

INTOLERÂNCIA COMO POLÍTICA EM DISCURSOS NA REDE SOCIAL

INTOLERANCE AS POLICY IN SPEECHES ON SOCIAL NETWORK

Ercio do Carmo Sena Cardoso¹

Resumo: O trabalho propõe analisar três vídeos significativos do canal TV Revolta, postados no Facebook nos dias 26 de outubro, dia do segundo turno da eleição presidencial, e outro no dia seguinte. A TV Revolta é um projeto de comunicação política que surgiu em 2010 e tem no Facebook sua maior expressividade. Utiliza-se de postagens regulares para atacar personalidades políticas e ações sociais do governo. O discurso do canal aguça o apoio a práticas discriminatórias. A TV Revolta participou ativamente do processo eleitoral. A maior parte desses discursos se ancorou em estereótipos hegemônicos da cultura brasileira. Os valores que tencionam e dão forma a essas práticas comunicativas serão analisados nas proposições informativas da TV Revolta. O esforço de formar e reformular opiniões, refletido na ação política do canal, tem destacada repercussão na vida social e será o foco da análise.

Palavra chave: Intolerância. Política. Discursos. Rede social.

Abstract: The work aims to analyze three significant videos from TV Revolta channel, posted on Facebook on October 26, day of the second round of the presidential election, and another one from the next day. TV Revolta is a political communication project that began in 2010 and has its greatest expression on Facebook. It uses regular postings to attack politicians and government social programs. The channel speech incites the support to discriminatory practices. TV Revolta actively participated in the electoral process. Most of those speeches were anchored in hegemonic stereotypes of Brazilian culture. The values they intend to transmit and to give form to those communicative practices will be analyzed in the information propositions of TV Revolta. The effort to form and reshape opinions, reflected in the political action of the channel, has a strong impact on social life and will be the focus of analysis.

Keywords: Intolerance. Politics. Speeches. Social network.

1. INTRODUÇÃO

Durante as eleições (2014), a característica dos candidatos e da disputa contribuiu para que a sociedade tomasse para si a tarefa de enfrentar questões da economia, da política, da educação, da cultura, enfim, do destino do Brasil. Se não foi possível perceber tudo o que acontecia nos debates eleitorais, uma coisa ficou clara, eles foram incorporados como algo que diz respeito à vida de todos, por bem ou por mal. Nos espaços das redes sociais, se por uma lado foi possível em certa medida desafiar e desmitificar a grande mídia, por outro, grupos identificados com posições antipopulares alcançaram uma reverberação considerável de seus discursos com temas que

ganharam importância.

Opiniões adquiriram expressão na internet em longos debates. Esse confronto não trouxe vantagens apenas para os grupos identificados com movimentos populares, embora a proposta próxima desses setores tenha vencido a eleição. Outra identidade cultural, a favor do recrudescimento de uma cultura hegemônica se afirmou com reflexos consideráveis nesse processo e depois dele.

Uma proposta que teve destacada atuação nesse procedimento foi a do canal TV Revolta, marca que surgiu em 2010 e tem no *Facebook* sua maior expressividade. Através de postagens regulares de imagens, textos curtos e vídeos, a TV Revolta propõe discursos cujo objetivo é atacar personalidades políticas e ações sociais do governo. O discurso do canal aguça o apoio a práticas discriminatórias, presentes em visões de grupos elitistas da sociedade brasileira. O alcance das redes sociais levou a TV Revolta a participar ativamente do processo eleitoral, ainda que as postagens evidenciassem falta de rigor na produção de notícias.

Nesse contexto, o objeto da análise desse artigo é o estudo de três postagens com repercussões significativas, duas ocorridas no dia da eleição e outra publicada no dia seguinte. Os valores que tencionam e dão forma a essas práticas comunicativas serão investigados nas proposições informativas da TV Revolta. O esforço de formar e reformular opiniões, refletido na ação do canal, tem destacada repercussão na vida social e será o foco da análise.

2. O QUE ANIMA O DESAFIO

Reconhecer o papel das redes sociais como lugar privilegiado da conversação social é importante para iluminar a proposta deste trabalho. É inegável que indivíduos têm alargado sua intervenção no mundo com a extensão que as redes possibilitam às palavras, ao pensamento. Esses indivíduos não existem em relação simétrica de produção e consumo de produtos midiáticos, mas sem dúvida, se tornam importantes mediadores de discursos e valores em litígio nessa arena de debates. É possível identificar trocas culturais dinâmicas, agindo nos processos de identificação, tecidos no cotidiano das relações humanas, dentro e fora das redes sociais. As possibilidades de intervenção criadas pelo uso das mídias digitais não suspende outras relações, compõem esse mundo que compartilha diferenças, busca de afirmação e apreciações conflitantes.

Considerando os objetivos de utilização primários das redes sociais, crê-se que a TV Revolta faz o uso da rede de forma bem sucedida. A crescente influência pode ser verificada pelo compartilhamento espontâneo de diversas pessoas que interagem com o canal. Se a verdade factual não é o compromisso com o qual utilizam a liberdade discursiva, a ação empreendida por este grupo não abandona o intento de alcançar um efeito de verdade em acordo com sua interpretação do mundo, em particular da sociedade brasileira.

Embora a expressividade da TV Revolta seja relevante, o potencial desse discurso não deve ser medido apenas pelo alcance que o compartilhamento das redes possibilita, mas também por autenticar importantes concepções presentes no imaginário da sociedade brasileira. Essas articulações estabelecidas no ciberespaço tecem e são tecidas em articulação com a vida social. A TV Revolta foi a página do *Facebook*, na categoria mídia, que mais cresceu no mundo em maio de 2014. (Martins, Truffi, 2014). Considerando a visibilidade de acontecimentos relacionados à política no País, como, por exemplo, as manifestações ocorridas em “junho de 2013” e seus reflexos, a polêmica realização da Copa do Mundo no Brasil e as eleições em 2014, são compreensíveis a crescente atividade do canal e a repercussão de seus temas. A maior parte das inserções se destaca pela crítica às ações sociais do governo, revelando perspectivas economicistas e ações meritocráticas na defesa de seus propósitos e nas afirmações nas quais pretendem definir o que é o Brasil. Souza (2010) destaca duas perspectivas que sustentam a visão economicista como definidora de uma classe ou grupo social. A primeira é a perspectiva liberal, que reconhece classes, mas desvincula a associação entre classe e renda, e a segunda é a perspectiva “marxista enrijecida”, que atribui à classe social o papel de definir a consciência dos indivíduos. A herança imaterial, imperceptível para qualquer uma dessas concepções economicistas, é responsável por afirmar a meritocracia. A condição de igualdade entre os sujeitos pressupõe a herança cultural ? componente essencial na definição de hábitos de consumo. Hábitos como ler jornal, frequentar cinema, falar inglês, acessar computadores não são automaticamente incorporados por sujeitos que, de repente, ascendem socialmente. Burgueses que se tornaram novos ricos no passado compravam títulos da nobreza, e por mais que se esforçassem para alcançar o respeito dos nobres eram, via de regra, identificados por sua origem e mudança de status.

A composição dessa paisagem, assim como as complexas relações que envolvem práticas de comunicação, desafia a compreensão sobre a articulação, a adesão e a formação de opiniões

públicas. As tecnologias da comunicação transformaram todos os espaços em lugares de produção de sentidos e afirmação de valores. A dinâmica dos choques discursivos traz desafios para compreender a emergente comunicação política e cultural. A identificação, análise e interpretação dessas narrativas, tornam visíveis estímulos que instruem o sujeito na cena midiática para se revelar e influenciar os outros. O esforço de compreender esses fenômenos contribui para elucidar motivações que transformadas em narrativas, expõem confrontações políticas. Arendt (1997) considera que muito da existência dos pensamentos vivem de forma sombria até serem desindividualizadas. Isso só se torna parte da realidade, embora tenha existência, quando é compartilhado e alcança outros por meio da palavra, da expressão. Para a autora, é a presença do outro que garante a realidade do mundo e de nós mesmos. Embora os pensamentos expressos pela TV Revolta tenham forte vinculação com valores cultivados no pensamento dominante, a expressão pública dessas vozes, articuladas em tempos recentes, pode ser apontada como novidade nesse tipo de relação.

3. POLÍTICA NA REDE

Após quatro anos desde a sua criação, em outubro de 2010, a TV Revolta se tornou uma marca que atinge aproximadamente 13% da população brasileira, segundo a revista *Carta Capital*. Por meio de um canal do *Youtube*, de um *website* e das redes sociais *Twitter* e *Facebook*, onde tem sua maior expressividade, a TV Revolta veicula um misto de informação e entretenimento, militância política e humor. De acordo com os dados dos próprios canais, *Youtube*, *Twitter* e *Facebook*, a marca possui 31.910 inscritos e 5.015.769 visualizações no primeiro, 3.401 seguidores no segundo e 3,6 milhões de seguidores no último.

A TV foi fundada pelo comunicador social João Vitor de Almeida Lima no dia 4 de outubro de 2010 na cidade de São Paulo. O primeiro produto audiovisual da marca é um vídeo do canal *Youtube*, apresentado pelo personagem criado por Lima, o *João Revolta*. Na descrição encontrada na página do *Facebook*, a TV Revolta se considera um canal informativo e de entretenimento. Tem o objetivo de colaborar com o desenvolvimento do Brasil por meio de imagens, reportagens, vídeos, textos, músicas, filmes, documentários, curta metragens, indicações e discussões gerais de interesse público. Pretende ainda expor fatos e acontecimentos de interesse coletivo, respeitar acima de tudo a opinião do público, sendo ele responsável por praticamente todas as sugestões de temas das redes sociais pertencentes à TV. (TV REVOLTA, 2014).

No canal do *Youtube*, intitulado TV Revolta, são compartilhados vídeos que corroboram os propósitos defendidos pela organização. Existe outro canal, *João Revolta*, no qual o criador da TV Revolta, Lima, é o protagonista que discute opiniões pessoais relativas a assuntos políticos e sociais. Conforme informado no próprio canal, ele conta com 91.898 internautas inscritos até julho de 2014. No entanto, a página da TV no *Facebook* supera em popularidade e alcance, sendo a principal forma de divulgação de conteúdo.

A página TV Revolta conta com mais de 3,6 milhões de seguidores, dados oferecidos pela própria página (julho de 2014), e aproximadamente 27 milhões de internautas são alcançados por seu conteúdo, conforme informado na reportagem publicada na *Carta Capital*, “Artilharia Política no *Facebook*”, Martins (2014). De acordo com a descrição da página, o público da TV Revolta é jovem, dentro da faixa etária dos 18 aos 24 anos. Desde o início de seu funcionamento, já publicou mais de 16 mil imagens, geralmente montagens simples, com frases curtas.

Os principais alvos da crítica da TV Revolta são programas sociais do governo, com destaque para o Bolsa Família, o Marco Civil da Internet e também o denominado caso do Mensalão do PT. Além disso, a página se posiciona a favor da redução da maioria penal, critica posicionamentos que eles definem como ideologias comunistas.

Algumas informações postadas estão incorretas e, às vezes, com fonte duvidosa, nem sempre mencionada. O próprio criador da página, João Vitor de Almeida Lima, admitiu o uso desse recurso em depoimento para a reportagem da *Carta Capital*. De acordo com Lima “entretenimento e informação trabalham juntos desde a popularização do cinema.”. A página também elegeu um

ídolo: o presidente do Supremo Tribunal Federal, o ministro Joaquim Barbosa, frequentemente citado nas publicações como figura legitimadora de opiniões pela credibilidade a ele atribuída.

Para Castelles (2003) a cultura é definida por valores e crenças que definem padrões de comportamento repetidos por pessoas e instituições. Acrescenta que a cultura transcende o indivíduo sendo, portanto, uma construção coletiva. A cultura da internet é dividida pelo autor em tecnomeritocrática, hacker, empresarial e comunitária virtual. Nessa última, insere-se o objeto de pesquisa deste trabalho. A cultura comunitária virtual afere uma dimensão social no compartilhamento tecnológico. A internet torna-se um meio de interação social de integração simbólica. As redes sociais surgem como fontes de valores que podem moldar comportamentos sociais, além de possibilitar usos basilares, pois garantem facilidade de publicação, visibilidade e compartilhamento espontâneo de conteúdo. O autor aponta duas características fundamentais do meio: a comunicação livre e horizontal e a formação autônoma das redes, ou seja, se o indivíduo não encontra o que procura na internet, tem autonomia para criar e divulgar a própria informação. Considerando a comunidade virtual uma extensão da vida tal qual ela é, a compreensão desse fenômeno requer situar a ideia de cultura conforme se articulam essas práticas discursivas. Castelles (2003) entende que a articulação entre essas diferentes culturas é responsável pelo reforço de uma ideologia de liberdade que caracteriza a internet.

Para Barbero (1997), o pensamento de Benjamim contribui para refletir o popular na cultura não como negação, mas como experiência e produção. Mostra que o empenho de Benjamim é trabalhar a experiência como um modo de alcançar o que irrompe na história com as massas e a técnica. Identifica na perspectiva do filósofo alemão a impossibilidade de compreender as massas sem o esforço de abarcar sua experiência. Tomar a vida social na articulação de valores que envolvem técnicas e ação política é referência de uma experiência que, desnudada, coopera para revelar dimensões e atitudes de grupos que agem expressivamente num tempo histórico. Essa perspectiva colabora para pensar a cultura também como um espaço de conflitos.

Williams (1992) estuda as práticas e relações culturais produzidas na sociedade, não apenas como ideologia ou cultura, mas como determinações constantes a gerar conflitos, resoluções, rompimentos, inovações e mudanças de todo tipo. Concentra particular atenção aos processos de reprodução cultural e social que se articulam com outros elementos da vida cultural. Para o autor a classe social não é algo monolítico. Há sempre no seu interior, diferentes filiações e grupos que

alternam de forma crescente e decrescente sua importância.

Um conceito determinante que o autor trabalha é a reprodução. Para Williams (1992), toda tradição comporta um processo de reprodução em curso. A forma cultural é intrinsecamente dependente da reprodutibilidade. A reprodução, no entanto, difere do sentido de cópia, como algumas leituras focalizam. A exemplo do que ocorre na biologia humana, o sentido de reprodução se amplia em derivações que incorporam características do objeto reproduzido, mas apresentam outras, originadas no processo de hibridização e atualização. Com isso, reproduzir significa criar algo novo, assim como na biologia uma reprodução dá origem a um novo organismo dentro de uma mesma espécie. Esse conceito, que diz respeito a qualquer sistema passível de reprodução, na cultura é um fenômeno que se acentua pela presença da mídia digital na mediação da linguagem nas relações sociais. A tradição, assim, admite um processo de escolha ou re-seleção de meios expressivos herdados, e eles não representam a repetição, a simples continuação.

As relações sociais, segundo Williams (1992), exercem tensões entre autoridade e independência cultural. No complexo processo de produção e reprodução, mesmo havendo elementos sistemáticos que fixam limites, contradições internas significativas podem provocar mudanças, o que é característico de toda ordem social e forma cultural ativa. Mesmo a tradição exercendo forte papel na constituição cultural de determinado grupo, ocorrem movimentos internos de questionamentos e tensões que provocam renovação. As relações sociais mediadas pelo encontro de sujeitos que se articulam em redes sociais abrem possibilidades para o exercício da reflexão sobre o tempo histórico, os sujeitos e a sociedade que constroem.

Cabe ressaltar outra questão que diz respeito aos modos como os sujeitos se inserem na arena política e se referenciam em processos de identificação. Ao abordar as culturas nacionais, Hall (1999) evidencia que elas são as principais fontes de formação da identidade cultural. Demonstra que essa identidade, embora não seja natural, leva os indivíduos à ilusão que as identificações estão ligadas intencionalmente a eles, não sendo, portanto, construções discursivas incorporadas por meios culturais. Por meio delas as identidades são formadas e transformadas no interior das representações.

Na era pré-moderna a lealdade e a identificação eram apreendidas por meio das instituições como a tribo, a igreja e mesmo a ação de grupos humanos, cultuadas nas tradições. Na era

moderna, a cultura nacional criou padrões de alfabetização universais, determinou-se o uso da língua, instituindo uma cultura hegemônica capaz de manter instituições culturais nacionais. A cultura nacional para Hall (1999) é, no entanto, uma construção discursiva. Um modo peculiar de fundar sentidos para organizar a ação dos indivíduos, refletindo concepções gerais que eles têm sobre si mesmos. As pessoas são levadas a conectar o sentido de suas vidas a um destino nacional pré e pós-existente. No caso do Brasil, durante muitos anos se cultivou a ideia de que éramos o país do futuro. Além disso, as origens, a tradição, por vezes inventada para construir um passado adequado, são utilizadas como fontes de construção identitária. Mesmo quando o discurso enaltece a originalidade de um povo constituído em origens de três continentes, como é o caso do Brasil, esses relatos assumem um contar mitológico de uma história erguida em uma narrativa que parte das diferenças para constituir unidade e objetivos capazes de celebrar a nação.

Hall (1999) mostra que a constituição da identidade de uma nação não se faz sem que culturas subalternas tenham sido submetidas a um processo de conquista violento. Com isso, não se pode definir as culturas nacionais como unificadas. Ao contrário, elas representam a força de um discurso hegemônico afirmada discursivamente. Na realidade, as nações modernas são identificadas como “híbridas culturais”.

O indivíduo atual, para Hall, é definido como possuidor de uma identidade instável, em constante mudança. Essas mudanças são decorrentes de relações estabelecidas com os sistemas culturais que os cercam. A acessibilidade e as diferentes experiências desses sujeitos na relação com essas formas é o que determinará os processos de identificação. O mesmo indivíduo estará sujeito a constantes deslocamentos de identificações, dependendo das situações em que for chamado a agir. Nesse sentido, é possível inferir que essas relações foram potencializadas no ciberespaço, considerando a variedade de discursos disponíveis e a interatividade proporcionada. A consequência desse processo em curso está por ser compreendida. No entanto, é possível constatar o abalo das identidades nacionais ao mesmo tempo em que se reforçam identidades locais como forma de resistência aos efeitos indesejáveis da globalização econômica e cultural.

Souza (2009) considera os estereótipos uma leitura rasa do que é a sociedade brasileira. Composta por classes e particularidades, o autor destaca a necessidade de uma investigação rigorosa sobre a constituição desses grupos, levando-se em conta tanto os componentes do capital econômico quanto do cultural. Tal procedimento pode apresentar percepções diferentes da

realidade. Conflitos culturais e sociais não devem ser desconsiderados para entender tensões entre indivíduos de classes diferentes, a conformar discursos e compor disputas no espaço público virtual. O esforço de legitimar privilégios sem considerar as condições que cada grupo possuía como herança cultural é um meio de afirmar a meritocracia, a despeito da desigualdade que corrói qualquer pressuposto democrático. Esses indivíduos que concorrem por conquistas não partem de condições niveladas, e certamente possuem capacidades diferentes, mas estão em condições de desigualdade econômica, social e cultural que não se deram por acaso.

A ação comunicativa atual não prescinde do papel dos líderes de opinião. Diferentemente do que representaram no passado quando o alcance dos meios de comunicação de massa era limitado, hoje, o papel dos formadores de opinião é acentuado na ressignificação e nas disputas pela hegemonia dos discursos. Em meados do século passado, entendia-se que os líderes eram o um setor da população mais ativo no processo de formação de opinião. (Wolf, 1984). Hoje essa perspectiva não pode ser articulada como um modelo do tipo *two step flow of communication*, uma vez que o poder de difusão dos meios tem a capacidade de irrigar diretamente todos os continentes, mas não nivelar o entendimento e o nível de compreensão. A abordagem crítica do discurso da TV Revolta traz possibilidades que articulam e promovem identificações culturais entre consumidores do canal, fazendo-o agir como instituição produtora de sentidos e formadora de opinião. O ciberespaço nessa visada deve ser percebido não como algo alheio à realidade, mas como um ambiente em que se definem formatos particulares na partilha dessas relações.

4. O MÉTODO

Para realizar este trabalho foram analisadas três postagens da TV Revolta. Duas postagens mais significativas do dia 26 de outubro de 2014, dia do segundo turno da eleição, e uma do dia 27. A escolha foi determinada pelo maior número de curtidas, comentários e compartilhamentos. No *Facebook* compartilhar é um ato de adesão mais forte, porque o indivíduo reproduz e difunde o conteúdo que viu, gostou e recomendou. Comentar nem sempre significa concordar, mas é um indicador de que o tema em questão é relevante. O usuário se vê compelido a participar, emitir uma opinião sobre a publicação. Em geral, a maioria dos comentários de um *post* no *Facebook* é de aprovação. O curtir é o equivalente do *like* em inglês no *Facebook*. A pessoa quando não gosta tem que argumentar, não há a opção “Não curtir”. O curtir é invariavelmente aprovar a causa, o posicionamento e/ou manifestar a afirmação do gosto. A escolha desse dia considera a necessidade

de articular o acontecimento mais importante no curso das ações de um canal disposto a atuar no embate político. Tomar o ambiente da disputa e da consequente decisão dos cidadãos como referência, é escolha que vê na metodologia o acompanhamento refletido do objeto que se pretende conhecer. A opção pretende refletir o diálogo proposto na articulação desses discursos.

A análise das postagens com mais repercussão propõe uma investigação com foco nas relações entre produção e consumo da ação política cultural desse grupo. Assim, a análise sobre a repercussão das postagens é essencial para que sejam elucidados os fundamentos que articulam as relações entre produção e consumo do discurso elaborado pela TV Revolta. O objetivo dessa escolha foi identificar como o discurso cria vínculos com os valores presentes nessas práticas.

5. PROPÓSITOS DE UM DEBATE

O post que obteve mais adesão foi o vídeo intitulado “Repúdio a reeleição de Dilma (Agora o que nos resta é apelar para o IMPEACHMENT.)”. Nesse vídeo a personagem João Revolta repudia a eleição da presidenta e chama de imbecis os eleitores que votaram na presidenta. A personagem faz uma defesa veemente do voto facultativo afirmando que ignorantes não deviam ter direito a voto. Em seu discurso diz que se sente traído pelo esforço que eles fizeram ao denunciar os ladrões que assaltam o país há doze anos. Afirma que não esperava, no dia da eleição, assistir ao crime e a corrupção serem beneficiados. Atribui os votos dados à política iniciada pelo ex-presidente Lula, que distribuiu o Bolsa-Família para criar vagabundos acomodados e reféns do voto no partido da corrupção. Propõe o impeachment como a saída para uma situação que não conseguiram ultrapassar com a eleição. Condena veemente as políticas sociais do governo, tratadas como iscas para atrair ignorantes e controlar o voto de eleitores. Finaliza o depoimento concluindo pela necessidade de iniciar um novo trabalho para interromper o mandato presidencial, antes mesmo que a presidenta tomasse posse. “Já que não conseguimos tirar nas urnas, uma vez que, como nós vimos nas denúncias do dia hoje, há indícios graves de fraudes nas urnas. Vamos ao impeachment!” (REVOLTA, 2014).

A repercussão foi considerável. O vídeo figurou na atualização do status da página por quatro vezes naquele dia. Somando-se as manifestações de apoio a postagem alcançou, até a meia noite do dia 26/10, 8972 curtidas, 657 comentários, a maior parte deles em sintonia com a proposição do *post* e 10383 compartilhamentos, tornando o ato de compartilhar a opinião superior

a aprovação pela curtida.

Considerando o ato de compartilhar o mais forte entre as três opções, isso indica que houve evidente adesão ao apelo e, ao mesmo tempo, um impulso em favor de sua ampliação como referência para outros internautas vinculados a essa rede de usuários.

Pode se contestar que os números, embora significativos para o padrão do *Facebook*, são menores que outros vídeos que circulam no *Youtube*, e aparentam ter maior poder de agregação. Alguns desses vídeos trazem aspectos humorísticos, receitas, costumes e outros valores, mas esse vídeo tem importância destacada pelo tema que traz, pelo modo como trata questões de interesse público e também pela adesão que essas teses recebem. Esta questão foi apresentada como saída a estimular o próximo confronto que se estabeleceu logo após as eleições. Grupos análogos ao TV Revolta encontraram no leito das manifestações de junho, nas críticas a Copa do Mundo, nas eleições e no *impeachment*, motivações para manter em pauta o conflito de concepções.

Logo após a postagem desse vídeo alguns comentários indicam a interação e o destacado suporte a esta causa. Internautas identificados com a proposta reafirmaram essa perspectiva. Em seguida os comentários sobre a postagem que receberam mais apoio (curtidas) dos internautas.

TABELA 1

Apelar para o Impeachment

Repúdio a reeleição de Dilma (Agora o que nos resta é apelar para o IMPEACHMENT)

1. Sou nordestina e estou muito triste, tinha esperanças de um país melhor.
2. IMPEACHMENT já!
3. Sabe como estou me sentindo? Como se eu sofre-se um assalto e todo mundo visse eu ser (sic) assaltado, e no dia seguinte perante o delegado, todas testemunhas se negarem a ter presenciado o crime e deixar o ladrão sair pela porta da delegacia e eu sou o mentiroso e serei julgado e condenado por isso!!!!
4. Brasil de hipócritas e bolsistas!!! E que Deus nos ajude!
5. Impeachment já!

FONTE – REVOLTA, TV. Facebook. 2014.

No primeiro comentário, a afirmação da condição de nordestina e o lamento pelo rumo que a eleição deu ao país, traz o impeachment como alternativa à desesperança em busca de outra rede de solidariedade. Um possível conforto pela expectativa cancelada, em particular, pela decisão dos eleitores do nordeste. Logo nos primeiros momentos eles são responsabilizados diretamente pela eleição da presidente, trazendo manifestações e conclusões que irão reforçar formas de segregação apresentadas no discurso do vídeo.

A inscrição em maiúscula “IMPEACHMENT já!” difere da outra iniciada em caixa alta, seguindo em caixa baixa. O maior apoio da primeira inscrição pode ser atribuído ao desejo não apenas mencionado, mas gritado pelos internautas que lhe deram apoio. Esse tipo de inscrição sugere maior atenção ao texto, age como alerta, um berro, cuja voz não pode ser ouvida e é substituída pela marca de uma escrita que propõe substituir o brado.

Na terceira forma de adesão, um pequeno texto traz a expressão indignada de quem se sentiu lesado com o consentimento de outras vítimas que deveriam colocar fim a situação que deve se prolongar. A metáfora do assalto reclama pela coragem, o olhar e a confirmação de testemunhas que, segundo o discurso, optaram por absorver o criminoso e punir a vítima. A condenação, para o interlocutor, será a convivência com mais quatro anos de governo assistencialista, responsável por perdurar a situação denunciada com políticas injustas de transferência de renda de quem trabalha para aqueles que vivem de favor. Ao final, só pedindo por Deus para que isso mude.

A segunda postagem mais repercutida é um vídeo intitulado “Denúncia grave de Fraude nas urnas eletrônicas”. O denunciante André Martinbianco apresenta dados pessoais e faz uma denúncia, que considera grave, sobre o que teria ocorrido com ele. Afirma que houve fraude e ao final conclui que “... a máquina está contabilizando votos, sozinha! Uma mulher votou antes de mim e ainda falou para a mesária que a urna vai encher de voto para o PT”. O vídeo obteve 1684 curtidas, 446 comentários e 7555 compartilhamentos.

Os números de adesão são indicadores essenciais para pensar as formas de interação. Nem sempre nesses tipos de ação ficam visíveis todas as formas de apoio ou repercussão que as postagens trazem. O número de visualizações de um vídeo pode ser até quarenta vezes maiores do

que o número de seu compartilhamento, por exemplo. Em algumas situações, embora o curtir seja uma forma de aprovar um discurso, imagem ou texto, quando se trata de questões em que os posicionamentos buscam adesões, o número de compartilhamentos pode superar o de aprovações como foi o caso da postagem analisada inicialmente e agora nesse segundo vídeo.

Na relação com a postagem, interlocutores da TV Revolta irão confirmar a suspeita de fraudes colaborando para legitimar aquele discurso. Essas confirmações receberam adesões em curtidas que confiam no vídeo e, às vezes, pretendem relatar experiências na mesma direção.

TABELA 2

Fraude nas urnas

“Denúncia grave de fraude nas urnas eletrônicas”

1. Já votei 45 !!! Que eu meu lembre não saiu som...apareceu "Fim"
2. Mas eu também duvido muito, que não haverão (sic) fraudes nessas urnas
3. e se mesmo com sinal sonoro não validar?
4. É hora de ir pras ruas e pedir impeachment dela, essa eleição foi fraudada.

FONTE – REVOLTA, TV. Facebook. 2014.

No conjunto, esses relatos tentam confirmar um possível complô para conduzir a presidenta à vitória por meios ilícitos. O discurso sobre as urnas se não apresenta fundamentos consistentes, a envolver especialistas em condições de sustentar informações, a postagem, assim como os comentários, servirão como combustíveis para justificar o impeachment da presidente. Outra publicação que provocou expectativas semelhantes, embora tenha alcançado menos adesão, foi a do professor que levantou suspeita sobre as urnas eletrônicas. Por meio dela Diego Aranha, professor da Universidade de Brasília, (UnB), “demonstrou sua preocupação com o sigilo do voto e a impossibilidade do eleitor ter a comprovação física de sua escolha.”. (TV Revolta, 2014). No curto relato, a matéria informou que, segundo o especialista, “a urna eletrônica brasileira seria a mais defasada do mundo.”. O vídeo, a reportagem e outras imagens insistentemente compartilhadas nesse dia, embora tivessem menos adesão, contribuíram ao longo do dia para construir um clima de desconfiança em torno do resultado das eleições.

Por fim, a terceira postagem mais significativa na relação com os internautas foi postada no dia que se seguiu à eleição. O vídeo trazia a seguinte chamada “Logo após vencer as eleições Dilma fala sobre reforma política (DECRETO BOLIVARIANO)”. O vídeo inicia com a fala da personagem João Revolta que diz aos internautas que eles já sabem o que é a reforma política. Remete a outras falas e postagem nas quais esse tema é bastante criticado. Solicita atenção ao pronunciamento da presidenta no dia anterior, no qual ela afirma que a reforma mais importante do seu governo será a reforma política. Logo após o recorte do pronunciamento da presidenta, focado na defesa da proposta, o vídeo exhibe a relação das entidades e grupos apoiadores da reforma política. Na lista estão entidades de defesa dos direitos da mulher, grupos antirracistas, direitos humanos, religiosos, organizações juvenis, grupos partidários, entidades estudantis, educacionais, associações, federações e sindicatos de trabalhadores, mandatos parlamentares e movimentos sociais de todo tipo, totalizando 482 assinaturas. Ao final do vídeo, a personagem comenta.

Viu como esse povo é burro? Quem vai participar dessa reforma política são as ongs ligadas ao governo como o Movimento do Sem Terra, Partido Revolucionário de Esquerda, esses baderneiros black blocks. Faculdades de esquerda dominadas por esses professores vagabundos que estão lá ganhando dinheiro para fazer a cabeça dessa molecada com livros ultrapassados, vindo com aquela ladainha do marxismo. É esses aí que vão fazer a reforma política. É isso aí, acabou. Em pouco tempo o Brasil vai virar uma Cuba. E não vai demorar muito para virar uma Venezuela. Foi só a Dilma ganhar que as bolsas caíram. (REVOLTA, 2014).

A apresentação segue com outras afirmações sobre a falta de confiança dos empresários no Brasil, a ameaça do desemprego e a falta de investimentos. Lamenta que o esforço de pessoas instruídas, que leem, nada adiantou diante da ação dos incapazes que votaram na presidente. “O Brasil seguirá na mão desses ignorantes, desses analfabetos funcionais que estão votando a troco de esmola” (REVOLTA, João 2014).

O apelo identitário da personagem busca tornar indigna qualquer posição diferente daquela que afirma. Além de desqualificar os opositores em suas ideias, os identificam como aliados do governo, interessados apenas em sua continuação. Iguala diferentes apoiadores de movimentos sociais e grupos políticos sem indicar qualquer diferença entre eles, mesmo quando partem de objetivos e representações distintas. Enfrenta posições políticas acadêmicas conflitantes com a

mesma estratégia de desqualificação desses discursos, reduzindo tudo ao efeito único de todas essas ações, como a tentativa de transformar o Brasil em nova versão de Cuba ou Venezuela.

O pretenso esclarecimento do articulador deriva de constantes afirmações que valorizam seu trabalho e estudo, como se outras posições, que não fossem as suas, estivessem destituídas de fundamento. Inclusive pontos de vista de educadores considerados por ele como vagabundos que ganham dinheiro para difundir o marxismo. A aposta no rompimento com o outro campo de forças e pensamento demonstra incapacidade de aceitar o diálogo, mesmo diante da escolha da maioria. O discurso que faz apologia à intolerância com as diferenças, afirma a impossibilidade de reconhecer o outro e aceitar pactos para uma convivência em sociedade. O efeito de verdade desse discurso é proposto na descrição das reações negativas do mercado à vitória da presidenta. A queda das bolsas é a comprovação de que todas as afirmações anteriores estão legitimadas pelas forças que de fato contam na vida social. A capacidade empreendedora, independente de sua dependência com o mundo do trabalho e das pessoas que o constitui chancela a veracidade que o personagem pretende afirmar. O efeito de verdade pretendido na argumentação confirma a subordinação da ação política às determinações econômicas.

Ao final, o apresentador personagem conclui dizendo que não há o que fazer e aponta a defesa do projeto de regulação da mídia, defendido no vídeo pelo deputado José Guimarães do PT, como o projeto de censura. Termina afirmando que a maioria não votou em Dilma. Argumenta que, se quase a metade votou no candidato Aécio, os votos brancos e nulos demonstraram a não aprovação do governo, portanto, afirma que a presidente não foi eleita pela maioria. Promete seguir com a resistência e fazer novas postagens. Conclui cumprimentando ironicamente os eleitores que votaram em branco ou nulo.

“Parabéns aí prá você que votou nulo e que votou branco. Você ajudou a foder mais ainda esse país. Um abraço e até a próxima.”. (REVOLTA, João, 2014). Em seguida alguns comentários com ampla aprovação de seguidores dessa rede são aclamados com a opção curtir.

TABELA 3

Decreto Bolivariano

“Logo após vencer as eleições, Dilma fala sobre reforma política (DECRETO

BOLIVARIANO)”

1. O problema é que as pessoas que decidiram pelo PT nem *facebook* tem.
2. No que depender de mim, ela não fica não!
3. O povo tem medo de se rebelar, de medo e vergonha de lutar por seus direitos, estão acomodados do jeito que são, e não querem lutar por um Brasil melhor, acha que eh certo perder milhões pro pt enquanto o Brasil empobrece, mas ainda há uma espeança e vamos conseguir ganhar esta guerra e batalha tbm.

FONTE – REVOLTA, João. Facebook. 2014.

Na última parte do vídeo sobressai a indignação contra eleitores que escolheram e, portanto, impediram a consecução do projeto apoiado pela TV Revolta. A afirmação elitista insiste em classificar esses eleitores como pertencentes a grupos sociais com características socioculturais e econômicas bem definidas. É o sujeito que provavelmente nem tem *Facebook*. A afirmação que pretende dizer tudo sem explicitar, sugere outras características de eleitores típicos do PT. No terceiro comentário novas definições contribuem para elucidar e identificar esses eleitores: medrosos, acomodados e envergonhados de lutar por seus direitos. Diante do quadro de dificuldades a serem vencidas não resta alternativa, senão empreender outras batalhas numa guerra que não arrefece os ânimos de seus protagonistas. A guerra prossegue e outras batalhas virão. O somatório desses ingredientes novamente deixa aberto o campo da disputa, agora com a questão do impeachment. “No que depender de mim, ela não fica” acentua o compromisso de impedir que o governo aconteça, mesmo com a aprovação da maioria.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

É possível considerar como aspecto positivo da eleição a celebração do debate envolvendo diferentes atores sociais que no processo eleitoral, por vezes, substituíram os próprios candidatos na defesa dos projetos políticos. Em decorrência desse confronto, o movimento que convergiu para o fortalecimento da TV Revolta é significativo. Independente da qualidade e dos preconceitos que esses discursos afirmam, há em torno deles uma adesão intensamente ancorada em valores presentes na sociedade brasileira. O intuito do artigo foi buscar os elos dessa relação, destacando a perspectivas convergentes nesses discursos. Suspeita-se que eles não têm origem apenas no esforço de agregação proposto pelo canal, mas que se encontram densamente ancorados em miragens que

vão além do que esse estudo pode revelar. Possivelmente traduzem ideias encrustadas no tecido social que ganharam formas e expressividade nas redes sociais.

A expectativa que o artigo pretende provocar é que esses estudos afirmem não só modos e formas de intervenção, mas permitam ver, por meio delas, movimentos significativos de sujeitos no mundo. Para muitos desses indivíduos não é possível compartilhar um mundo de significações sem apartar vozes dissidentes. O culto à intolerância, a negação da política como mediação dos interesses coletivos adquire relevo em várias esferas da vida social e nas práticas comunicativas. A rede social revela alentos dessa prática, mas também outros movimentos contrários a ela. Aos pesquisadores, penso, cabe agir em favor de valores que nos permita ver o mundo em sua diversidade, para que os sentidos da realidade possam se manifestar com todas as suas nuances aos olhares e testemunhos públicos.

¹

Doutor, Docente, erciosena@gmail.com

REFERÊNCIAS

- ARENDT, Hannah. **A Condição Humana**. Tradução de Roberto Raposo. 8.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.
- BARBERO, Jesus. **Dos meios as Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- BRAGA, José Luiz. **A prática da pesquisa em Comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões**. Compós, 2011. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/665/503>
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. 1. Ed.- Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. Ed.- Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- LAZARFELD, P. ; BERELSON, B. ; GAUDET, H. **The People's Choice. How the Voter Makes Up his Mind in a Presidential Campaign**. 2. Ed. -New York> Columbia University Press, 1948.

MARTINS, Rodrigo; TRUFFI, Renan. **A Artilharia Política no Facebook**. Carta Capital, São Paulo, 28 mai. 2014. Reportagem de Capa, p. 25.

REVOLTA, João. **Facebook**. Disponível em: <www.facebook.com/tvrevolta>. Acesso em 27 de outubro de 2014.

SOUZA, Jesse. **A Ralé Brasileira: quem é e como vive**. 1. Ed.- Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

SOUZA, Jesse. **Os Batalhadores Brasileiros. Nova classe média ou nova classe trabalhadora?** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

TV REVOLTA. **Facebook**. Disponível em: <www.facebook.com/tvrevolta>. Acesso em 26 de outubro de 2014.

TV REVOLTA. **Youtube**. Disponível em: <www.youtube.com/user/canaltvrevolta>. Acesso em 26 de outubro de 2014.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. 2. Ed.- Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 7 Ed.- Lisboa: Editorial Presença, 1987.

Arquivo PDF gerado pela COMPÓS