crítica da ideologia

Toda construção narrativa é um efeito ideológico que produz uma evidência de verdade a partir de uma evidência de sentido, evidências essas que mascaram, como já mencionamos anteriormente, que tanto a ideologia quanto o inconsciente operam ocultando sua própria existência. Para nós, na medida em que a concentração (oligopolização) dos meios massivos de comunicação está na estrutura da realidade social brasileira, com relações patrimonialistas e clientelistas, com práticas centralizadoras, autoritárias e privatistas do Estado, aquilo que enuncia não é uma mensagem qualquer. Antes, se converte no grande Outro que constitui os sujeitos sociais. Nestes termos, desvendar a forma-conteúdo das narrativas midiáticas é buscar dissolver a própria realidade social, ideologicamente construída, mas que implica certo desconhecimento de quem dela participa.

É por isso que, como defende Žižek (1996) o método marxista de crítica da ideologia é sintomático: ele consiste em detectar um ponto de ruptura *heterogêneo* (para um dado campo ideológico) e *necessário* para que esse campo consiga sua forma acabada, o que implica certa lógica de exceção: *todo Universal ideológico* (a liberdade, a igualdade) é falso na medida em que um caso específico rompe sua unidade, expõe sua falsidade. Quando observarmos a “liberdade” do trabalhador de vender livremente sua mão de obra, sua força de trabalho, o que podemos perceber é que tal liberdade o escraviza ao capital. Assim, a liberdade de escolher o “melhor serviço de saúde”, em última instância, o aprisiona à lógica do capital, aos interesses liberais e/ou neoliberais. Em nossa avaliação, nesse processo, a mídia opera exatamente na manutenção do todo Universal à medida que reifica tais princípios (liberdade, igualdade), escamoteando esse lugar de uma pretensa neutralidade.<sup>8</sup>

A presença dessa agenda liberalizante, especialmente por sua executivização na mídia, interfere diretamente na forma como os atores sociais constroem sua identidade, bem como sua subjetividade. O exemplo do uber (o motorista-empresendedor) se revela um poderoso dispositivo

---

8. Uma neutralidade, uma imparcialidade, uma objetividade (especialmente através da imprensa) que, ao selecionar o que ou quem por ela se expressam, deixa de fora todos os atores e discursos que não operam na conformação desse todo Universal.

da forma como a ideologia interpela os *indivíduos* (teoricamente livres, iguais) como *sujeitos*, cuja constituição são construções sociais (pai, filho, marido, aluno, professor, eleitor, empreendedor, uber...). Nesse processo, o que parece ser negligenciado é o fato de que uma evidência de uma identidade esconde o fato de que ela é o resultado de uma identificação-interpelação do sujeito, cuja origem lhe é estranhamente particular. Essa individuação, imersa na figura do empreendedor (proprietário de seu carro, de seu plano de saúde), nesse processo que estamos qualificando como “uberização da vida”, funciona como dispositivo que interpela o sujeito ao isolacionismo, tornando-o senhor e responsável por todos os custos de suas escolhas. Por extensão, pelo menos na presente reflexão, esvaem-se as lutas e a necessidade construção de políticas sociais e públicas.

## 7. Referências

- ALTHUSSER, Louis. “Ideologia e Aparelhos Ideológicos de Estado: notas para uma investigação” In: ŽIŽEK, Slavoj (org.). *Um mapa da ideologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.
- \_\_\_\_\_. *Ideologia e aparelhos ideológicos de Estado: notas sobre os aparelhos ideológicos de Estado (AIE)*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985.
- BERLINCK, Manoel T. *Psicopatologia fundamental*. 1ª ed. São Paulo: Escuta, 2000.
- BORGES, Wilson C. A narratologia deve estar atenta à cultura. In: LERNER, Kátia; SACRAMENTO, Igor. (orgs.). *Saúde e jornalismo: interfaces contemporâneas*. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2014.
- \_\_\_\_\_. Espaço Publiidiático e hegemonia ideológica: construção narrativa atravessada pelo imaginário. *Passagens: Revista Internacional de História Política e Cultura Jurídica*, v. 2., n.4, mai.-ago. 2010. p. 153-180. DOI: 10.5533/1984-2503-20102407.
- CERCAS, Javier. *Anatomia de um instante*. 1ª ed. Rio de Janeiro: Biblioteca Azul/Globo Livros, 2012.
- COUTINHO, Carlos Nelson. *Contra a corrente: ensaios sobre democracia e socialismo*. 2ª ed. São Paulo: Cortez Editora, 2008.
- CHARANDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.

- FAUSTO NETO, Antônio. As bordas da circulação... *Alceu*, Rio de Janeiro, v. 10, n. 20, p 55-69, jan.-jun. 2010. Disponível em: <[revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu20\\_Neto.pdf](http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu20_Neto.pdf)>. Acesso em: 12 dez. 2010.
- FREUD, Sigmund. Totem e tabu. In: FREUD, Sigmund. *Edição Eletrônica Brasileira das Obras Completas, Volume XIII*. Rio de Janeiro: Imago, 1998.
- \_\_\_\_\_. Mal-estar na civilização. In: FREUD, Sigmund. *Edição Eletrônica Brasileira das Obras Completas, Volume XXI*. Rio de Janeiro: Imago, 1998.
- \_\_\_\_\_. “Psicologia das massas e análise do eu”. In: FREUD, Sigmund. *Edição Eletrônica Brasileira das Obras Completas, Volume XXI*. Rio de Janeiro: Imago, 1998.
- GAY, Peter. A psicanálise e o historiador. In: ROTH, Michael S. (org.). *Freud; conflito e cultura: ensaios sobre sua vida, obra e legado*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.
- GINZBURG, Carlo. *Mitos, emblemas e sinais*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Brasília: Ed. UFMG, 2003.
- \_\_\_\_\_. Quem precisa da identidade? In: SILVA, T. T. da (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- LINDENMEYER, Cristina. A antropologia psicanalítica: uma chave para pensar o contemporâneo. Entrevista com Paul-Laurent Assoun. *Rev. Latinoam. Psicopat. Fund.*, São Paulo, v. 21, n. 3, p. 431-441, jul.-set. 2018. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rlpf/v21n3/1415-4714-rlpf-21-3-0431.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2018.
- LOCKE, John. *Dois tratados sobre o governo*. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Ofício do cartógrafo*. São Paulo: Loyola, 2004.
- ORLANDI, Eni P. A questão do assujeitamento: um caso de determinação histórica. *Com Ciência – Revista Eletrônica de Jornalismo Científico*, São Paulo, v. 89, n. 1, p. 01-04, 10 jul. 2007. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edi>

cao=26&cid=296>. Acesso em: 07 set. 2017.

PÊCHEUX, Michel. O mecanismo do (des)conhecimento ideológico. In: ŽIŽEK, Slavoj. *Um mapa da ideologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.

VÁRGANY, Tomás. O pensamento político de John Locke e o surgimento do liberalismo. In: BORON, Atilio A (org.). *Filosofia política moderna: de Hobbes a Marx*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – CLACSO; São Paulo: Departamento de Ciências Políticas – DCP-FFLCH – Universidade de São Paulo, 2006.

ŽIŽEK, Slavoj. O espectro da ideologia. In: ŽIŽEK, Slavoj. *Um mapa da ideologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

\_\_\_\_\_. Como Marx inventou o sintoma? In: ŽIŽEK, Slavoj. *Um mapa da ideologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

# Cientista e jornalista a dupla hélice para compartilhar fazeres e democratizar saberes<sup>1</sup>

Carlos Alberto dos Santos<sup>2</sup>

## 1. Introdução

*Yo muy serio voy remando muy adentro sonrío  
Creo que he visto una luz al otro lado del río*  
Jorge Drexler

O TEMA DO EVENTO, *Midiatização e Reconfigurações da Democracia Representativa*, causou-me algum receio sobre a relevância de minha participação. De pronto senti-me como personagem da música de Jorge Drexler e, após cada palestra apresentada, fui-me ajustando ao contexto para chegar ao outro lado do rio. Acho que fiz a travessia com proveito pessoal, e espero que este relato colabore para a compreensão de minha atuação profissional, por parte dos colegas jornalistas.

Para apreciar como se situa a divulgação científica (DC) e o jornalismo científico (JC) na proposta temática do Pentálogo IX, é necessário uma compreensão mínima do que sejam essas duas atividades, que à vista do grande público podem parecer de mesma natureza, mas que na essência têm objetivos bem diferentes. Abordarei muito brevemente a natureza do jornalismo científico, para dedicar-me com maior precisão ao tratamento da divulgação científica.

Para sair de seu *locus* criativo para o grande público, a ciência usualmente passa pelos seguintes estágios: (1) produção pelos cientistas; (2)

---

1. Agradecimento a Luiz Fernando Ziebell (IF-UFRGS) e Cássio Leite Vieira (Instituto Ciência Hoje) pela leitura crítica dos originais.

2. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN) – campus Natal.

divulgação nos periódicos científicos; (3) divulgação para o público não especializado. Este último estágio, objeto do presente capítulo, compreende dois subestágios: (a) jornalismo científico; (b) divulgação científica. Entende-se aqui como jornalismo científico exclusivamente aquilo que é praticado na imprensa diária (DE-SEMIR, 2000; FÜRSICH; LESTER, 1996; MEDEIROS; RAMALHO; MASSARANI, 2010; RUBLESCKI, 2009; SCHAFFER, 2011), embora esse termo seja eventualmente usado na literatura de modo ambíguo, significando também aquilo que consideramos aqui como divulgação científica (GROSS, 2014).

Entre a abordagem puramente jornalística da ciência e a abordagem de divulgação científica há uma zona cinzenta geradora de tensões entre cientistas e jornalistas. Para produzir seu noticiário científico genuíno, o jornalista vale-se dos comunicados institucionais, ou de contatos diretos com os cientistas (DE-SEMIR, 2000; GROSS, 2014; VENEU; AMORIM; MASSARANI, 2008). Neste caso, há reclamação de parte a parte. De acordo com levantamento feito recentemente no Brasil (MASSARANI; PETERS, 2016), há uma tendência dos cientistas a acharem que a cobertura jornalística é imprecisa. Por outro lado, este levantamento mostra que não passa de um mito a ideia de que os cientistas são refratários ao contato com a imprensa. Aproximadamente 80% dos cientistas consultados atenderam a consultas de jornalistas nos três anos anteriores ao levantamento.

Analisando problemas recorrentes e novas perspectivas do jornalismo científico, Rublescki (2009) afirma que:

O Jornalismo Científico atua como um dos elementos de ligação entre a comunidade científica ou tecnológica e a sociedade em geral, fazendo de domínio público, em seu sentido mais amplo, os avanços desses campos. Ao profissional que nele atua cabe conciliar o papel informativo/disseminador de Informação Científica e Tecnológica com as regras, princípios e rotinas produtivas da imprensa.

Se no geral a afirmativa é verdadeira, na prática ela é totalmente verificada apenas em casos raríssimos. Para fazer “de domínio público, em seu sentido mais amplo”, os avanços científicos, o profissional da comunicação precisa dominar o conteúdo pertinente ao objeto da notícia. Como

bem destaca Vlademir de Semir (2000), o jornalista não dispõe de dois ou três dias para se dedicar a um único tópico. Essa reflexão de Semir está implícita naquela de Rublescki, quando ela afirma que cabe ao profissional do jornalismo científico “conciliar o papel informativo/disseminador de Informação Científica e Tecnológica com as regras, princípios e rotinas produtivas da imprensa”.

Acompanhamos a definição de jornalismo científico explicitada por Anelise Rublescki (2009):

Jornalismo Científico é, antes de tudo, Jornalismo, estando, portanto, sujeito às mesmas rotinas produtivas, práticas profissionais e normas empresariais de qualquer outro jornalismo, geral ou especializado. É farta a bibliografia sobre os constrangimentos empresariais, a cultura profissional e os determinantes pessoais que interferem na elaboração das notícias (...) e que moldam o campo do Jornalismo.

É extensa a literatura a respeito desse tema específico referente à caracterização e às dificuldades do jornalismo científico (DE-SEMIR, 2000; FÜRSICH; LESTER, 1996; GROSS, 2014; MASSARANI; PETERS, 2016; MEDEIROS; RAMALHO; MASSARANI, 2010; RUBLESCKI, 2009; SCHAFFER, 2011). Sua discussão detalhada foge ao escopo do presente capítulo, mas algumas reflexões são inteiramente aderentes e merecem destaque, sobretudo aquelas reflexões que penetram na zona cinza entre jornalismo científico e divulgação científica.

Talvez um exemplo icônico seja a análise textual que Fürsich e Lester fizeram da coluna *Science Times*, publicada semanalmente no *The New York Times* (FÜRSICH; LESTER, 1996). Como se percebe pela data da publicação, e a rápida evolução das tecnologias digitais desde então, essa análise talvez esteja um tanto ultrapassada, embora continue academicamente relevante. Em 1996, doze profissionais trabalhavam na seção de ciências do NYT, incluindo um médico. Eles não estavam premidos pela limitação de tempo usual no jornalismo, mas suas matérias obedeciam aos critérios jornalísticos usuais.

A linha analítica de Fürsich e Lester foi definida pelas seguintes questões: (1) Que discurso é criado na *Science Times* e como ele é criado?;

(2) Que tipo de leitor preferencial é definido? As questões são ótimas, mas infelizmente os autores preferiram abordá-las usando apenas artigos da subcoluna *Scientist at Work*, que era parte da *Science Times*. A *Scientist at Work* era uma coluna essencialmente sobre sociologia da ciência e não uma coluna que abordava assuntos de divulgação científica. Eles abdicaram de analisar o discurso do ponto de vista epistemológico. Provavelmente, se o fizessem observariam a dificuldade de quem trabalha na zona cinza entre o jornalismo científico e a divulgação científica. Talvez pudessem mostrar que, mesmo profissionais qualificados, eventualmente não conseguem romper a barreira epistemológica que se forma na zona cinza. Neste sentido, considero pertinente mencionar uma revisão que fiz de um livro publicado por um subeditor de ciências do NYT. Refiro-me a Dennis Overbye, que em 2000 publicou uma biografia de Einstein, cuja edição brasileira foi publicada em 2002 (OVERBYE, 2002).

Dennis Overbye obteve seu bacharelado em física no Massachusetts Institute of Technology, o sacrossanto MIT. Iniciou, mas não concluiu, estudos para obtenção de um mestrado em astronomia na Universidade da Califórnia, em Los Angeles. Iniciou sua vida de jornalista científico como editor assistente da revista *Sky and Telescope*, uma revista dirigida a astrônomos amadores. Depois ocupou o cargo de editor sênior da revista de divulgação científica *Discover Magazine*, até transformar-se em escritor *freelance*, publicando artigos na *Time*, *Science*, *The Los Angeles Times* e *The New York Times*, entre outras publicações. Desde 1998 trabalha no NYT.

Apesar de seu currículo e de ter um texto agradável, Overbye tropeça nas mesmas dificuldades enfrentadas por jornalistas sem formação científica. Na revisão que fiz de seu livro (DOS SANTOS, Carlos Alberto, 2004) escrevi:

O parágrafo de abertura de *Einstein Apaixonado. Um romance científico*, livro recentemente publicado por Dennis Overbye, é um magnífico prenúncio de que o mito Albert Einstein será revelado em toda a sua complexidade psicológica. Overbye manipula bem as palavras e constrói frases bem acabadas. Senão vejamos: “Zurique, 1897. Albert Einstein, 18 anos, está sentado no seu quarto, deprimido e com pena



de si mesmo. Seu corpo baixo e compacto está envolvido por um roupão esgarçado. (...) A luz de junho explode através das janelas que dão para a Unionstrasse, no coração do lendário e alastrado bairro estudantil. (...) O sol ri para todas as pessoas do mundo, menos para ele”. A expectativa de ver a confirmação de um Einstein mitificado aumenta quando ainda no primeiro capítulo o autor se refere à cidade onde Einstein nasceu: “Ulm fica na Suábia, região de colinas ondulantes no extremo sudoeste da Alemanha (...). Para os alemães, a Suábia era uma espécie de Middle Earth, um lugar tranquilo habitado por camponeses amistosos e pequenos burgueses falando um dialeto pitoresco”.

A maravilhosa construção do primeiro capítulo deixa o leitor sedento pela continuidade da leitura. Para quem conhece a literatura popular em torno de Einstein, sobretudo as biografias de Abraham Pais e Albrecht Fölsing, nada é mais auspicioso. Depois de ver nessas biografias belas descrições do conhecimento científico desenvolvido por Einstein, é natural a expectativa por uma obra mitológica. Overbye mantém esta expectativa em bom ritmo até o início do quarto capítulo, quando ele se desvia do caminho sugerido e toma o rumo das biografias clássicas, com soluções perturbadoras.

(...)

Quando trata da física, o texto é por vezes confuso por causa da apresentação inapropriada. Overbye escreve bem e poderia ter produzido uma obra memorável se permanecesse na esfera mitológica. Optou por seguir os passos dos biógrafos anteriores e não foi feliz na solução adotada para produzir um texto genuíno.

(...)

Em suma, *Einstein Apaixonado* nos brinda com maravilhosos trechos isolados, sobretudo aqueles nos quais vislumbramos o bem-traçado perfil de um mitológico Einstein. Por outro lado, o autor não conseguiu manter o mesmo nível de qualidade quando investiu nas discussões de conceitos físicos.

Essa obra de Overbye nos sugere eventuais dificuldades que ele possa apresentar em seus textos de divulgação científica no NYT, quando se tratar de assunto fora de sua área de conhecimento. Como se sabe, um bacharelado em física, mesmo no MIT, não é suficiente para a apropriação conceitual no amplo espectro da ciência contemporânea. A zona cinza fica mais dramática quando material de divulgação científica é produzido por profissionais sem formação científica.

Outra análise interessante, aderente ao que se aborda neste capítulo, foi publicada por Veneu e colaboradores, em 2008 (VENEU; AMORIM; MASSARANI, 2008). Os autores abordam a transformação de uma informação em um periódico científico em uma narrativa publicada em um jornal de notícias. Veneu e colaboradores destacam que o processo de acomodação da informação científica no espaço jornalístico representa uma mudança significativa no conteúdo do texto, incluindo informações que aparecem, desaparecem e são transformadas; transformações no léxico, no estilo e na argumentação; mudança na hierarquia da informação. Os autores classificam esse processo por meio de um jargão da área: *journalistic “pegs”*.

O trabalho consistiu em analisar todas as matérias publicadas em abril de 2004, nas seções de ciência dos seguintes jornais: *La Nación*, da Argentina; *El Mercurio*, do Chile; *Reforma*, do México; *El Comercio*, do Equador; *O Globo*, *Folha de S. Paulo* e *Jornal do Commercio*, de Pernambuco. Os autores relatam (VENEU; AMORIM; MASSARANI, 2008):

Throughout our study, we identified errors, carelessness and/or incoherencies in the published reports. A large part of them referred to numerical data or translations which were done in a hurried manner. This was the case with the discovery of the cat fossil, buried beside a human being. The original text says: “The cat skeleton was located in the same stratigraphic unit and just 40 cm from a human burial”.

See now an extract from one of the reports (emphasis added): The skeleton of a cat of 40 cm was found by Jean-Denis Vigne and his colleagues of France’s National Museum of Natural History. (Reforma)

In relation to the case of the mouse Kaguya, Sylvia Maes-

trelli, of the Federal University of Santa Catarina, points out that there was great distortion between what was written in the scientific article and what was published by daily newspapers.<sup>3</sup>

Para fazer a conexão entre os primórdios da divulgação científica e o cenário atual, com a predominância da internet, destaco um trabalho de Susan Sheets-Pyenson, publicado há mais de três décadas (SHEETS-PYENSON, 1985). Trata-se de uma reflexão absolutamente pessimista, sobretudo em relação ao processo de divulgação científica na Inglaterra no início de sua história, na primeira metade do século XIX. A autora considera que esse período é o da emergência de uma *low scientific culture*. Logo no início do artigo, a autora declara:

As a result of technological advances in the printing trade, less restrictive legislation and taxation, along with increased demand from a more literate and leisured public, myriad varieties of reading materials began to appear. These new literary products were distributed to a continuously enlarging readership, through new transportation facilities like railroads and by means of popular educational institutions, such as public libraries.<sup>4</sup>

---

3. Ao longo de nosso estudo, identificamos erros, descuido e/ou incoerências nos relatórios publicados. Uma grande parte deles se referia a dados numéricos ou traduções que foram feitas apressadamente. Foi o caso da descoberta do fóssil de gato, enterrado ao lado de um ser humano. O texto original diz: “O esqueleto do gato estava localizado na mesma unidade estratigráfica e a apenas 40 cm de um enterro humano”.

Veja agora um extrato de um dos relatórios (ênfase adicionada):

O esqueleto de um gato de 40 cm foi encontrado por Jean-Denis Vigne e seus colegas do Museu Nacional de História Natural da França. (Reforma)

Em relação ao caso do rato Kaguya, Sylvia Maestrelli, da Universidade Federal de Santa Catarina, destaca que houve grande distorção entre o que foi escrito no artigo científico e o que foi publicado nos jornais. (tradução do editor)

4. Como resultado dos avanços tecnológicos no mercado de impressão, legislação e tributação menos restritivas, juntamente com o aumento da demanda de um público mais alfabetizado e livre, começaram a surgir inúmeras variedades de materiais de leitura. Esses novos produtos literários foram distribuídos a um público leitor cada vez maior, através de novas facilidades de transporte, como ferrovias e por meio de instituições

Substituindo as facilidades de transporte em meados do século XIX pelas modernas tecnologias digitais, veremos preocupações similares com a qualidade da divulgação científica, no mais amplo sentido da expressão, que se alastra hoje em dia. O ponto central da crítica de Sheets-Pyeson é o surgimento da ideia de que a ciência pode ser feita por amadores, difundida até mesmo em revistas científicas inglesas:

Nevertheless, the bustling world of amateur science could not be easily vanquished. Mechanics' magazines and natural history periodicals were particularly reluctant to forsake the ideology of amateur participation and cooperation. Popular science periodicals continued to project the image of a democratic Republic of Science, where scientific activity depended upon common-sense induction from everyday experiences, fifty years after this ideology was first introduced.<sup>5</sup>

Nos tempos atuais, esse tipo de crítica pode ser dirigido aos vídeos que proliferam no YouTube com experimentos e construção de aparatos, sem qualquer tratamento pedagógico dos mesmos<sup>6</sup>. Por outro lado, muitos professores valem-se desses vídeos para fazer com seus alunos a abordagem pedagógica pertinente.

Ao contrário dos ingleses, os franceses difundiam a imagem da ciência como uma atividade de profissionais especialmente treinados:

French popular science periodicals, in contrast, portrayed science as the domain of a gifted, specially trained, professional. Popularizers worked to translate and simplify the discou-

---

educacionais populares, como bibliotecas públicas. (tradução do editor)

5. Entretanto, o agitado mundo da ciência amadora não pôde ser facilmente vencido. As revistas de mecânica e os periódicos de história natural eram particularmente relutantes em abandonar a ideologia da participação e cooperação amadores. Os periódicos populares da ciência continuaram a projetar a imagem de uma República da Ciência democrática, na qual a atividade científica dependia da indução senso comum das experiências cotidianas, cinquenta anos após essa ideologia ser introduzida. (tradução do editor)

6. Cf. em <<https://www.youtube.com/watch?v=w2bZGKNwB4Y>. Acesso em: 30 abr. 2019. <https://www.youtube.com/watch?v=YDQdtctWBbs>>. Acesso em: 30 abr. 2019.

rse of the world of the savant so it could be comprehended by non-scientist readers. The image of high science conveyed was often marred by slight imperfections, introduced by an emphasis on dramatic discoveries and controversies of the recent past, rather than current normal science. Sometimes, high science was considerably distorted through the polemics of a vulgarisateur.

(...)

In France, popularization developed as a means of relating the proceedings of the professional scientific community to the layman. The professional popularizer acted as mediator between the scientific and the public and by his skill made high science captivating and enticing to the non-scientist. Throughout this process, the audience remained passive bystanders.<sup>7</sup>

Portanto, a ideia que temos hoje de divulgação científica é praticamente a mesma refletida na literatura francesa do século XIX.

No que se segue, abordarei como enfrentar as dificuldades da zona cinza mencionadas acima, a partir de minha atuação como divulgador da ciência nos veículos do Instituto Ciência Hoje<sup>8</sup>.

## 2. Mediação confiável na divulgação científica para combater a

---

7. Os periódicos franceses de ciência popular, por outro lado, retratavam a ciência como o domínio de um profissional talentoso, especialmente treinado. Os divulgadores trabalharam para traduzir e simplificar o discurso do mundo dos sábios, para que pudesse ser compreendido por leitores não-cientistas. A imagem da alta ciência transmitida era frequentemente manchada por leves imperfeições, introduzidas pela ênfase em descobertas dramáticas e controvérsias do passado recente, em vez da ciência normal atual. Às vezes, a alta ciência era substancialmente distorcida pela polêmica de um vulgarisateur (divulgador).

(...)

Na França, a popularização se desenvolveu como um meio de relacionar os procedimentos da comunidade científica profissional com o leigo. O divulgador profissional atuou como mediador entre o científico e o público e, por sua habilidade, tornou a alta ciência cativante e atraente para o não cientista. Ao longo de todo esse processo, o público permaneceu como espectador passivo. (tradução do editor)

8. Ver em: <<http://cienciahoje.org.br/instituto/sobre/>>.

## pseudociência

O exagero das publicações de divulgação científica inglesas em meados do século XIX, quando fizeram crer que a ciência pode ser desenvolvida por amadores, parecer ter tido uma evolução com o crescimento da pseudociência, movimento bem retratado por Martin Gardner em seu clássico livro de 1957, lançado no Brasil em 1960 (GARDNER, 1960). Com o surgimento e crescimento da internet, o movimento voltou em nível de velocidade e quantidade de material disponível aparentemente incontrolável. Ao lado da pseudociência em si, a internet permite a rápida difusão de conceitos científicos equivocados. Não cabe aqui uma discussão da extensa literatura na internet com exemplos de pseudociência e conceitos científicos equivocados. Citarei apenas um pela sua relevância em um tema ao qual tenho me dedicado nas últimas quatro décadas, qual seja a história da física moderna. Em uma apresentação de química da Universidade Nacional Experimental Politécnica Antonio José de Sucre, em Puerto Ordaz (Venezuela)<sup>9</sup>, sobre o descobrimento do próton, é dito que:

En 1886, el físico alemán Eugen Goldstein realizó algunos experimentos con un tubo de rayos catódicos con el cátodo perforado. Observó unos rayos que atravesaban al cátodo en sentido contrario a los rayos catódicos. Recibieron el nombre de rayos canales. El estudio de estos rayos determinó que estaban formados por PARTÍCULAS DE CARGA POSITIVA y que tenían una masa distinta según cual fuera el gas que estaba encerrado en el tubo. (...) Al experimentar con hidrógeno se consiguió aislar la partícula elemental positiva o protón, cuya carga es la misma que la del electrón pero positiva y su masa es 1837 veces mayor.<sup>10</sup>

9. Cf. em: <<https://slideplayer.es/slide/3409534/>. Acesso em: 30 abr. 2019>.

10. Em 1886, o físico alemão Eugen Goldstein realizou algumas experiências com um tubo de raios catódicos com o cátodo perfurado. Ele observou raios que atravessavam o cátodo em sentido contrário aos raios catódicos. Receberam o nome de raios canais. O estudo desses raios determinou que eles foram formados por PARTÍCULAS DE CARGA POSITIVA e que possuíam uma massa diferente, de acordo com o gás contido no tubo. (...) Ao experimentar o hidrogênio, conseguiu isolar a partícula elementar positiva ou

Ao lado do texto, a fotografia exibida na Figura 1, com a legenda “Eugen Goldstein, Físico Alemán”.

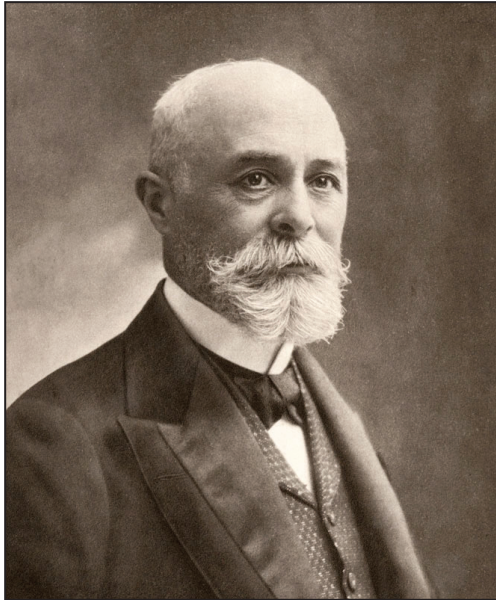


Figura 1. Fotografia assumida como sendo de Eugen Goldstein<sup>11</sup>

O material está cheio de equívocos factuais e conceituais, a começar pela fotografia, que não é de Goldstein. A fotografia é de Antoine Henri Becquerel, autor dos primeiros experimentos que resultaram na descoberta da radioatividade por Madame Curie (MARTINS, 1990). A foto de Goldstein pode ser vista aqui <https://photos.aip.org/history-programs/niels-bohr-library/photos/goldstein-eugen-a1>. O dano educacional que esse tipo de equívoco provoca, resulta de sua rápida difusão na internet. Nos seguintes endereços (todos acessados em 30/4/2019) a foto de Becquerel é usada como se fosse de Goldstein:

- <https://www.teacherspayteachers.com/Product/Eugen-Goldstein-2525610>.

---

próton, cuja carga é a mesma que a do elétron, mas positiva e sua massa é 1837 vezes maior. (tradução do editor)

11. Disponível em: <[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Portrait\\_of\\_Antoine-Henri\\_Becquerel.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Portrait_of_Antoine-Henri_Becquerel.jpg)>. Acesso em: 30 abr. 2019.

- <https://www.help3r.com/eugen-goldstein-discovered-1886-atoms-also-have-what>
- <https://prezi.com/fsd7pbs8nvbu/eugen-goldstein/>
- <https://www.slideshare.net/fadhilkabeer/famous-scientist-who-contributed-to-structure-of-atom>
- <https://cellcode.us/quotes/eugen-goldstein-fisico.html>
- [https://redsearch.org/images/p/eugen\\_goldstein\\_biography](https://redsearch.org/images/p/eugen_goldstein_biography)
- <https://prezi.com/1ug9pqh5srwa/eugene-goldstein-an-atomic-theorist/>
- <http://dominique-janiere.info/eugen-goldstein-atomic-model>
- <https://www.youtube.com/watch?v=atWTqteXw2g>

Trocar a foto de uma personalidade histórica é grave, mas mais grave ainda são os equívocos conceituais que esses materiais reproduzem em uma rede de dimensões incalculáveis. Vejamos o que há de correto e incorreto no texto acima, que é reproduzido em vários endereços, e cuja origem não conheço. Seria necessária uma investigação muito complexa para se chegar à origem.

Os raios catódicos foram sistematicamente estudados por Michael Faraday, nos anos 1830 (DOS SANTOS, 2017), mas dificuldades tecnológicas para a obtenção de uma boa condição de vácuo retardaram seus estudos em mais de 20 anos. Nos anos 1850, com razoáveis máquinas de vácuo, Julius Plücker retomou os estudos de Faraday, iniciando uma nova era de pesquisa nessa área, que terminou desembocando na descoberta dos raios-X em 1895, da radioatividade em 1896 e do elétron em 1897. Antes dessas descobertas, por volta de 1876, Goldstein fez importantes contribuições, incluindo a denominação de raios catódicos, proposta por ele, e a descoberta dos raios canais ou raios positivos, em 1886 (WIEN, 1999). Então, a primeira parte da informação apresentada no texto acima é correta. Mas, a parte final, reproduzida abaixo, está completamente equivocada:

El estudio de estos rayos determinó que estaban formados por PARTÍCULAS DE CARGA POSITIVA y que tenían una masa distinta según cual fuera el gas que estaba encerrado en el tubo. Al experimentar con hidrógeno se consiguió aislar la



partícula elemental positiva o protón, cuya carga es la misma que la del electrón pero positiva y su masa es 1837 veces mayor. (ver tradução na nota 9)

Nada que está dito no texto acima foi investigado por Goldstein. Pode-se dizer que o texto não atribui explicitamente essas descobertas a Goldstein, mas induz o leitor a pensar que foi Goldstein quem fez essas descobertas. Em 1901, Goldstein ainda pensava que os raios canais pudessem ser defletidos por campos elétricos ou magnéticos, fenômeno que foi demonstrado em 1897 por Thomson, que terminou descobrindo o elétron. O texto sugere que o próton foi isolado e descoberto nesses experimentos. O próton só foi descoberto em 1919, por Rutherford, uma década depois de ele ter proposto seu modelo atômico.

Este é um exemplo simples de equívoco conceitual que a boa divulgação científica pode corrigir, com inegáveis benefícios educacionais. Infelizmente, de vez em quando a literatura apresenta distorções conceituais difundidas em veículos de JC e DC. O perigo maior não está em equívocos aberrantes como este mencionado acima, mas em equívocos sutis, que contribuem para a formação de concepções científicas alternativas.

As boas revistas de DC, como *Ciência Hoje*, *La Recherche*, *Scientific American*, *Science & Vie*, entre outras, primam por apresentarem textos em nível de grande público, com transposições corretas dos materiais disponíveis em periódicos científicos reconhecidamente de boa qualidade.

### 3. Três páginas de boa ciência em letras compreensíveis

Em 1982, um grupo de cientistas ligados à Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC) criou a revista *Ciência Hoje* (CH), inspirada na *Scientific American*, criada em 1845, e na *La Recherche*, criada em 1946. Não resta dúvidas de que a CH é a mais séria revista de divulgação científica já publicada no Brasil. Os artigos ali publicados sempre foram avaliados com rigor similar ao adotado nos periódicos científicos, e a redação final sempre ficou a cargo de uma equipe de jornalistas com boa formação para fazer a acomodação do texto do cientista à retórica compreensível pelo grande pública. Dos vários artigos que publiquei na versão impressa de CH,

dois deixam-me orgulhoso como divulgador da ciência. O primeiro, publicado em 1986, é uma transposição para o grande público dos resultados obtidos em minha tese de doutorado (DOS SANTOS; BAUMVOL, 1986), e o segundo é um artigo comemorativo ao centenário da descoberta dos raios-X (DOS SANTOS, 1995), que mereceu aparecer na capa da revista (Figura 2a).

Em 1999 é lançada a *Ciência Hoje das Crianças* (CHC), e em 2004 fui convidado a publicar, com a jornalista Mara Figueira (DOS SANTOS, C. A.; FIGUEIRA, 2004), uma versão para adolescentes do artigo sobre raios-X supra mencionado (Figura 2b). Nessas versões impressas de CH e CHC, a sistemática editorial era a mesma: o texto do cientista era submetido à avaliação de pares, e, uma vez aceito, era submetido a uma edição textual por um jornalista da equipe das revistas.

Em 1996, a CH passou a ter um canal digital, denominado CH On-line. Em 2002 a revista inaugurou a seção de colunas mensais, editadas por cientistas de diversas áreas. A primeira coluna foi da neurocientista Suzana Herculano Houzel, intitulada *O cérebro nosso de cada dia*<sup>12</sup>, editada até dezembro de 2004. De abril de 2007 a fevereiro de 2016 eu editei a coluna *Do laboratório para a fábrica*. Na figura 3 encontra-se o registro da coluna na página da CH<sup>13</sup>. Até passar pela mais recente reformulação editorial, discutida a seguir, a CH On-line chegou a editar 13 colunas: A universidade vai à escola; Bilhões de neurônios; Bioconexões; Caçadores de fósseis; Deriva genética; Do laboratório para a fábrica; Em tempo; Física sem mistério; O cérebro nosso de cada dia; Palavreado; Planeta em transe; Por dentro das células; Sentidos do mundo.

Há uma diferença essencial entre o material publicado nas versões impressas de CH e CHC e aquele publicado nas colunas. Em primeiro lugar, os textos das colunas não passam por avaliação externa, eles são de inteira responsabilidade dos colunistas. Depois, eles estão restritos ao tamanho definido pela política editorial da revista. Até 2017, o texto da coluna não podia ultrapassar três laudas, e as ilustrações não podiam passar de três.

O processo de editoração de cada coluna é essencialmente assim: o colunista envia o texto e as figuras para o(a) editor(a)-chefe da CH, que

12. Cf. em: <[http://cienciahoje.org.br/coluna\\_category/o-cerebro-nosso-de-cada-dia/](http://cienciahoje.org.br/coluna_category/o-cerebro-nosso-de-cada-dia/)>.

13. Disponível em: <[http://cienciahoje.org.br/coluna\\_category/do-laboratorio-para-a-fabrica/](http://cienciahoje.org.br/coluna_category/do-laboratorio-para-a-fabrica/)>.

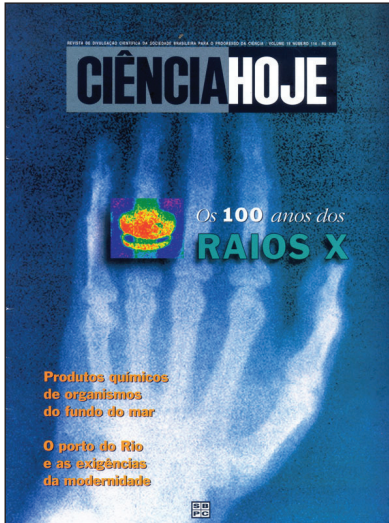


Figura 2a. Capa da edição de outubro de 1995 da revista *Ciência Hoje*



Figura 2b. Capa da edição de abril de 2004 da revista *Ciência Hoje das Crianças*



Figura 3. Registro da coluna na página da *CH*

o encaminha para algum(a) jornalista da equipe editorial, para fazer a acomodação textual. O material editado volta ao colunista, eventualmente com dúvidas sobre alguns conceitos científicos abordados, para a edição final. Esse é um processo por meio de troca de mensagens eletrônicas que dura no máximo dois dias. Trata-se de um processo sinérgico, onde o domínio científico do colunista é acomodado por um(a) jornalista a uma retórica compreensível pelo grande público. Ao longo de algum tempo nesse tipo de interação, o cientista melhora seu domínio retórico e o jor-

nalista expande seu horizonte cultural. É a mais clara tradução do título do capítulo: cientista e jornalista, a dupla hélice para compartilhar fazeres e democratizar saberes.

Cada colunista tem a liberdade de definir a estrutura conceitual dentro do escopo da coluna aprovada pela revista. No meu caso, defini dois critérios norteadores da coluna:

1. Os temas abordados devem ser conectados, de modo que o conjunto de artigos da coluna possa ser em qualquer momento editado como um material hipertextual;
2. Cada artigo da coluna deve ser originado em artigo publicado na *Science* ou na *Nature*, de preferência dentro do mês anterior.

Esses dois critérios garantem a contemporaneidade da coluna e facilitam a sua transposição didática para qualquer nível de ensino, do fundamental ao universitário, conforme na sequência.

No início de 2018 o ICH mudou sua política editorial, transformando as revistas *Ciência Hoje* e *Ciência Hoje das Crianças* em veículos totalmente digitais, com impressão sob demanda. Alterei um pouco o foco da minha coluna, concentrando nas ciências da vida e a denominei *Tecno Saúde*<sup>14</sup>. Mas, o foco temático continuou muito próximo da coluna anterior, de modo que podemos fazer um mapa temático único correspondendo às duas colunas, como pode-se ver na Figura 4.

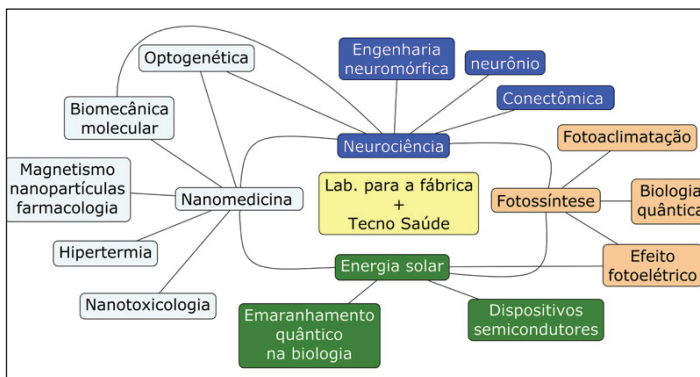


Figura 4. Mapa temático correspondente às colunas *Do laboratório para a fábrica* e *Tecno Saúde*

14. Cf. em: <[http://cienciahoje.org.br/artigo\\_category/tecno-saude/](http://cienciahoje.org.br/artigo_category/tecno-saude/)>.

#### 4. Transposição didática como reconfiguração da divulgação científica

Além dos aspectos tradicionalmente associados à divulgação científica, como discutido acima, as duas colunas estão estruturadas de modo a facilitar a transposição didática, sobretudo para a educação básica. Para orientar professores da educação básica à universitária, desenvolvi uma metodologia<sup>15</sup> consistindo basicamente em uma decodificação textual da coluna selecionada para a transposição didática. Por decodificação textual entende-se simplesmente a extração e o tratamento formal de conceitos científicos e tecnológicos presentes nos textos. O procedimento resultará em uma coleção de palavras-chaves, que poderão ser estruturalmente organizadas em mapas conceituais. Por exemplo, a partir do texto *Conectômica: o cérebro sob investigação*<sup>16</sup>, obtêm-se as palavras-chaves exibidas na Figura 5<sup>17</sup>, na ordem em que aparecem no texto.

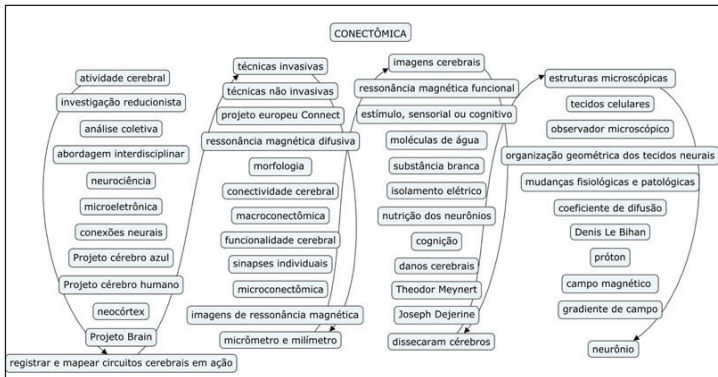


Figura 5. Palavras-chaves extraídas do texto *Conectômica: o cérebro sob investigação*

Essas palavras-chaves podem ser estruturalmente organizadas conforme a lógica científica ou pedagógica do tema em pauta. Por exemplo, as

15. Ver em: <<http://cienciahoje.org.br/coluna/da-coluna-para-a-sala-de-aula/>>.

16. Cf. em: <<http://cienciahoje.org.br/coluna/conectomica-o-cerebro-sob-investigacao/>>.

17. Disponível em: <<http://cienciahoje.org.br/coluna/conectomica-o-cerebro-sob-investigacao/>>. Acesso em: 30 abr. 2019.

palavras exibidas na Figura 5 podem ser organizadas no mapa conceitual da Figura 6<sup>18</sup>.

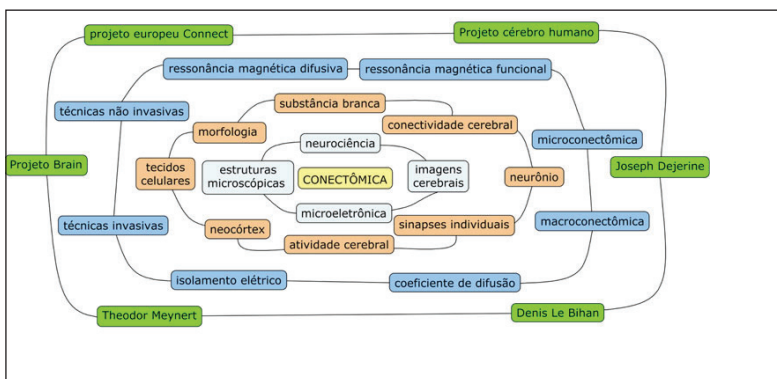


Figura 6. Mapa conceitual correspondendo ao tema conectômica

Observe que o mapa da Figura 6 apresenta quatro níveis estruturais, diferenciados pelas cores dos retângulos. O primeiro e o último níveis se prestam a abordagens típicas de divulgação científica. Já os dois níveis intermediários são adequados para o tratamento formal dos conceitos selecionados. No primeiro nível são abordadas as grandes áreas do conhecimento relacionadas com a conectômica: neurociência; produção de imagens cerebrais; investigação de estruturas cerebrais microscópicas; microeletrônica. No último nível encontram-se os principais projetos internacionais referentes à conectômica, e alguns dos mais importantes pesquisadores dessa área de conhecimento.

Nos níveis 2 e 3 estão agrupados vários conceitos e técnicas, alguns dos quais só podem ser tratados em determinados níveis de ensino. Cada um deles ou alguns grupos de conceitos podem originar programas de ensino específicos. Vários textos da coluna podem ser usados para subsidiar tais discussões. Por exemplo: *Músculos de Hércules e cérebro de Einstein*, *Física e neurociência: uma parceria virtuosa* e *Engenharia neuromórfica*.

Os textos a seguir, publicados na coluna *Do laboratório para a fábrica*, foram solicitados para inserção em livros didáticos da educação básica:

18. Abordado em: <<http://cienciahoje.org.br/coluna/conectomica-o-cerebro-sob-investigacao/>>. Acesso em: 30 abr. 2019.

- Negócios quentes para materiais frios.<sup>19</sup>
- Ionosfera: mocinha e vilã das comunicações.<sup>20</sup>
- A centenária e misteriosa supercondutividade.<sup>21</sup>
- Feynman, o profeta da nanotecnologia.<sup>22</sup>
- Microscopia às cegas.<sup>23</sup>
- Se não fosse o relógio atômico.<sup>24</sup>

## 5. Referências

- DE-SEMIR, V. Scientific journalism: Problems and perspectives. *International Microbiology*, v. 3, p. 125–128, 2000.
- DOS SANTOS, C. A. O fóton e sua atribulada existência de 1905 a 1925. In: DOS SANTOS, CARLOS ALBERTO (org.). *A luz e algumas de suas tecnologias: um estudo da física*. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2017. p. 95-156.
- DOS SANTOS, C. A. Raios X: descoberta casual ou criterioso experimento? *Ciência Hoje*, v. 19, p. 26-35, 1995.
- DOS SANTOS, C. A.; FIGUEIRA, M. Raios X. *Ciência Hoje das Crianças*, p. 25, v.17, 2004.
- DOS SANTOS, CARLOS ALBERTO. Einstein apaixonado: a ciência malcontada de um mito bem-traçado. *Revista Brasileira de Ensino de Física*

---

19. Disponível em: <[http://www.cienciahoje.org.br/noticia/v/ler/id/3021/n/negocios\\_quentes\\_para\\_materiais\\_frios](http://www.cienciahoje.org.br/noticia/v/ler/id/3021/n/negocios_quentes_para_materiais_frios)>. Solicitado pela Editora Moderna para inserção no livro *Conexões com a Física*, v. 3.

20. Disponível em: <[http://www.cienciahoje.org.br/noticia/v/ler/id/2959/n/ionosfera:\\_mocinha\\_e\\_vila\\_das\\_comunicacoes](http://www.cienciahoje.org.br/noticia/v/ler/id/2959/n/ionosfera:_mocinha_e_vila_das_comunicacoes)>. Solicitado pela Editora Moderna para inserção no livro *Ciência e Tecnologia – Física*, v. 2.

21. Disponível em: <[http://www.cienciahoje.org.br/noticia/v/ler/id/2975/n/a\\_centenaria\\_e\\_misteriosa\\_supercondutividade/](http://www.cienciahoje.org.br/noticia/v/ler/id/2975/n/a_centenaria_e_misteriosa_supercondutividade/)>. Solicitado pela Editora Leya para inserção no livro *Física*, v. 3.

22. Disponível em: <<http://cienciahoje.org.br/coluna/feynman-o-profeta-da-nanotecnologia/>>. Solicitado pela Editora Salesiana para inserção no livro *Química*, 1º ano do Ensino Médio.

23. Disponível em: <<http://cienciahoje.org.br/coluna/microscopia-as-cegas/>>. Solicitado pela Editora FTD para inserção no livro Athos, Ciências, 6º ao 9º ano do Ensino Fundamental.

24. Disponível em: <<http://cienciahoje.org.br/coluna/se-nao-fose-o-relogio-atomico/>>. Solicitado pela Editora Saraiva para inserção no livro *Jornadas Matemáticas*, 9º ano do Ensino Fundamental.



- ca, v. 26, n. 1, p. 87-88, 2004.
- DOS SANTOS, CARLOS ALBERTO; BAUMVOL, I. J. R. O aço tratado. *Ciência Hoje*, v. 5, p. 72-76, 1986.
- FÜRSICH, E.; LESTER, E. P. Science journalism under scrutiny: a textual analysis of “science times”. *Critical Studies in Mass Communication*, v. 13, n. 1, p. 24-43, 1996.
- GARDNER, M. *Manias e credices em noma da ciência*. São Paulo: Ibrasa, 1960.
- GROSS, T. L. From the rhetoric of science to scientific journalism. *Interactions: Studies in Communication & Culture*, v. 5, n. 1, p. 25-40, 2014.
- MARTINS, R. DE A. Como Becquerel não descobriu a radioatividade. *Caderno Catarinense de Ensino de Física*, v. 7, p. 27-45, 1990.
- MASSARANI, L.; PETERS, H. P. Scientists in the public sphere: interactions of scientists and journalists in Brazil. *Anais da Academia Brasileira de Ciências*, v. 88, n. 2, p. 1165-1175, 2016.
- MEDEIROS, F. N. DA S.; RAMALHO, M.; MASSARANI, L. A ciência na primeira página: análise das capas de três jornais brasileiros. *História, Ciências, Saúde – Manguinhos*, v. 17, n. 2, p. 439-454, 2010.
- OVERBYE, D. *Einstein apaixonado: um romance científico*. São Paulo: Globo, 2002.
- RUBLESKI, A. Jornalismo científico: problemas recorrentes e novas perspectivas. *Ponto de Acesso*, v. 3, n. 3, p. 407-427, 2009.
- SCHAFER, M. Science journalism and fact checking. *Journal of Science Communication*, v. 10, n. 4, p. 2-5, 2011.
- SHEETS-PYENSON, S. Popular science periodicals in Paris and London: the emergence of a low scientific culture, 1820-1875. *Annals of Science*, v. 42, p. 549-572, 1985.
- VEUVEU, F.; AMORIM, L. H.; MASSARANI, L. Science journalism in Latin America: how the scientific information from a scientific source is accommodated when it is transformed into a journalistic story. *Journal of Science Communication*, v. 7, n. 1, p. 1-9, 2008.
- WIEN, K. 100 years of ion beams: Willy Wien’s canal rays. *Brazilian Journal of Physics*, v. 29, n. 3, p. 401-414, 1999.



# Mediatização e história da circulação do discurso sobre a ciência na França<sup>1</sup>

Suzanne de Cheveigné<sup>2</sup>

## 1. Introdução

CIÊNCIA E DEMOCRACIA SÃO muito ligadas. Conforme o ideal do Iluminismo, a decisão democrática deve ser informada, fundada no saber (JEANNERET, 1994, p. 129-158). O historiador Gérard Noriel exprime essa noção na seguinte forma: “A emancipação pelo conhecimento é um ideal que foi defendido pelas Luzes e que fez parte, naquele tempo, do que chamamos de ‘valores republicanos’” (2018, p. 12<sup>3</sup>). Isso é ainda mais verdadeiro para as decisões que envolvem temas científicos ou técnicos, quando saberes especializados são frequentemente necessários. Um princípio de igualdade impõe o acesso de todos ao saber. Contudo, hoje, a ordem e a hierarquia são questionadas: será absolutamente necessário que se adquira primeiramente um saber para depois decidir? Não seria mais proveitoso colocar os cidadãos em posição de decisão para que, em seguida, eles possam aprender? Durante os últimos 40 anos a experiência das conferências de cidadãos (*consensus conferences*) e de júris cidadãos (*citizens’ juries*) mostrou amplamente a riqueza de um modelo em que cidadãos são inicialmente colocados em posição de decidir antes de ter que aprender a ciência subjacente (BOY et al., 2000; CHEVEIGNE, 2003). Ao explorar a mediatização da ciência, poderemos pensar sobre a evolução dos elos entre o saber e a democracia. Poderemos, igualmente, nos perguntar como a instituição científica e suas formas de comunicação são impactadas pela mediatização.

---

1. Tradução, a partir do francês, por Andrea Doyle.

2. Centre Norbert Elias, Marselha, França. Contato: [suzanne.de-cheveigne@univ-amu.fr](mailto:suzanne.de-cheveigne@univ-amu.fr).

3. Citação original: L’émancipation par la connaissance est un idéal qui a été défendu par les Lumières et qui a fait partie, autrefois, de ce qu’on appelle les “valeurs républicaines”.

Os discursos que vamos examinar versam sobre o saber científico, mas também, em geral, sobre o funcionamento da instituição científica. Essa última, lugar de produção desse saber, é uma entidade bem definida e fechada. Os sociólogos das ciências certamente relativizaram essa afirmação, mostrando a que ponto os cientistas vivem em seus tempos e em suas posições sociais. Mas, apesar de tudo, a instituição se mantém bem definida, com regras de pertencimento – ser empregado por uma universidade ou organização de pesquisa – e regras de entrada, através da preparação de um doutorado para os pesquisadores. Trata-se de uma instituição muito atenta a suas prerrogativas e ao controle do discurso sobre a ciência.

Eliseo Verón fez uma distinção muito útil entre formas de comunicação a respeito da ciência, que varia se os enunciadores e destinatários pertencem ou não à instituição científica (VERÓN, 1997). Essa distinção é importante e se opõe a teorias (SHINN; WHITELEY, 1985) que viam uma continuidade no discurso da ciência, baseado no conteúdo do discurso, sem levar em consideração sua dimensão enunciativa e suas condições de produção e de reconhecimento. Ora, é precioso poder distinguir os discursos internos à instituição – o que chamamos de artigos escritos por cientistas, destinados a outros cientistas, publicados em periódicos reconhecidos pela comunidade científica – dos discursos de divulgação científica<sup>4</sup> que nos interessam aqui. Vamos nos interessar aqui pelos discursos a respeito das ciências destinados ao grande público, cujo enunciador pertence ou não à instituição científica, frequentemente um ou uma jornalista no último caso.

## 2. A divulgação científica escrita

Depois de algumas tentativas bastante ambiciosas como a Enciclopédia de Diderot no século XVIII, na França, a divulgação científica se desen-

---

4. O termo usado em francês é *vulgarization scientifique*. Em português, adota-se o termo divulgação científica, visto que, para Valério e Pinheiro (2008, p. 161), “enquanto a comunicação científica é a forma de estabelecer o diálogo com o público da comunidade científica – comunicação entre os pares –, a divulgação científica visa à comunicação para o público diversificado, fora da comunidade científica”. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/tinf/v20n2/04.pdf>>. Acesso em: jul. 2019. N.T.

volveu amplamente no século XIX, o século do “progresso triunfante”<sup>5</sup>. Ela seguiu o aumento de potência do livro e da imprensa no século XIX graças ao surgimento de técnicas mais baratas de impressão. A aparição da fotografia e a possibilidade de sua incorporação nas revistas também contribuíram para enriquecê-la. Notemos, porém, que a instituição científica fechada, tal como a conhecemos hoje, só se estabelece na França depois da derrota de 1870, se alinhando ao modelo alemão (TESNIÈRE, 1993).

Serão publicados diversos livros, assim como séries de livros ou coleções, como o *Année scientifique et industrielle* (Ano científico e industrial), que durou de 1856 até 1913. Em 1825, aparecem as primeiras rubricas nos jornais e, em 1831, o primeiro periódico especializado, *Le Journal des connaissances utiles* (Revista dos conhecimentos úteis), que custava o preço de um pão (BENSAUDE-VINCENT, 1993). Esta produção será muito intensa e muito rentável durante toda a segunda metade do século XIX. Ela entra em declínio no final do século, com uma crise de superprodução, mas também pela concorrência de um novo competidor: o livro didático (TESNIÈRE, 1993). A produção da imprensa científica é relançada depois da 1ª Guerra Mundial, sem nunca voltar a ter o mesmo nível de sucesso.

### 3. As exposições e os museus

O texto impresso não é, evidentemente, o único suporte de divulgação científica. As conferências públicas proferidas pelas sociedades eruditas, como as de Michael Faraday na *Royal Institution of London*, ficaram famosas. Mas espaços de encontro físico com a ciência também apareceram fora dos muros da instituição científica no século XIX. É o caso das exposições universais que encenavam, principalmente, as novas aplicações técnicas da ciência: a primeira acontece em 1851, em Londres, no *Crystal Palace*. Mas a emblemática exposição de 1900, em Paris, foi a ocasião de se apresentar uma novidade: a luz elétrica. Essa exposição recebeu 50 milhões de visitantes.

O primeiro museu das ciências parisiense, o *Palais de la Découverte* (Palácio da Descoberta), foi inaugurado em 1937. Ele era o local de inú-

---

5. Esta seção se apoia amplamente nos trabalhos de Bernadette Bensaude-Vincent (1993) e de Valérie Tesnière (1993). Ver também Vautrin, 2018.

meras demonstrações feitas por cientistas, como as experiências espetaculares de eletrostática, que ficaram famosas. Seu discurso era diretamente originado na instituição científica. Um museu de nova geração apareceu em 1986 com a *Cité des Sciences et de l'Industrie* (Cidade das Ciências e da Indústria). Ele foi concebido a partir do modelo *hands-on*<sup>6</sup> do *San Francisco Exploratorium* (BERGERON, 2016) e mobiliza mediadores profissionais. Voltaremos justamente a essa evolução, paralela à de outras mídias.

### 3. A ciência na televisão

Com a chegada da televisão, as ciências e as técnicas encontraram rapidamente um lugar, mobilizando a imagem para suas demonstrações. Seu modo de presença evoluiu ao longo do tempo. Para dar conta desta evolução, retomemos as três etapas que Eliseo Véron (2013, p. 266-8) usa para distinguir a evolução da televisão, cujas duas primeiras coincidem com as propostas por Umberto Eco (1985). O primeiro período dito da “paleo-televisão” estava bem alinhado com o projeto dos cientistas. A relação proposta por um enunciador (que sabe) a seu destinatário (que aprende) era do tipo pedagógica<sup>7</sup>. O principal interpretante era o contexto socioinstitucional fora da televisão, e a instituição científica encontrava facilmente seu lugar nessa configuração.

O segundo período, o da “neo-televisão” começou nos anos 1980. A relação enunciador-destinatário fica mais simétrica (CHEVEIGNÉ; VERÓN, 1996). Nos programas científicos, o modo de enunciação muda progressivamente. A palavra é controlada cada vez mais frequentemente pelos jornalistas científicos, que não adotam mais o mesmo modo de legitimação com relação à instituição científica, nem obrigatoriamente a posição de enunciação pedagógica (vimos um fenômeno similar com os animadores

---

6. Termo inglês que significa ‘mão-na-massa’, quer dizer, interativo, em que as pessoas aprendem fazendo.

7. “[...] Era um contrato de comunicação predominantemente pedagógico complementar, no sentido batesoniano de complementaridade (Bateson, 1973) [...]”. Cf. VERON, 2013, p. 267.

Citação original: “[...] Era un contrato de comunicación predominantemente pedagógico complementario, en el sentido batesoniano de complementariedad (Bateson, 1973) [...]”.

profissionais dos museus científicos). Principalmente, o interpretante, o quadro de referência para os discursos tornou-se o da televisão: “a própria televisão se converte na instituição interpretante... interpretante de si mesma” (VERON, 2013, p. 267-268<sup>8</sup>). Isso dificilmente agrada a instituição científica, cujos membros são muito críticos da falta de seriedade dos mediadores não originários do harém<sup>9</sup> (CHEVEIGNÉ, 1997), mas a oferta do discurso sobre a ciência aumenta, satisfazendo um público mais diverso (em um movimento similar àquele que faz nascer o mediador nos museus científicos, como vimos anteriormente).

Não parece, por outro lado, que a terceira etapa da história da televisão, a do “Big Brother” (VERÓN, 2013, p. 269), tenha afetado o discurso midiático sobre a ciência – a não ser, talvez, por ter reduzido seu espaço nos principais canais. Tanto o jogo com os limites entre ficção e realidade quanto uma “dispersão” do interpretante<sup>10</sup> são difíceis de admitir pela instituição científica. A exatidão, com relação às normas da instituição, do discurso sobre a ciência, é uma exigência essencial para ela.

#### 4. A instituição científica e a midiatização da sociedade

Voltemos aos dois séculos de evolução das mídias, da ciência e da sociedade em sua globalidade. Durante o século XIX e os três primeiros quartos do século XX, a instituição científica ainda não tinha sido profundamente afetada pela midiatização da sociedade. Ela pode, assim, controlar, de forma bem ampla, a produção dos discursos sobre a ciência. Eles tinham o suporte de mídias diversas, impressas, museais, radiofônicas e televisivas, mas essas mídias ainda não impunham suas lógicas, suas referências, seus modos de legitimação. Bensaude-Vincent (1993, p. 63) exprime, assim, a primazia da instituição científica sobre a das mídias no século

8. Citação original: “la propia televisión se convierte en la institución-interpretante... interpretante de si misma”.

9. O termo original, *sérail*, é a parte do palácio otomano dedicada às esposas ou harém.

10. “O interpretante dominante é uma configuração complexa de coletivos definidos como exteriores à instituição televisão e atribuídos ao mundo midiaticizado do destinatário” (VERON, 2013, p. 268).

Citação original: “El interpretante dominante es una configuración compleja de colectivos definidos como exteriores a la institución televisión y atribuidos al mundo no mediaticizado del destinatario”.

xix: a ampliação da divulgação científica era “uma ofensiva voluntarista de ocupação das redes de comunicação”. Sua dominância continuou forte no século xx.

A partir dos anos 1980, pudemos observar a dominância crescente da instituição midiática sobre a construção dos discursos sobre a ciência em todos os suportes, na televisão, no rádio, nos museus, nos periódicos científicos e até a edição de livros com novos estilos de edição (como o das *Éditions Odile Jacob*). Este ponto de inflexão corresponde, sem dúvida, a uma etapa importante na história da mediatização da sociedade. Ele corresponde igualmente a uma evolução na relação entre Ciência e Sociedade com o questionamento progressivo do ideal do progresso (mesmo que não seja o primeiro, como bem mostra Daniel Boy (1999)).

A própria crença na verdade da palavra do especialista diminui fortemente, o que pode ser analisado de uma maneira similar àquela que mobiliza Véron para pensar a mediatização: o interpretante dos discursos sobre a ciência se tornou tão múltiplo quanto o da televisão e passa a ser relativo ao “mundo não mediatizado do destinatário” (VERÓN, 2013, p. 268<sup>11</sup>). É assim que circulam os discursos “alternativos” sobre a vacinação ou a terra plana.

Ao mesmo tempo, outras lógicas, para além da difusão do saber, fizeram evoluir a instituição científica. Nesse aspecto, depois dos anos 1980, ela precisou se justificar cada vez mais – e de ser financiada. A luta pelo contato com o público tornou-se mais aguda, como vimos. É neste momento que os serviços de comunicação são criados no seio das universidades e dos organismos de pesquisa (FAYARD, 1988).

Note-se que vários autores franceses usaram o termo mediatização para dar conta dessa inflexão no conteúdo da natureza do discurso sobre a ciência. O título do livro de Pierre Fayard que acabou de ser citado é *La communication scientifique publique: de la vulgarisation à la médiatisation* (1988). Patrick Charaudeau, em obra intitulada *La médiatisation de la science: clonage, OGM, manipulations génétiques*, caracteriza a mediatização da seguinte forma: “em sua finalidade, o discurso da mediatização imprime o duplo objetivo de informação (fazer saber) e de captação

---

11. Citação original: “mundo no mediatizado del destinatario”.

(suscitar o interesse)” (2008, p. 17<sup>12</sup>). Trata-se, assim, de um sentido mais restrito do que o usado por Véron: são os discursos que são midiaticizados, não o funcionamento do conjunto da sociedade.

A instituição científica ainda está evoluindo. Ela sofre com a imposição de uma lógica neo-liberal: o caso brasileiro ilustra essa afirmação de maneira dramática, mas outros países conhecem ao mesmo tempo a imposição da “nova gestão pública” e do questionamento das disciplinas menos “legítimas” – e mais críticas – como a filosofia ou as ciências humanas e sociais. A pressão do “Publish or Perish” (publique ou morra) leva até alguns pesquisadores à fraude. A qualidade da ciência é impactada pela aparição de “fake journals” (periódicos falsos) que permitem a multiplicação de publicações duvidosas. Os blogs de cientistas permitem que eles escapem do controle direto dos pares e das mídias tradicionais. De maneira mais positiva, os periódicos científicos em acesso aberto possibilitam que pesquisadores se liberem da dominação dos periódicos acadêmicos. A ciência, como o conjunto da sociedade, está totalmente envolvida no turbilhão da midiaticização.

## 5. Referências

- BATESON, Gregory. *Steps to an ecology of mind*, Londres: Paladin Grenada, 1973.
- BENSAUDE-VINCENT, Bernadette. *Réseaux*, n. 58, p. 47-66, 1993.
- BERGERON, Andrée. Médiation scientifique: retour sur la genèse d’une catégorie et ses usages. *Arts et Savoirs*, n. 7, 2016. Disponível em: <<https://journals.openedition.org/aes/876>>. Acesso em: 25 jun. 2019.
- BOY, Daniel. *Progrès en procès*. Paris: Presses de la Renaissance, 1999.
- BOY, Daniel; DONNET-KAMEL, Dominique; ROQUEPLO, Philippe. Un exemple de démocratie participative: la “conférence de citoyens” sur les organismes génétiquement modifiés. *Revue française de science politique*, n. 50, p. 779-810, 2000.
- CHARAUDEAU, Patrick (dir.). *La médiatisation de la science: clonage, OGM, manipulations génétiques*. Bruxelles: de Boeck, 2008.

---

12. Citação original: “Dans sa finalité, le discours de médiatisation partage la double visée d’information (faire savoir) et de captation (susciter l’intérêt)”.

- CHEVEIGNÉ, Suzanne de. La science médiatisée. II. Les contradictions des scientifiques. *Hermès 21 Science et médias*, p. 121-134, 1997.
- \_\_\_\_\_. Expertise, risque et implication des profanes: autour de la conférence de citoyens à propos des OGM. In GILBERT, Claude (dir.). *Risques collectifs et situations de crise: apports de la recherche en sciences humaines et sociales*. Paris: L'Harmattan, 2003 . p. 267-278.
- \_\_\_\_\_; VERÓN, Eliseo. Science on TV: forms and reception of science programmes on French Television. *Public Understanding of Science*, v. 5, p. 231-253, 1996.
- ECO, Umberto. *La guerre du faux*. Paris: Grasset, 1985.
- FAYARD, Pierre. *La communication scientifique publique: de la vulgarisation à la médiatisation*. Lyon: La Chronique Sociale, 1988.
- JEANNERET, Yves. *Écrire la science*. Paris: Presses Universitaires de France, 1994.
- NORIEL, Gérard. *Une histoire populaire de la France: de la guerre de Cent Ans à nos jours*. Marseille: Agone, 2018.
- SHINN, Terry; WHITLEY, Richard D. Expository science: forms and functions of popularisation. *Sociology of the Sciences*, Dordrecht, v. 9, springer 1985.
- TESNIÈRE, Valérie. Le livre de la science en France au XIXe siècle. *Romantisme*, n. 80, p. 67-77, 1993.
- VAUTRIN, Guy. *Histoire de la vulgarisation scientifique avant 1900*. Les Ulis: EDP Sciences, 2018.
- VERÓN, Eliseo. Entre l'épistémologie et la communication. *Hermès 21 Science et médias*, n. 21, p. 23-32, 1997.



# De olímpianos/públicos a celebridades/coletivos uma análise conceitual acerca da trajetória da sociedade dos meios à sociedade em midiatização

Aline Weschenfelder

## 1. Introdução

AS ATIVIDADES E CONDIÇÕES dos atores sociais acompanham a evolução tecnológica permeando dinâmicas da comunicação e, com base nesta premissa, buscamos, neste texto, expor diferentes momentos das relações tecidas entre sujeitos em produção e recepção. Para tanto, apresentaremos transformações dos pares olímpianos/públicos e celebridades/coletivos, tendo como cenários a sociedade dos meios e a sociedade em vias de midiatização, respectivamente.

As relações entre estes conceitos e os contextos das duas sociedades visam a nos mostrar como se tecem as interações que afetam o status de produtores e receptores de conteúdos – os primeiros podendo vir a se transformar em celebridades, bem como seus interlocutores passam a ser considerados coletivos, segundo operações que se desenvolvem no cerne da ambiência da midiatização. Portanto, examinaremos de modo breve algumas distinções entre a sociedade dos meios e a sociedade em midiatização; e, em seguida, apresentaremos um mapeamento analítico de algumas referências sobre os conceitos de olímpianos/públicos seguido pelos de celebridades/coletivos, levando em conta as especificidades de cada uma dessas sociedades, em termos de comunicação.

Porém, antes de refletir sobre as características dos conceitos eleitos, é importante salientar que a noção de celebridade já está presente tanto em estudos que remetem a tipos de personalidades – entendidas como olímpianos –, segundo lógicas da sociedade dos meios<sup>1</sup>, quanto a celebridades

---

1. Cf. ROJEK (2008); INGLIS (2012), entre outros.

na sociedade em midiatização, consoante estratégias desta ambiência<sup>2</sup>. A despeito do fenômeno de celebridades permear as duas sociedades, segundo diferentes nomenclaturas, optaremos por privilegiar, de modo mais abrangente, a literatura que compreende essas celebridades na sociedade dos meios a partir do conceito de olímpianos, vinculando-o também a um fenômeno contemporâneo que é o da indústria cultural. Adotamos este caminho pelo fato de termos identificado autores que apontam a existência da noção de celebridades em textos que se referem à sociedade dos meios, bem como à sociedade em midiatização. Chris Rojek (2008) e Fred Inglis (2012) ponderam sobre a construção de celebridades, em suas obras, mediante um processo histórico, do mesmo modo em que a imagem delas se encontra subordinada à determinada mediação, que é o caso da sociedade dos meios.

Vera França (2014) discorre sobre algumas ideias que incorporam o sentido do termo celebridade, que podem justificar o uso do conceito também na sociedade dos meios. Tal entendimento se dá como:

- figuras públicas: “pessoas que ocupam cargos ou posições que dizem respeito à vida coletiva de uma sociedade”;
- fama/famosos: “relacionado com extensão e repercussão de um acontecimento, objeto ou pessoa”;
- ídolo: “pessoas (...) mais do que admiradas e conhecidas, consagradas; se tornam ícones, no sentido forte, daquilo que representam” (FRANÇA, 2014, p. 16-18).

De acordo com a pesquisadora, “esses termos (ou qualificações) não são excludentes, embora não sejam sinônimos: cada um acentua um aspecto, um viés semântico” (Ibid., p. 18). Tais expressões estão diretamente correlacionadas, de modo que encontramos nelas equivalências do conceito de celebridade, que podem ser vistas em diferentes momentos da literatura que se dedica sobre este tema.

No mesmo contexto, constatamos que a obra de Edgar Morin (1967) se debruça sobre fenômenos midiáticos nomeando-os por categorias que se articulam, como indústria cultural e olímpianos. Nesta perspectiva,

---

2. Ver LANA (2014); LIESENBERG (2012); PRIMO (2009a, 2009b); entre outros.

além de apresentar similaridades com França, o sociólogo francês revela características articuladoras entre celebridades – vistas como olímpianos – e sua relação com a indústria cultural; daí entender-se essa noção de olímpianos situada no contexto da cultura de massa. É algo que ocorre em consequência da universalização, do contato e do êxito logrados pela cultura de massa, levando “modelos culturais a todos os domínios – relações amorosas, beleza, vestuário, sedução, erotismo, saber viver (...)” (MORIN, 1967, p. 168). Isto é, a indústria cultural permitiu o ingresso dos indivíduos em uma determinada modalidade de imaginário, o olímpo midiático.

Com o intuito de organizar nossa análise, optamos por denominar “olímpiano” o ator social ascendente na sociedade dos meios, conforme alcunhado por Edgar Morin (1967) no âmbito da indústria cultural. Além disso, nossa escolha se deve ao forte sentido atribuído a esta terminologia no contexto abordado pelo sociólogo francês, cujo conceito bem representa aquele cenário, conforme será destacado mais adiante.

Por outro lado, voltamos a nos apoiar em França para designar como celebridade personalidades segundo as especificidades da sociedade em midiaticização. Destarte, embora não seja a midiaticização o ponto central dos estudos daquela pesquisadora, seu entendimento vem ao encontro de nossa perspectiva, além de sua análise estar circunscrita a celebridades originárias do século XXI<sup>3</sup>. Trata-se, então, de nomenclatura que pode ter sido empregada para designar personalidades de diferentes contextos, mas nossa ênfase se dá, especialmente, pelo fato de a noção de celebridade estar sendo vastamente utilizada por pesquisadores cujos objetos de estudo encontram-se na sociedade em midiaticização.

## 2. Sociedade dos meios e sociedade em midiaticização

Refletir sobre midiaticização nos leva a pensar numa sociedade em que os processos comunicacionais se complexificam intensamente. Conforme podemos constatar em alguns trabalhos que envolvem a temática<sup>4</sup>, mesmo que estes apresentem abordagens diferentes, entendemos se tratar de um

3. FRANÇA, Vera; FREIRA FILHO, João; LANA, Lígia; SIMÕES, Paula. *Celebridades no século XXI: transformações no estatuto da fama*. Porto Alegre: Sulina, 2014.

4. Entre eles os pesquisadores da Linha de Pesquisa 4 – Midiaticização e Processos Sociais, do PPG em Comunicação da UNISINOS, em São Leopoldo (RS).

cenário que vem se moldando e que se encontra em atividade contínua. Por ser um fenômeno dinâmico, cujo conceito está em debate, é de se esperar que os estudos em midiatização, hoje, sejam percebidos e problematizados de modo ainda diverso, segundo perspectivas que aparecem no estado da arte a respeito desta noção.

Temos, então, a sociedade dos meios, caracterizada pela existência, profusão e ação de campos sociais, inclusive o campo das mídias, que desempenhavam funções estratégicas, de várias ordens (RODRIGUES, 2000). Neste contexto, “os media nela se instalam e desenvolvem uma atividade de mediação” (FAUSTO NETO, 2015, p. 240), tendo as preocupações, principalmente, em torno da difusão massiva e da produção padronizada, algo que começa a ser transformado na passagem para a sociedade em midiatização. Com a evolução dos meios nas sociedades industriais, a partir da criação do telégrafo e do telefone no século XIX, por exemplo, bem como o maior acesso à imprensa escrita e, mais tarde, a chegada do rádio e televisão, as complexidades no âmbito da comunicação começaram a aumentar (VERÓN, 2004, p. 277). No entanto, os meios eram entendidos apenas como um “lugar mediador”, como organizadores de contato entre diferentes campos sociais. Mas a tecnologia comunicacional avança e passa a se constituir em novas lógicas de oferta e consumo (FAUSTO NETO, 2008, p. 92).

Novos processos interacionais (...) vão gerando transformações na sociedade e sua organização social, instituindo novas formas de ligações e de vínculos entre os campos, os atores sociais e, o campo dos media compondo tal “arquitetura”, ao exercer um trabalho (...) de “elo de contato”. (FAUSTO NETO, 2015, p. 243).

O trânsito de uma sociedade à outra decorre de processos sociotécnicos que começam a se exteriorizar através do desempenho dos indivíduos, que buscam melhores condições para suas práticas de contatos e manifestações em geral. Deste modo, o indivíduo se insere nesse universo que o cerca, participando ativamente dos processos de criação, descoberta e apropriação tecnológica (FAXINA; GOMES, 2016). Outro fator a se considerar são as atividades institucionais, as quais vão se moldando intensa e

progressivamente em função da existência e do funcionamento da cultura dos meios (VERÓN, 2004). Isto é, a expansão tecnológica confere maior influência dos meios no âmbito da organização social, e a emergência da midiática conduz a novos direcionamentos e operações. Como nos mostra Antônio Fausto Neto (2015), a atividade enunciativa dos meios passa a ser de evidência, de autorreferencialidade. A concepção deste autor diferencia a sociedade dos meios da sociedade em midiática, segundo diferentes níveis de contato, pois “a cultura midiática se converte na referência sobre a qual a estrutura sociotécnica-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade” (FAUSTO NETO, 2008, p. 93). Ou seja, trata-se de fenômeno que atinge os indivíduos com tanto vigor que segue se estendendo no tecido social, afetando, interligando e ultrapassando diferentes campos, resultando na sociedade em midiática, que, de certa forma, herda alguns elementos da indústria cultural; porém, transforma-os na medida em que se reorganiza através de uma nova arquitetura comunicacional. O resultado disso são complexos circuitos, envolvendo produtores e receptores. Dentro desta lógica, “os processos sociais ‘da mídia’ passam a incluir, a abranger os demais, que não desaparecem, mas se ajustam” (BRAGA, 2006a, p. 2). A midiática redesenha os processos interacionais e passa a operar em novas construções sociais, a partir de uma mudança vertiginosa.

Tais construções se organizam em diferentes relações – circuitos, feedbacks e interações – entre instituições, meios e atores individuais, assim como em zonas nas quais se produzem coletivos, conforme formulação esquemática de Eliseo Verón (1997), sobre o conceito de midiática. É neste contexto que as relações entre instituições e indivíduos são permeadas por culturas e operações de meios, nos quais as conexões são complexificadas. Fontes e atores constituem suas práticas fazendo a sociedade funcionar através de lógicas e referências dos meios, os quais passam a ser algo mais do que mediadores, no sentido como eram entendidos no período designado como sociedade dos meios.

Na esfera da midiática, instituições e indivíduos encontram-se inseridos em interações diferentes daquelas nas quais os meios despontavam através de condição mediadora. Desta feita, estes estão contemplados em novas articulações, cujo protagonismo é dividido com o potencial e

capacidade enunciativa das redes sociais. Assim, origina-se uma nova e complexa articulação, decorrente dos processos da transformação socio-técnica apropriada pelas diferentes práticas sociais (FAUSTO NETO, 2006) em meios. O processo interacional é fundado em múltiplos contatos, em que a, então, centralidade dos meios se desloca, transformando dinâmicas de contatos compartilhados, agora, com as instituições e atores sociais.

Pedro Gilberto Gomes conceitua a noção de sociedade em mediação como uma nova ambiência, um “novo ambiente matriz que acaba por determinar o modo de ser, pensar e agir em sociedade” (2015, p. 53). O pesquisador também salienta que a esfera da mediação se constrói mediante uma complexidade que transcende a análise dos dispositivos tecnológicos, na qual as relações entre os indivíduos e instituições se organizam e se aprofundam no interior de dinâmicas tecnodiscursivas. Esse modo de ser no mundo implica a remodelação do status de produtores e receptores de discursos.

Tal remodelação desloca suas características do formato com que funcionavam na sociedade dos meios para relações de outra ordem, como consequência de processos interacionais que complexificam as noções de “invenções sociais” e de “direcionamento interacional” (BRAGA, 2012). Neste contexto, destaca-se a emergência do digital e suas influências sobre as transformações das formas e de práticas de acesso aos dados, às pessoas e às instituições, conforme sugerido por Véron (2013), e que são dimensionadas pela internet, bem como a intensificação dos processos sociotécnicos que se reorganizam por decorrência da mediação, acelerando novas formas de contatos. Tais contatos se realizam na atividade produtiva, via convergências de ações, ou em recepção, quando insumos da produção são transformados em múltiplas leituras e usos.

Em consequência dessas complexas operações, destaca-se a promoção de convergências, na produção, e as divergências, na recepção (VERÓN, 2009), algo que aponta para a permanência e ampliação da complexidade, na medida em que o processo comunicacional é constituído em torno de descontinuidades entre produção e recepção. Porém, precisamos admitir que a facilidade, proporcionada pelo acesso, amplia as tentativas de interação, como a configuração de diálogos, o compartilhamento de produtos e, também, a possibilidade de coprodução, resultando em múltiplos cenários e efeitos, levando – e transformando – o discurso para além de qualquer previsibilidade (BRAGA; CALAZANS, 2017, p. 21).

A respeito disso e em decorrência da midiática, Verón (2012, p. 14) enfatiza que a expansão da internet produz mudanças nas “condições de acesso dos atores individuais” em relação aos discursos sociais, mas principalmente os de natureza midiática, sendo que as transformações mais significativas ocorrem nas “condições de circulação”, enquanto elo intermediário entre produção e recepção. Segundo aquele pesquisador, a circulação se manifesta na diferença que se processa entre estes dois polos (VERÓN, 2004, p. 53). Contudo, como explica Fausto Neto o entendimento sobre circulação vai além das interações; por um lado coloca produção e recepção em novas condições de contato e, por outro, “faz com que eles se movam em dinamicidades próprias, afastando-os e os instalando em realidades distintas e divergentes” (2010, p. 14).

A reflexão à luz destes conceitos nos permite questionar inicialmente sobre as novas modalidades de contato entre produtores e receptores de mensagens, bem como aos modos de ser celebridade na sociedade em midiática. Uma vez que, além destes personagens fazerem parte dos circuitos engendrados por um emaranhado de conversações, eles passam a configurar uma categoria diferente.

### **3. Olimpianos e públicos na sociedade dos meios**

#### **3.1. Os olimpianos**

Os olimpianos são derivações de uma nítida construção da produção midiática, a qual oferecia seus produtos, para contextos das grandes audiências/consumo, encorajados pela publicidade e outras ações promocionais. Eles estão relacionados aos “astros de cinema, (...) campeões, príncipes, reis, play-boys, exploradores, artistas célebres”, entre outros (MORIN, 1967, p. 111). Em suas pesquisas, Morin destaca algumas personalidades para demonstrar como a ação dos meios afeta seus caminhos, dando diferentes sentidos ao que ocorre na vida de cada um deles, seja na esfera pública ou privada, principalmente quando a vida privada é levada a público. É no cerne do ambiente íntimo das “vedetes da grande imprensa”, por exemplo, que os meios buscavam elementos para humanizá-las e, assim, possibilitar que seu público encontrasse alguma identificação e/ou aproximação, tornando aqueles semideuses mais acessíveis, mais reais (MORIN, 1967, p. 113). São tomados, portanto, como objetos prontos para o con-

sumo onírico das massas. Significa dizer que os olímpianos dependiam dos meios como instâncias que poderiam engendrar o funcionamento da cultura de massa, cujos atores eram eles próprios.

A exposição dos olímpianos também estaria além do seu domínio, pois dividir e/ou associar a vida privada à vida pública não era uma decisão deles. Das ocasiões recônditas surgia o interesse e a especulação por parte dos públicos – o que, de certa forma, permanece acontecendo – e, certamente, ocasionando lucro para as indústrias de massa que se beneficiavam de especulações. Interesse e conjecturas sobre o que ocorre nos bastidores da fama sempre foram inerentes às relações entre meios e personalidades, algo que, com o passar do tempo foi, inclusive, se ramificando em segmentos do jornalismo<sup>5</sup>, através de produtos especializados para um determinado mercado discursivo constituído pela indústria cultural.

O trabalho de Morin expressa o interesse de diversas pesquisas sobre questões a respeito de olímpianos/celebridades, segundo bibliografia inserida em sua obra específica acerca da cultura de massa. Nela, encontramos estudos em que especialistas abordam a problemática a partir de vários subtemas, algo que é apontado há, pelo menos, 40 anos. Percebemos que vários domínios das ciências sociais, por exemplo, já vinham com esta preocupação que, hoje, se volta diretamente para estudos segundo a perspectiva comunicacional. Assim, os meios se autonomizaram de forma que atualmente se oferecem como uma problemática que independe de marcos como os sociológicos ou psicológicos, o que não significa abandonar as interfaces dessas referências.

Retomando o diálogo com outros autores, observamos que, não obstante nomenclaturas distintas, Fred Inglis (2012) cita três fatores que estariam por trás da construção de uma celebridade, que aqui designamos olímpianos: o consumo; o consumo vinculado à moda; e “o advento dos jornais de circulação de massa, com suas colunas de fofocas e sua palpitante e picante transformação da vida urbana de Nova York e Chicago em purpurina publicitária” (INGLIS, 2012, p. 17).

Para Christopher Lasch (1987), a indústria cultural é assentada em arranjos que estimulam o consumo, gerando necessidades e a dependência

---

5. Vide revistas especializadas em famosos como, por exemplo, *Quem, Caras, Tititi, Contigo, entre outras*.



do mercado. Ela impõe ao público um novo modo de vida, no qual o caráter dá lugar a posses, à aparência e à “personalidade”. Assim, a cultura de massas estava dando origem a uma sucessão de eventos em que as técnicas de comunicação se encarregavam de impulsionar uma nova forma de configuração social, que podemos entender como midiatização (FAXINA; GOMES, 2016), o que já pode ser observado na sociedade atual.

Recuperando a percepção de consumo, Lasch destaca a efemeridade das mercadorias, que vai além do desgaste dos artefatos, pois sua substituição é feita mesmo que não seja necessária. O curto prazo de validade está agregado à inovação, ao desejo de possuir, consumir e de pertencer que determinado produto possa conferir ao indivíduo. Ao mesmo tempo, os meios de comunicação de massa exerceram uma função revolucionária para a época, enfraquecendo a opressão de alguns grupos sociais, caso da libertação da mulher, que se dedicava ao lar, “das ordens patriarcais, tornando-a capaz de tomar as suas próprias decisões e de agir de acordo com o seu próprio gosto e critério” (LASCH, 1987, p. 26). As minorias passaram a ter contato com outros recursos de leitura, a ler o mundo com mais atitude. O mesmo autor também lembra que o consumismo é alavancado graças à tecnologia enquanto “instrumento efetivo de controle social” (LASCH, 1987, p. 18). Neste sentido, o pesquisador destaca o papel do público que fica restrito a contribuições reguladas e voltadas aos interesses dos próprios meios de comunicação. Temos, assim, como característica fundamental da cultura de massas o funcionamento da técnica enquanto mediadora das atividades comunicacionais, afetando diferentes esferas da sociedade.

### 3.2. Os públicos

A partir destas considerações desponta a problemática relacionada ao público, que passa a experimentar uma outra condição socioemocional, a de participante do processo. Isto ocorre enquanto segmento dos novos arranjos sociais, impelidos pela ascensão tecnológica e a proliferação dos meios. Situação que começa a se revelar na indústria cultural, como já vimos, e está relacionada à emergência dos olímpianos e, na sociedade dos meios, sucede de forma universal, mediante o reconhecimento da recepção e das formas de vínculos que passam a se estabelecer com as ofertas dos meios de massa.

Para desviar a manifestação pública de uma ordem genérica, Daniel Dayan (2006) nos oferece, como possibilidade de se compreender melhor o conceito de recepção, uma associação inicial sobre a noção de público em três perspectivas: dos políticos, que “se constroem construindo problemas”; de fãs, “que se movem procurando uma identidade coletiva”; e os públicos de ‘gosto’, “que se constroem essencialmente tendo como referência os textos ou as obras” (DAYAN, 2006, p. 25). Segundo o autor, públicos se constroem heterogeneamente, em percursos, numa variação temporal, “são simultaneamente construções intelectuais e realidades sociais” (Ibid.). Uma organização que se dá através de circunstâncias como pautas em comum, partilhando das mesmas informações e pensamentos; e se diferencia da concepção de multidão desenvolvida por Gabriel Tarde (2005), na qual o indivíduo se “apaga”, se dissolve e, então, se funde aos demais indivíduos, transformando-os numa espécie de entidade, uma coisa só. Na cultura de massa, a relação olimpiano-meios-público é de um para muitos, pois tal contexto:

é o produto de um diálogo entre uma produção e um consumo. Esse diálogo é desigual (...). A produção (...) expressa-se através de uma linguagem. (...) O consumidor (...) não responde, a não ser por sinais pavlovianos; o sim ou o não, o sucesso ou o fracasso. O consumidor não fala. Ele ouve, ele vê ou se recusa a ouvir ou a ver. (MORIN, 1967, p. 48).

Da parte dos públicos, é percebida apenas uma dicotomia que se estabelece entre o interesse ou não interesse. Morin define isso como um problema de “dialética entre o sistema de produção cultural e as necessidades culturais dos consumidores” (MORIN, 1967, p. 49). Segundo o sociólogo, preliminarmente o papel ativo dos públicos – a que ele se refere como espectadores – seria exercido unicamente através do “imaginário”. No entanto, a finalidade dos meios estaria em algo maior, manter as relações e promover vínculos, mesmo sendo estes superficiais e separados por realidades distintas: a dos olimpianos e a dos públicos. E nesta forma de conexão, os públicos encontravam uma maneira de exteriorizar seus imaginários. Trata-se de um princípio seminal da atividade de fãs.

Morin evidencia uma tentativa de dinamizar esta atividade, mas de uma só via, por parte dos meios, quando atribui à imprensa o papel de “introduz[ir] e generaliza[r] a correspondência dos leitores. Estes não são apenas chamados a dar sua opinião, mas a pedir conselho (correio amoroso)” (MORIN, 1967, p. 107). Trata-se de um modo encontrado para encorajar a dinamização de circuitos na cultura de massa, o prelúdio de uma complexificação a ser estabelecida na sociedade em midiatização, que virá posteriormente, com as possibilidades da emergência do fenômeno dos fãs. Morin também observa as intenções encobertas por estes vínculos como um ideal de aproximação, sem hierarquias, onde conselhos de diferentes esferas são considerados.

Na sociedade dos meios, para existir e se consolidar, o “olimpio” dependia absolutamente do trabalho e da intervenção do mediador profissional de um sistema produtivo específico. Neste lugar, o papel do público é secundário, quando não mais longínquo. Este se torna existente apenas pela necessidade de conferir ao olimpiano seu status como tal, sem ainda nenhuma preocupação com suas particularidades enquanto dinamizador de novas operações realizadas no ato comunicacional.

Os públicos participam se apropriando e consumindo produtos midiáticos de forma ubíqua, segundo estágios distintos, ao mesmo tempo em que se favorecem através de uma atitude contemplativa. A instância mediadora se coloca entre os públicos e os olimpianos, sendo estes últimos revelados por intermédio de um elo agenciador, no qual a atividade profissional das mídias entra em cena, dando ênfase aos olimpianos e aguçando o imaginário do público, que é levado a sonhar com um destino notório (LASCH, 1983, p. 43). Os meios desempenham um protagonismo central na condição de elo e contato entre suas ofertas e seus consumidores. Nesse contexto da sociedade dos meios, cultura de massa e indústria cultural desenvolvem evidências de formas de contato nas relações entre meios e atores sociais que, como veremos, deverão posteriormente tomar celeridade, e novas feições, na sociedade em midiatização.

#### **4. Celebidades e coletivos na sociedade em midiatização**

Diferente da sociedade dos meios, as personalidades que consideramos celebridades, na sociedade em midiatização, resultam de outra constru-

ção. Não há dúvidas de que a idealização de olímpianos e celebridades sofrem ingerências das estratégias tecno-comerciais-midiáticas, porém, as dinâmicas atribuídas aos atores sociais, emergentes da sociedade em midiaticização, dentre outros aspectos, se fazem segundo outro tipo de interação. Nesta ambiência, os públicos agem, mas de acordo com as estratégias construídas a partir de suas lógicas e que são tecidas, em sua maior parte, pelo ambiente em que estão inseridos. São agentes ativos na construção de vínculos e, principalmente, dos próprios atores em celebridade, se transformam e interagem através de outras modalidades de contatos e de relações com os sistemas e os atores midiáticos, interferindo nas condições de produção, por conta da ação de circuitos e seus efeitos, bem como dos feedbacks (VERÓN, 1997). Na sociedade em midiaticização, observa-se a reconfiguração dos atores e dos públicos que não permanecem mais à distância, enquanto espectadores da atividade midiática, mas envolvidos, por exemplo, em processos de coprodução segundo diferentes construções. Essa alternância se expressa como consequência direta da midiaticização. A expansão dos meios, fomentada pela internet, fez com que a heterogeneidade de preferências viesse à tona, exteriorizando a fragmentação daquilo que caracterizávamos como públicos na sociedade dos meios. Verón, enquanto estudioso da sociedade em midiaticização, propõe que “um coletivo é uma entidade semiótica que implica a identificação e a categorização de uma pluralidade de atores e determina os conjuntos de regras operatórias (de produção ou de interpretação) que o observador é levado a reconstruir” (VERÓN, 2009, p. 14).

Conforme já elucidado, a noção de públicos, apresentada por Dayan, nos sugere aproximações à de coletivos. No entanto, qualquer analogia entre estes conceitos é refutada por Verón. Este defende que, por possuir características distintas, públicos emanam certa complexidade, mas insuficiente para “servir de base para o estudo do reconhecimento em geral”<sup>6</sup> (VERÓN, 2013, p. 308).

Deste modo, na sociedade em midiaticização, denominamos os polos produtivo e receptivo, respectivamente, constituídos por celebridades e coletivos. Isto é, tais instâncias se estabelecem em torno de vínculos que

---

6. No original: “(...) servir de base para el estudio del reconocimiento en general”. (tradução nossa)

as reúnem e as colocam em situações de afetações mútuas, a partir de gramáticas e lógicas distintas, resultando, a partir de estratégias, numa complexidade de interações comunicacionais. Porém, é importante ressaltar que as celebridades aparecem estruturalmente mais vinculadas a nichos de ofertas e produção midiáticas, embora os graus destes vínculos sejam variáveis.

#### **4.1. As celebridades**

Para falar sobre a construção de uma celebridade no contexto da mediatização é preciso considerar, ao mesmo tempo – além das ofertas das estratégias de produção –, táticas de intervenção dos coletivos segundo várias modalidades de ações. De acordo com a percepção que abordamos, o processo se desdobra, particularmente, através de respostas sociais que se organizam por configurações “diferidas e difusas” (BRAGA, 2006b). Neste enquadre, produção e recepção interagem segundo novas modalidades de contato no interior de circuitos que as reúnem, conforme relações e protocolos com baixos níveis de distância e com graus de simetrias e trocas caracterizados por vínculos mais convergentes. As operações midiáticas são deslocadas para outros campos sociais, e suas operações, traduzidas em um funcionamento a serviço de diferentes práticas, segundo condições de produção. As interações, antes realizadas segundo propostas e acessos estabelecidos pela mídia para tentar criar vínculos com a recepção (SANCHOTENE; FAUSTO NETO, 2010, p. 43-44), na mediatização, passam a apresentar mais simetria pelo fato de a produção ter que lidar com coletivos heterogêneos que também administram marcas de protagonismo.

Conforme vimos, e nos apoiamos em França e Simões (2014), “o processo de construção das celebridades não é um fenômeno recente. Desde a antiguidade, membros das elites políticas e religiosas buscam conquistar e manter uma distinção em relação aos outros” (FRANÇA; SIMÕES, 2014, p. 1064). Concordamos com as autoras quanto aos modos de celebrificação serem afetados pela evolução dos meios, que é exatamente o que observamos na sociedade em mediatização. Nessa lógica, é o próprio ator social que se anuncia, através da apropriação e do uso de técnicas transformadas em modalidades de comunicação, e propõe que a dinâmica prossiga, podendo resultar na celebrificação. Na

mediatização, a oferta da experiência da celebridade não depende mais exclusivamente do polo emissor, mas de um processo relacional com os coletivos (fãs, seguidores, leitores etc.), atividade que se passa em um cenário que envolve produção, recepção e meios na ambiência complexa, a da mediatização.

As circunstâncias que levaram à transição da organização social e dos sujeitos que a integram, segundo nossa perspectiva, especificamente quando passamos a compreender olímpianos como celebridades e seus públicos como coletivos, estão diretamente relacionadas à ascensão da tecnologia, permeando processos e práticas sociais e permitindo a intensificação na participação conjunta das “narrativas do self” (HERSCHMANN; PEREIRA, 2003). A ampliação dos espaços em que ocorrem as experiências de vida, decorrente do impacto tecnológico, afeta as operações produtivas, proporcionando maior visibilidade às celebridades, bem como concedendo acesso e até certa participação dos coletivos na vida privada delas (HERSCHMANN; PEREIRA, 2000).

Neste cenário, o protagonismo do ator social – em produção ou recepção – é muito mais significativo, pois ele está vinculado a uma outra matriz que é dinamizada pela forte interação que há entre sistemas produtivos e mercados discursivos. Isso diz respeito a uma ação coletiva envolvendo vários agentes e diferentes processos interacionais. Além disso, diferentemente da sociedade dos meios, em que olímpianos e públicos encontravam-se dissociados, a mediatização transforma esses dois polos, impondo-lhes uma outra dinâmica que se organiza e se expressa numa atividade transformadora qualificada como zona de contato (FAUSTO NETO; SGORLA, 2013).

É nesse contexto que, além da personalidade oriunda dos meios de massa e que também se desloca para os meios digitais, um novo tipo de celebridade emerge, a partir de suas atividades. “São pessoas comuns, de idades e profissões variadas, que se aventuram a produzir material” de diferentes ordens, “estimuladas pelas facilidades” proporcionadas pela web (BRAGA, 2010, p. 6.). Entretanto, essas manifestações avançam para outras práticas, devido à reconfiguração dos meios – especialmente pela zona de contato, como vimos – que são permitidas diferentes formas de acesso e, neste cenário, a regulação não fica apenas a critério e responsabilidade do próprio produtor.

## 4.2 Os coletivos

O debate sobre a formulação do conceito de coletivos passa por diferentes olhares, conforme pode ser encontrado na literatura relativa a esta noção. Como panorama desta problemática, Patrice Flichy nos auxilia a compreender o preâmbulo das mutações no avanço das discussões, como aquelas que deslocam a noção de fã para coletivos. Este conceito surge sob outra vertente, não só na terminologia, mas para uma formulação de ordem conceitual. A transformação se realiza em torno de um processo que abrange “prática e experiência”, pois “na internet, o amador pode não apenas adquirir as competências, mas também as colocar em execução de diferentes formas” (FLICHY, 2016, p. 16). A nova arquitetura comunicacional permite encadeamentos que afetam todos os envolvidos, voltando a atenção não apenas para os meios, mas para as construções que se desenvolvem nas relações. O pesquisador adverte que, nesta arquitetura acima apontada, as instâncias produção, recepção e produto estão entremeadas. Isto é, a mediação ainda existe, mas se encontra de maneira transformada, pois “ela se apoia daqui para a frente sobre uma ferramenta digital, e os mediadores têm sempre uma atividade de seleção, contudo aí instrumentalizada pela informática” (FLICHY, 2016, p. 19). Do mesmo modo, temos a mudança da recepção, que sai da “inatividade” e passa a desempenhar um papel protagonista, através do acesso a informações, passando a se distanciar ou se aproximar do autor, coproduzir textos ou apenas comentá-los (Ibid.).

Desta discussão emerge o conceito de amador elaborado por Flichy, que interpretamos como uma derivação de coletivos. Embora a nomenclatura seja distinta, é necessário reconhecer que a essência que elucida as duas noções também as aproxima, e que as compreensões sobre o fenômeno podem ser correlatas. Para o autor, o amador é o sujeito que ingressa nas mídias digitais e delas se apropria para difusão de outras práticas, não necessariamente profissionais, mas mais ainda de lazer. Poderíamos dizer que o amador, segundo Flichy, estaria entre inúmeras classificações de coletivos.

A ideia da ascensão do amador é discutida de modo pessimista através do ponto de vista de Andrew Keen (2009), pelo qual a “democratização” insurgiria numa demanda infinita de desserviço social. Ele se refere à gratuidade do trabalho realizado por usuários da internet que estariam dizimando as fileiras de nossos guardiões da cultura, à medida que críticos,

jornalistas, editores, músicos e cineastas profissionais e outros fornecedores de informação especializada estão sendo substituídos (...) por blogueiros amadores, críticos banais, cineastas caseiros e músicos que gravam no sótão (2009, p. 20). Devido à infinidade de possibilidades proporcionadas por este novo contexto comunicacional, e às oportunidades direcionadas aos amadores – enquanto categoria de coletivos –, o autor apresenta preocupações que atravessam e afetam diferentes campos sociais, transformando inclusive os profissionais e as atividades por eles realizadas, tanto no sentido de elaboração como de legitimidade e credibilidade. Por consequência da impossibilidade de filtragem de tudo que passa pela web, caberia então aos consumidores definir e avaliar o que é verídico e confiável, no que o escritor chama de “mar interminável de conjecturas confusas de amadores” (Ibid., p. 54).

Retomando a formulação de Flichy, dentre outras práticas exercidas por amadores, podendo resultar em situações positivas ou não, há a exposição da vida privada que pode ser feita através da manutenção de blogs, estendendo-se para redes sociais digitais, por exemplo. É importante levar em consideração que, no caso das redes sociais digitais, principalmente, as interações são praticamente instantâneas. Sendo assim, nestes espaços também podem ser exteriorizadas situações do cotidiano, atividades frequentes e, até mesmo, o estado emocional de quem enuncia.

Narrativas sobre a vida privada dos olímpicos eram recorrentes na sociedade dos meios e das celebridades; na midiaticização, elas continuam a ser fonte de exploração, seja quando divulgadas pelos meios ou como parte do discurso realizado pela própria celebridade. Podemos considerar que alguns indivíduos buscam identificação a partir de determinada ação dos atores em produção, no caso as celebridades, esta seria uma das múltiplas características encontradas nas condições de reconhecimento, lugar em que se encontram os coletivos, segundo formulação de Verón (2013, p. 293).

Consoante a discussão de Flichy, ao versar sobre a recepção, a ideia da identificação, de buscar no outro algo a se igualar, está associada ao pertencimento. Assim, entre as ações do fã, uma das tipologias dentro do universo do que entendemos por coletivos, está a busca por interesses próprios e preservar o sentimento de que faz parte de algo. Trata-se de uma profusão de “sentimentos” que caracterizam os coletivos, segundo suas próprias condições de reconhecimento. Além disso, aquele autor sinaliza



para a intervenção do fã, que reinterpreta um discurso enquanto coprodutor; ele articula o que é produzido com outros receptores, bem como leva adiante o produto de forma “linear”, no sentido de não empreender nenhuma edição; ou de forma reorientada, no caso de reelaborar o discurso. A exposição das rotinas das celebridades tenta garantir uma realidade e isto é feito através de suas próprias produções e complementado pelas postagens em redes sociais digitais. A enunciação ocorre em diferentes segmentos e não depende exclusivamente de serviços midiáticos profissionais, experts; a celebridade mesma se autoexpõe.

Os protocolos de interação que se desenvolvem na sociedade em mídiatização apresentam seus participantes de forma individualizada e autônoma. As peculiaridades apresentadas pelo trabalho da recepção/coletivos, no contexto da mídiatização, surgem em termos de efeitos da tensão convergência/divergência. Tal fenômeno se amplia profundamente no contexto das interações entre nichos de produção e de recepção, com o advento da internet. Além de ter um papel ativo e dialógico sobre os conteúdos ofertados, o indivíduo também detém um protagonismo. Fenômeno este que pode ser ilustrado pelas “operações de busca [desenvolvidas pelos] dos ‘consumidores’, em suas trajetórias de navegação pela Internet”, ao lado das ofertas de pautas das instituições midiáticas<sup>7</sup> (VERÓN, 2013, p. 285). Essa interação coloca em cena uma atividade comunicacional marcada pela “não-linearidade” de sentidos, cuja problemática é desenvolvida por Verón no contexto das suas investigações sobre a recepção.

A proposta de Verón amplia a mirada sobre questões que contornam a recepção, em pesquisas desenvolvidas nos moldes da sociedade dos meios, e passa a refletir sobre o papel dos coletivos como interagentes coprodutivos, que dinamizam a atividade comunicacional doravante, também, a partir de suas próprias lógicas. O semiólogo busca retratar aspectos da heterogeneidade que retomam o conceito de “condições”, seja em produção ou em recepção, as quais “comportam, entre outras coisas, outros discursos”<sup>8</sup> (BOUTAUD; VERÓN, 2007, p. 4). O contato entre meios massivos e digitais retira da produção o ato de discursar unilateralmente.

7. No original: “(...) operaciones de búsqueda de los ‘comunicadores’ em sus trayectorias de navegación por Internet”. (tradução nossa)

8. No original: “(...) comportan, entre otras cosas, otros discursos (...)”. (tradução nossa)

Os estudos sobre a transformação dos públicos e das audiências em coletivos possuem trajetórias, inclusive no tratamento empírico, como, por exemplo, podemos observar nas pesquisas de Mario Carlón, cujos trabalhos sobre os coletivos apontam para uma ruptura nas ações do espectador, que se “dissolveria”, ocasionando o desaparecimento e perda de sua identidade (CARLÓN, 2004, p. 180). Estas observações realizadas pelo autor têm como base momentos históricos, os quais consistem em diferentes formas de relações entre a televisão e a sociedade – de forma coletiva ou individual (Ibid., p. 176). No entanto, antes de haver tal dissolução por parte do espectador, no âmbito televisivo, o autor atenta para uma transformação em que o sujeito passa a constituir particularidades, conforme as condições de emissão. Além disso, indica a multiplicação de sujeitos espectadores segundo condições subjetivas.

As proposições de Carlón acionam um debate que vem sendo por ele atualizado, conforme a expansão das relações que compreendem sociedade e dispositivos tecno-comunicacionais. Deste modo, e centrando-se na acentuada mudança com que a midiatização vem reestruturando a organização social, o autor salienta o protagonismo dos coletivos. Conforme o pesquisador, no momento atual são os próprios sujeitos que determinam “que discurso consumir, quando e através de quais dispositivos”<sup>9</sup> (CARLÓN, 2012, p. 177). Esta evolução pode ser considerada de forma progressiva, como nos lembra Verón, num primeiro momento, quando há a intervenção do telespectador, ao declarar “seus desejos e preferências em tempo real” (VERÓN, 2003, p. 20), passando a alterar os modos de produzir programas televisivos, algo que se intensifica, com o passar do tempo em vista das condições de acesso que a internet proporciona (VERÓN, 2013).

Nessa mesma conjuntura, Carlón levanta questionamentos sobre mudanças discursivas entre meios de massa e meios digitais, bem como sobre as distinções entre “os sujeitos que se articulam entre eles”<sup>10</sup> (CARLÓN, 2012, p. 178). Com base nisso, o autor se refere à convergência digital como o principal motivo da transformação dos receptores em protagonistas na ambiência da midiatização. Ou seja, a emergência dos dispositi-

---

9. No original: “(...) qué discursos consumir, cuándo y a través de qué dispositivos”. (tradução nossa)

10. No original: “(...) los sujetos que se articulan com ellos?” (tradução nossa)

tivos técnico-midiáticos não teria tanta expressividade se não fossem as atuações dos coletivos. O autor percebe esta problemática ao observar a atuação da recepção quando esta relaciona, interpreta e comenta assuntos tratados na televisão em suas redes sociais digitais (CARLÓN, 2012, p. 191-192). Segundo ele: “o digital é só mais um aspecto a considerar entre um acúmulo de informações icônicas, simbólicas e indiciais que ainda subsistem dentro e fora da rede que hoje estão entrando em relações novas e complexíssimas”<sup>11</sup> (CARLÓN, 2012, p. 192). E, então, denomina a esse receptor “sujeito espectador televisivo convergente”.

A respeito disso, Verón contempla o desajuste entre convergência e divergência nas relações que implicam produção e recepção. Segundo ele,

(...) convergência tecnológica não implica uma homogeneização, pelo contrário: produzirá uma diversidade crescente de modalidades de uso. Convergência crescente em produção, divergência crescente em recepção: a distinção entre produção e reconhecimento é hoje mais necessária do que nunca. (VERÓN, 2014, p. 301).

Existe uma atividade produtiva que faz convergir, gerando diferentes plataformas e os sujeitos em recepção se apropriam desta conjuntura, dando aos seus insumos diferentes destinos. Portanto, exercem uma ação de divergência. Verón (1997) nos oferece uma posição crítica a respeito da polarização entre convergência e divergência, quando afirma, conforme já mencionamos, que a midiaticização afeta todas as práticas sociais, ainda que de modo diverso, ao produzir feedbacks complexos, pois na midiaticização já não se observam limites nítidos entre os diferentes espaços públicos, as fronteiras ficam “esmaecidas”, gerando complexidades, “tensões que têm a forma de processos de convergência/divergência entre oferta e demanda midiáticas”<sup>12</sup> (VERÓN, 2000, p. 134). Deste modo, cabe-nos justificar a perspectiva sobre a qual miramos e, para isso, nos apoiamos em

---

11. No original: “lo digital es sólo un aspecto más a considerar entre un cúmulo de informaciones icónicas, simbólicas e indicales que aún subsisten dentro y fuera de la red que hoy han entrado em nuevas y complejísimas relaciones”. (tradução nossa)

12. No original: “(...) tensiones que tienen a forma de procesos de convergência/divergência entre oferta y demanda mediáticas”. (tradução nossa)

alguns argumentos de Verón sobre a importância – indiscutível – da técnica transformada em meio, nesse contexto, mas também levando em conta uma gama de outras ligações complexas, em termos de vínculos sociais. Este mesmo autor, ainda nos primórdios de suas preocupações acerca do conceito de circulação, já definia a problemática como um processo “socialmente produzido” (VERÓN, 1980, p. 108), pois a circulação estaria se complexificando juntamente com os meios, sendo algo que se manifesta, desta forma, em função da emergência tecnológica, pois ela sempre esteve implicada nas relações comunicacionais.

Mudam os processos relativos à participação de coletivos, repercutindo sobre outros coletivos, uma vez que estes emergem de uma ambiência que proporciona seu protagonismo, bem como sua intervenção na construção de novas personalidades, novas celebridades. São situações engendradas por circuitos inerentes da sociedade em midiatização, que se devem à maquinaria midiática, segundo a “aceleração do tempo histórico” (VERÓN, 2015, p. 178). Verón atenta para a importância dos procedimentos metodológicos nos estudos em recepção até, aproximadamente, os anos 1980, em que apesar de apenas uma porção diminuta das operações realizadas, pelo que chama de “sistemas sócio-individuais”<sup>13</sup>, puderam ser compreendidas, ainda assim permitiram ampliar, por um lado, com mais precisão, os “efeitos” dos discursos midiatizados e, por outro, encaminhar melhor o “debate acerca do poder dos meios massivos”<sup>14</sup> (VERÓN, 2015, p. 180). Entre os achados mencionados pelo semiólogo argentino, destacamos dois: “a especificidade qualitativa da lógica da recepção, operando em gramáticas de reconhecimento” e “a complexidade do polo de reconhecimento em uma sociedade e em dado momento”<sup>15</sup> (VERÓN, 2015, p. 180-181).

Nesta ambiência da midiatização, os atores sociais se mesclam enquanto operadores, posto que amadores (FLICHY, 2016) ou peritos transformam-se em produtores de conteúdo e, desta condição, passam à

---

13. Para Verón, por sistemas sócio-individuais são compreendidas as pluralidades que integram os sistemas psíquicos, que, por sua vez, é o conceito que Luhmann confere aos seres humanos (VERÓN, 2013, p. 296).

14. No original: “(...) debate acerca del poder de los medios massivos”. (tradução nossa)

15. No original: “(...) la especificidad cualitativa de la lógica de la recepción operando en las gramáticas de reconocimiento (...) la complejidad del polo de reconocimiento en una sociedad y momento dados”. (tradução nossa)

celebridade, pois enquanto públicos se complexificam em torno de suas próprias escolhas, impulsionando a engrenagem que estimula a circulação midiática.

## 5. Considerações finais

Conforme averiguamos, na medida em que o entendimento sobre cebrificação atravessa a sociedade dos meios em direção à sociedade em midiatização, a atuação dos públicos vai tomando novos rumos e configurações. Ao complexificar as lógicas produtivas, também estas passam a sofrer transições inerentes aos processos acionados pela articulação daqueles dois polos. A recepção, que era vista como massa (públicos, audiências etc.), passa a se constituir em coletivos com fundamentos e desígnios próprios. Enquanto os públicos eram considerados, outrora, como um “denominador comum” (MORIN, 1967), os coletivos se manifestam em torno de singularidades e complexidades.

Portanto, é possível que celebridades, construídas através dos insumos da sociedade em midiatização, estejam sendo atravessadas por complexidades que vão além da ascensão da imagem edificada pela ingerência de meios. Elas se “singularizam” através de estratégias que são impulsionadas por interações e circuitos engendrados pelos atores sociais que, ali, estão envolvidos na produção e na recepção.

Diante da reflexão teórica aqui apresentada, percebemos uma evolução processual em relação àqueles conceitos que acompanharam o avanço tecno-comunicacional. Entre os olímpianos, que dependiam da mediação profissional para se tornarem vistos, como, por exemplo, o perito que faz uso da técnica para se tornar conhecido e alcançar fama, há um percurso sócio-técnico-histórico que culminou nas variadas condições de acesso proporcionadas pela internet (VERÓN, 2015). As inovações e o ingresso dos indivíduos nos processos produtivos tiraram os públicos e audiências de uma atitude contemplativa. De meros observadores/admiradores, passaram a se constituir em coletivos com fins específicos e ideais, produzindo, ao lado da sociedade, arranjos simbólicos que os mantêm em contato com as ofertas midiáticas, numa atividade mais protagonista.

Ao buscar elucidar as noções dos pares olímpianos/públicos e celebridades/coletivos, segundo o desenvolvimento da sociedade dos meios e da

mediatização, respectivamente, foi possível compreender estes conceitos à luz da passagem de uma sociedade a outra. E, assim, percebemos também a importância das dinâmicas interacionais que se desenvolvem no contexto destas transformações do passo histórico-social.

## 6. Referências

- BOUTAUD, Jean-Jacques; VERÓN, Eliseo. Del sujeto a los actores: la semiótica abierta las interfaces. In: BOUTAUD, Jean-Jacques; VERÓN, Eliseo. *Sémiotique ouverte: itinéraires sémiotiques en communication*. Paris: Lavoisier, Hermès Science, 2007. Disponível em: <[https://catedraepistemologia.files.wordpress.com/2011/04/veron-del\\_sujeto\\_a\\_los\\_actores.pdf](https://catedraepistemologia.files.wordpress.com/2011/04/veron-del_sujeto_a_los_actores.pdf)>. Acesso em: 10 abr. 2015. 11 p. (Traducción: Gastón Cingolani)
- BRAGA, Adriana. *Microcelebridades: entre meios digitais e massivos*. Compós, Rio de Janeiro, jun. 2010. 15p. (Trabalho apresentado no GT Recepção, Uso e Consumo Midiáticos do XIX Encontro)
- BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina; RABELO, Leon et al (orgs.). *Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade*. Campina Grande: EDUEPB, 2017.
- BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JÚNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (orgs.). *Mediação & mediatização*. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012.
- BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus, 2006b.
- BRAGA, José Luiz. *Mediatização como processo interacional de referência*. *Animus: revista interamericana de comunicação midiática*, Santa Maria, v. V, n. 2, jul-dez/2006a, p. 9-35.
- CARLÓN, Mario. En el ojo de la convergencia: los discursos de los usuarios de Facebook durante la transmisión televisiva de la votación de la ley de matrimonio igualitario. In: CARLÓN, Mario; FAUSTO NETO, Antônio (orgs.). *Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía, 2012. p. 173-194
- CARLÓN, Mario. *Sujetos telespectadores y memoria social*. In: CARLÓN, Mario. *Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos*. Buenos Aires: La Crujía, 2004.

- DAYAN, Daniel. Dar atenção à atenção: um olhar sobre as audiências e os públicos. In: ABRANTES, José Carlos; DAYAN, Daniel (orgs.). *Televisão: das audiências aos públicos*. Lisboa: Livros Horizontes LDA, 2006. p. 23-26.
- FAUSTO NETO, Antônio. Pisando no solo da mediatização. In: SÀÁGUA, João; CÁDIMA, Francisco Rui. (org.). *Comunicação e linguagem: novas convergências*. Portugal: FCSH – Universidade Nova de Lisboa, 2015. p. 235-254.
- FAUSTO NETO, Antônio; SGORLA, Fabiane. Zona em construção: acesso e mobilidade da recepção na ambiência jornalística. *Lumina, Juiz de Fora, MG*, v. 7, n. 1, 13 jun. 2013.
- FAUSTO NETO, Antônio: Circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, Antônio; VALDETTARO, Sandra (orgs.). *Mediatización, sociedad y sentido. Coloquio del Proyecto “Mediatización, Sociedad y Sentido: aproximaciones comparativas de modelos brasileños y argentinos”*. Rosario: Universidad Nacional de Rosario, 2010. Disponível em: <<http://www.fcpolit.unr.edu.ar/wp-content/uploads/Mediatizaci%C3%B3n-sociedad-y-sentido.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2014.
- FAUSTO NETO, Antônio. Ombudsman: a interrupção de uma fala transversal. *Intexto, Porto Alegre*, v. 2, n. 19. p. 1-15, jul.-dez. 2008. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/intexto/article/viewFile/8009/4769>>. Acesso em: 02 jun. 2017.
- FAUSTO NETO, Antônio. Miatização, prática social, prática de sentido. 15º Encontro Anual da COMPÓS – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, UNESP-Bauru, 6 a 9 de junho de 2006.
- FAXINA, Elson; GOMES, Pedro Gilberto. *Miatização: um novo modo de ser e viver em sociedade*. São Paulo: Paulinas, 2016.
- FLICHY, Patrice. Internet, um mundo para os amadores. In: FLICHY, Patrice; FERREIRA, Jairo; AMARAL, Adriana (orgs.). *Redes digitais: um mundo para os amadores. Novas relações entre mediadores, mediações e miatização [recurso eletrônico]*. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2016. p.13-48.
- FRANÇA, Vera et al. (orgs.). *Celebridades no século XXI: transformação no estatuto da fama*. Porto Alegre: Sulina, 2014.
- FRANÇA, Vera; SIMÕES, Paula G. *Celebridades como ponto de ancora-*

- gem na sociedade midiaticizada. *Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia*, Porto Alegre, v. 21, n. 3, p. 1062-1081, set.-dez. 2014. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/16397>>. Acesso em: 10 jun. 2018.
- GOMES, Pedro Gilberto. Mídiação: um conceito, múltiplas vozes. *Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia*. Porto Alegre, v. 23, n. 2, mai.-jun.-jul.-ago. 2016. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/22253>>. Acesso em: 10 jun. 2018.
- INGLIS, Fred. *Breve história da celebridade*. Rio de Janeiro: Versal, 2012.
- HERSCHMANN, Micael; PEREIRA, Carlos Alberto Messeder (orgs.). *Mídia, memória e celebridades: estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2003.
- HERSCHMANN, Micael; PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. Isso não é um filme? Ídolos do Brasil contemporâneo. In: *Lugar Comum*, n. 11, mai.-ago., 2000. p. 45-59.
- KEEN, Andrew. *O culto do amador: como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.
- LANA, Lígia. *Jornalismo de celebridade, interesse humano e representações femininas na contemporaneidade*. In: FREIRE FILHO, J.; COELHO, M. G. P (orgs.). *Jornalismo, cultura e sociedade: visões do Brasil contemporâneo*. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 174-192.
- LASCH, Christopher. *O mínimo eu: sobrevivência psíquica em tempos difíceis*. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- \_\_\_\_\_. *A cultura do narcisismo: a vida americana numa era de esperanças em declínio*. Rio de Janeiro: Imago, 1983.
- LIESENBERG, Susan. *O processo de celebrificação na internet: o caso de Stephany do CrossFox*. 2012. Dissertação (Mestrado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul), Porto Alegre, 2012.
- LIMA, Luiz Costa. *Comunicação e cultura de massa*. In: LIMA, Luiz Costa (org.). *Teoria da cultura de massa*. Rio de Janeiro: Saga, 1969.
- LUHMANN, Niklas. *Introdução à teoria dos sistemas*. Petrópolis: Vozes, 2011.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo – 1*.



- Neurose. Rio de Janeiro: Forense-Univeristária, 1967.
- PRIMO, Alex. Existem celebridades da e na blogosfera? Reputação e renome em blogs. XVIII Encontro da Compós, PUC-MG, Belo Horizonte, jun-2009a. Disponível em <[https://comunicacaoesporte.files.wordpress.com/2010/11/biblioteca\\_1017.pdf](https://comunicacaoesporte.files.wordpress.com/2010/11/biblioteca_1017.pdf)>. Acesso em: 16 jul. 2016.
- PRIMO, Alex. A busca por fama na web: reputação e narcisismo na grande mídia, em blogs e no Twitter. IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba/PR, 4 a 7 de setembro de 2009b.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. Experiência, modernidade e campo dos media. In: SANTANA, R. N. Monteiro de (org.). Reflexões sobre o mundo contemporâneo. Rio de Janeiro: Revan; Teresina: Universidade Federal do Piauí, 2000.
- ROJEK, Chris. Celebridade. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.
- SANCHOTENE, Carlos R.S.; FAUSTO NETO, Antônio. Enunciação e “contratos de leitura”: novos “modos de dizer” dos discursos jornalísticos. Travessias, v. 4, n. 1, 2010. p. 42-56.
- TARDE, Gabriel. A opinião e as massas. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- VERÓN, Eliseo. Teoría de la mediatización: una perspectiva semio-antropológica. CIC Cuadernos de Información y Comunicación, v. 20, p. 173-182, 2015.
- VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. Matrizes, v. 8, n. 1, p. 13-19, jan.-jun. 2014.
- VERÓN, Eliseo. La semiosis social, 2: ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires: Paidós, 2013.
- VERÓN, Eliseo. La mediatización, ayer y hoy (prólogo). In: CARLÓN, Mario; FAUSTO NETO, Antônio (orgs). Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación. Buenos Aires: La Crujía, 2012. p. 9-15.
- VERÓN, Eliseo. E fin de la historia de un mueble. In: CARLÓN, Mario; SCOLARI, Carlos A. (orgs.). El fin de los medios masivos: el comienzo de un debate. Buenos Aires: La Crujía, 2009.
- VERÓN, Eliseo. Fragmentos de um tecido. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2004.
- VERÓN, Eliseo. Televisão e política: história da televisão e campanhas

- presidenciais. In: FAUSTO NETO, Antônio; VERÓN, Eliseo; RUBIM, Antônio A. C. (orgs.). Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral. São Paulo/São Leopoldo: Hacker/Unisinos, 2003. p.15-42.
- VERÓN, Eliseo. Conversación sobre el futuro. In: VERÓN, Eliseo. Espacios mentales: efectos de agenda 2. Barcelona: Gedisa, 2000.
- VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. In: Revista Diálogos de La Comunicación, Lima, Felafacs, n. 48, oct. 1997.
- VERÓN, Eliseo. A produção de sentido. São Paulo: Cultrix, 1980.



.....

Este livro foi composto em Sabon LT 10,3/14 para a  
Editora da Universidade Estadual da Paraíba (Eduepb)  
em novembro de 2019.



ISBN 978-857879612-9



9

788578

796129