

Crises, vol. 2, n. 2, outubro de 2022. ISSN: 2763-7425

REVISTA **Crises**

**DOSSIÊ:
LINGUAGENS
POLÍTICAS**



Expediente

Reitor da Universidade Federal de Pernambuco

Alfredo Macedo Gomes

Vice-reitor

Moacyr Cunha de Araújo Filho

Pró-reitora para Assuntos Acadêmicos

Magna do Carmo Silva

Diretor do Centro Acadêmico do Agreste

Manoel Guedes Alcoforado Neto

Vice-diretor

Gilson Lima da Silva

Editores Responsáveis da Revista

Daniela Nery Bracchi

Eduardo César Maia Ferreira Filho

Projeto Gráfico

Ythalla Maraysa da Silva

Valdemi Tavares

Revisores da Edição

Dayane Jeniffer Silva Carvalho

Gabriel Gomes Vila Nova

Daniele Leite

Marcus Firmo De Medeiros

Maria Clara De Souza Silva

Cecilia Souza Da Silva

Paula Beatriz Da Silva Lima

Diagramação

Ana Clara da Silva Tabaranã

Daniele Leite

Ythalla Maraysa da Silva

Capa

Valdemi Tavares

Divulgação e redes sociais

Maria Eduarda Rodrigues De Oliveira

Valdemi Tavares

Paula Beatriz Da Silva Lima

Comitê científico

Thiago Moreira Correa, Universidade Estadual Paulista, SP, Brasil

Greice Schneider, Universidade Federal de Sergipe, SE, Brasil

Eduardo Queiroga, Universidade Federal de Minas Gerais, MG, Brasil



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons
Atribuição 4.0 Internacional.

Texto da Licença: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Sumário

I à III_Editorial

Artigos

01_ As faces do machismo no discurso empoderador: Análise do Discurso aplicada ao canal *Diego Muda Vidas*

OLIVEIRA, Maria Eduarda Rodrigues de

14_ A campanha eleitoral em tempos de pandemia da Covid-19: as estratégias de comunicação de Raquel Lyra no Instagram

SILVA, Thalicia Andressa Sousa

39_ A Representação Discursiva das Ideias da Esquerda e da Direita no Editorial do Jornal *A Verdade*

CARVALHO, Dayane Jeniffer Silva,

50_ “O Cinema comporta discursos”:

A América Latina pelos olhos e ouvidos de Geneton Moraes Neto
MEDEIROS, Johany Harihadny Cristovam
NOGUEIRA, Amanda Mansur Custódio

Ensaio Visual

64_ Eu entre nós

TABARANÃ, Ana Clara da Silva
LIMA, Paula Beatriz Da Silva

78_ Carta à cultura

LEITE, Daniele Cristina Santos
CARVALHO, Dayane Jeniffer Silva

97_ Esperando chegar

LEITE, Daniele Cristina Santos

110_ Em constante movimento

PONTES NETO, Valdeci Tavares de

120_ Céu azul, Terra vermelha

SILVA, Ythalla Maraysa da

132_ Até a vitória sempre

MEDEIROS, Marcus Firmo de

Resenha Crítica

158_ Entre a sensibilidade e o embate: a linguagem política em *Solo para Vialejo*, de Cida Pedrosa

VILA NOVA, Gabriel Gomes

Editorial

BRACCHI, Daniela Nery¹

Universidade Federal de Pernambuco,
Caruaru, PE, Brasil

FERREIRA FILHO, Eduardo César Maia²

Universidade Federal de Pernambuco,
Caruaru, PE, Brasil

Temos o prazer de lançar o segundo Dossiê da **Revista Crises**, intitulado “Linguagens políticas”. Este número foi produzido durante as atividades da disciplina Produção Editorial, ministrada pelos editores-chefes do periódico no semestre de 2022.1. A definição do tema do Dossiê ocorreu em reunião conjunta entre editores e os membros da equipe editorial e levou em consideração o atual momento pré-eleitoral, no qual as manifestações políticas eclodem numa diversidade de formatos e linguagens. A imagem de nossa capa, por exemplo, inspira-se nas disposições de toalhas tomadas enquanto bandeiras em janelas espalhadas pelas cidades. São novas formas visuais do jogo de tabuleiro político que vem se desenrolando desde as jornadas de junho de 2013.

Mais uma vez, a **Revista Crises** propõe um ponto de vista crítico sobre as manifestações discursivas, artísticas e culturais. Nesta edição, a variedade de materiais tomados para análise inclui canais do Youtube, campanhas políticas em

¹ Professora adjunta do curso de Comunicação Social do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: daniela.bracchi@ufpe.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6149456459123478>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3247-0202>.

² Professor adjunto do curso de Comunicação Social do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: eduardo.ferreirafo@ufpe.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0723943233713627>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2804-6030>.

redes sociais como o Instagram, jornais online, cinema e obras literárias. São quatro artigos científicos, seis ensaios visuais e uma resenha crítica.

O texto que inaugura os artigos desta edição é “As faces do machismo no discurso empoderador: análise do discurso aplicada ao canal Diego Muda Vidas”, no qual Maria Eduarda Oliveira se debruça sobre um canal do Youtube, de forma a compreender melhor os entrelaçamentos entre a prática de *coaching* e a difusão de discursos machistas.

As redes digitais são ainda objeto do artigo de Thalicia Silva, intitulado “A campanha eleitoral em tempos de pandemia da Covid-19: as estratégias de comunicação de Raquel Lyra no Instagram”. Neste estudo, a autora faz uma análise da estratégia de comunicação da candidata à reeleição para a prefeitura de Caruaru, em 2020. A campanha foi majoritariamente online devido à pandemia da COVID-19, e Thalicia Silva nos alerta para a importância de determinadas estratégias comunicativas nesta plataforma, a exemplo da interação e resposta aos comentários das postagens.

Já Dayane Carvalho aborda, em “A representação discursiva das ideias da Esquerda e da Direita no editorial do jornal A Verdade”, a noção de posições políticas diferentes a partir da comunicação jornalística. Enquanto Johany Medeiros e Amanda Mansur Nogueira exploram, em “O cinema comporta discursos: a América Latina pelos olhos e ouvidos de Geneton Moraes Neto”, duas obras do jornalista e diretor como discursos de resistência às formas autoritárias de governo na década de 1970.

O número expressivo de ensaios visuais presentes nesta edição aponta para a emergência de um pensamento crítico que se dá por imagens. As narrativas visuais levam em consideração o encadeamento de fotografias e a diagramação para propor reflexões sensíveis sobre o momento político atual. O primeiro deles é “Eu entre nós”, de Ana Clara Tabaranã e Paula Beatriz Lima, que entrelaça movimentos individuais e coletivos da participação em manifestações políticas.

Aprofundando a perspectiva individual, “Carta à cultura”, de Daniele Leite e Dayane Carvalho, assume a forma epistolar e íntima para retratar a mudança pessoal frente ao pertencimento de movimentos culturais como a dança da quadrilha junina. É mais um personagem quem nos guia na narrativa de “Esperando chegar”, de Daniele Leite. Seu Adelmo no guia por um lugar construído de sonho, lembranças e imaginação, elementos de que também é feita a imaginação política.

Enquanto isso, encontramos “Em constante movimento”, um ensaio de Valdeci Tavares de Pontes Neto que percorre as ruas e locais da cidade de Caruaru numa jornada que retrata o dia a dia do desafio econômico de contas a pagar. O último dos ensaios a aprofundar-se na perspectiva individual do político é “Céu azul, terra vermelha”, de Ythalla Maraysa da Silva, que apresenta uma constelação de personagens femininos que evocam resistência e memória de modo poético. Já “Até a vitória sempre”, de Marcus Firmo de Medeiros, faz uma interessante analogia entre a paixão envolvida tanto no futebol quanto na política, abordando as torcidas que trazem para o cotidiano as manifestações de pertencimento.

A edição se encerra com uma resenha crítica de uma obra poética premiada. No texto “Entre a sensibilidade e o embate: a linguagem política em *Solo para viajeiro*”, Gabriel Vila Nova, a partir da análise conteudística e formal do livro de Cida Pedrosa, aborda os entrecruzamentos entre lembranças da autora e memórias coletivas que se dão de forma poética nos versos que simboliza a resistência frente ao coronelismo.

Convidamos à leitura destes textos, tanto visuais quanto escritos, que refletem sobre as linguagens políticas que permeiam materiais artísticos, culturais e de redes digitais no calor do momento das vésperas da eleição presidencial de 2022.

Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons
Atribuição 4.0 Internacional.
Texto da Licença: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>



Artigos

As faces do machismo no discurso empoderador: Análise do Discurso aplicada ao canal *Diego Muda Vidas*

The faces of machismo in the empowering discourse: Discourse Analysis applied to the Diego Muda Vidas channel

OLIVEIRA, Maria Eduarda Rodrigues de¹

Universidade Federal de Pernambuco,
Caruaru, PE, Brasil

RESUMO

O presente artigo busca analisar o discurso do canal do youtuber Diego Muda Vidas para classificá-lo de acordo com as ideias da Análise do Discurso Francesa. A partir da aplicação desse aporte teórico-metodológico, traçamos uma linha de recorrência de termos e situamos o conteúdo do *coach* de relacionamentos no contexto sociocultural brasileiro. Na análise de 10 vídeos do youtuber, selecionados e transcritos, ficou evidenciado que o influenciador emprega conceitos machistas para se referir às mulheres que estão ou pretendem estar em um relacionamento heterossexual.

Palavras-chave: *coach*; relacionamentos; análise do discurso; machismo

ABSTRACT

This article seeks to analyze the discourse of the youtuber Diego Muda Vidas to classify it according to the ideas of French Discourse Analysis. From the application of this theoretical-methodological contribution, we traced a line of recurrence of terms and placed the content of the relationship coach in the Brazilian sociocultural context. In the analysis of 10 youtuber videos, selected and transcribed, it was evident that the influencer uses sexist concepts to refer to women who are or intend to be in a heterosexual relationship.

Keywords: coach; relationships; speech analysis; chauvinism

¹Graduanda em Comunicação Social pela Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste.
E-mail: eduarda.rodriguesoliveira@ufpe.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4779-7462>.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, um fenômeno começou a ser observado no Brasil: o aumento no número de *coaches* e a rápida proliferação desses profissionais no mercado. Muitas pessoas começaram a se auto intitular *coaches* e esse aumento perceptível no país é um sintoma do cenário global. De acordo com matéria publicada no portal *voce.sa*², a quantidade de *coaches* existentes no mundo é estimada em 71 mil pessoas. No Brasil, a profissão ganhou destaque quando começou a ser associada, pelos seus adeptos, à Física Quântica, à Psicologia e à Nutrição, o que rendeu discussões acerca da ética e dos limites de atuação dos *coaches*.

Em 2019, o Conselho Federal de Psicologia (CFP) lançou, em seu site, uma nota orientadora sobre a prática do *coaching* para profissionais da Psicologia e esclareceu que,

Qualquer profissional que não esteja inscrito no CRP, e que se utilizar de métodos e técnicas privativas da(o) psicóloga(o) durante sessões de *coaching*, ou que desenvolva, de alguma forma, técnicas restritas à Psicologia, estará incorrendo em exercício ilegal da profissão (CFP, 2019, s.p.).

Já de acordo com o Instituto Brasileiro de *Coaching* (IBC), a carreira de *coach* “pode ser exercida por qualquer pessoa, independente da área de atuação ou formação acadêmica”³ (2022).

Ainda segundo o IBC, “se algum *coach* te garantir algum ‘milagre’ ou ‘resultados’ sem deixar claro a importância do seu próprio esforço, fique atento e considere procurar um outro profissional”⁴ (2022). A profissão de *coach* não possui um conselho que empregue regras e punições para aqueles que não cumprirem com as suas atribuições ou ultrapassem os limites da sua atuação. Então, é possível encontrar *coaches* que digam aplicar métodos da área da Psicologia ou da Nutrição,

² Disponível em: [O cancelamento dos coaches | VOCÊ S/A \(abril.com.br\)](https://voce.sa). Acesso em: 22 abr. 2022.

³ Disponível em: [O que é e o que faz um Coach? - Portal \(ibccoaching.com.br\)](https://portal.ibccoaching.com.br) Acesso em: 29 set. 2022

⁴ Disponível em: [O que é e o que faz um Coach? - Portal \(ibccoaching.com.br\)](https://portal.ibccoaching.com.br) Acesso em: 29 set. 2022

por exemplo, mesmo sem ser graduado nessas áreas.

Uma evidência de que coaches atravessam as suas áreas e usam métodos da psicologia, está em seu próprio site que conta com uma aba denominada Coaching e Psicologia, que conta com publicações que falam sobre o uso de métodos e técnicas da psicologia aliado ao *coaching*⁵. Na definição da aba é possível encontrar o seguinte:

Encontre artigos que explicam a eficácia do processo de Coaching aliada a práticas da psicologia, contribuindo de forma efetiva para os profissionais dessa área em diversas vertentes (IBC, 2022).

É importante ressaltar que o *coaching* foi criado e desenvolvido a partir das necessidades corporativas, com métodos de desenvolvimento para o ambiente de trabalho, treinamentos em empresas e treinamento de lideranças (ALMEIDA EWACHOWICZ, 2018, p. 1). Almeida e Wachowicz (2018, p. 6) ainda apontam que “o coaching não é consultoria, mentoria ou mesmo psicoterapia. O profissional de *coaching* não dá sugestões, conselhos ou dicas, diferente da consultoria”. Portanto, entende-se que, na teoria, o *coaching* não deve ultrapassar os limites que são designados à prática, mas esses limites éticos não são bem definidos, nem regulados.

Neste cenário, o *coaching* Diego Muda Vidas vem se destacando com seu canal no YouTube, que existe desde 29 de fevereiro de 2012. Ele possui a verificação dada para canais comprovadamente oficiais e conta com 1,75 milhão de inscritos até o período de finalização deste artigo. Além disso, contabiliza de 186 milhões de visualizações distribuídas em 1.040 vídeos que podem ser encontrados no perfil, de acordo com o *Social Blade* (2022), site que organiza e disponibiliza dados sobre canais do YouTube.

Na descrição do canal, pode-se encontrar uma breve apresentação de Diego e do seu trabalho, que diz o seguinte: “Diego Mattos é o principal especialista em aconselhamento em conquista do mundo para mulheres. Ele treinou milhares de mulheres de todo o mundo para ajudá-las a ter a vida amorosa de seus sonhos”

⁵ Disponível em: [Arquivos Coaching e Psicologia - Portal \(ibccoaching.com.br\)](https://arquivos.coaching.com.br). Acesso em: 29. set. 2022

(DIEGO MUDA VIDAS, 2021) De acordo com sua apresentação, a temática do conteúdo de Diego são conselhos sobre relacionamentos para mulheres cis e heterossexuais, como é possível observar nos seguintes vídeos: “Tipo de calcinhas que deixam homens loucos” e “Quais tipos de pepecas que homens mais gostam?”.

A partir da compreensão do papel do *coach*, forma como *Diego Muda Vidas* se autointitula em seus vídeos, este trabalho visa analisar o discurso que se encontra em seu canal, para que possamos compreender quais os enunciados propagados pelo *coach* e verificar os sentidos nas suas falas destinadas majoritariamente ao público feminino.

METODOLOGIA

A Análise do Discurso (AD) foi feita em 10 vídeos disponíveis no YouTube de *Diego Muda Vidas*, escolhidos pelas palavras-chave: mulheres; homens; tipo e como. As palavras “tipo” e “como” foram definidas por conter termos que apontam para uma tentativa de ditar comportamentos. Já os termos “mulheres” e “homens” foram escolhidos por definirem os sujeitos que são impactados pelos vídeos produzidos. Os vídeos escolhidos foram transcritos em sua totalidade para facilitar a análise dos termos e frases utilizadas por Diego. A partir disso, analisaremos a recorrência de termos que remetem aos discursos machistas existentes na sociedade brasileira e, colocando em prática a AD, relacionar o que é dito por Diego com o contexto histórico e político no qual nos encontramos.

As bases teóricas utilizadas no artigo se referem a Análise de Discurso Francesa e foram destacadas as contribuições de Orlandi (2005), Charaudeau (2013) e Fiorin (2011). Segundo Orlandi (2005), a Análise do Discurso busca compreender os sentidos que estão embutidos nos discursos. A linguagem não é alheia aos contextos sociais e aos sentidos que o ser humano coloca nos enunciados. Orlandi (2005) aponta a convergência de disciplinas que baseiam a AD e nos ajudam a compreender as diversas facetas que compõem um enunciado e esses sentidos estão em constante movimento, que varia ao considerarmos os contextos em que eles se encontram.

A Análise do Discurso concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social. Essa mediação torna possível tanto a permanência e a continuidade, quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade em que ele vive (ORLANDI, 2005, p. 15). Para Michel Pêcheux (1975), criador da Análise do Discurso de linha Francesa (ADF), o sujeito e a ideologia são intrínsecos ao discurso. Orlandi (2005, p. 17) destaca que “não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia”. Ou seja, todas as nossas falas e ações estão permeadas por sentidos construídos anteriormente.

O que será descrito no presente trabalho é como o discurso de *Diego Muda Vidas* se inscreve na história e os vídeos ultrapassam os limites das palavras ditas e adquirem os sentidos que fazem a manutenção dos papéis de gênero existentes na sociedade brasileira. O lugar de sujeito ideológico é determinado por Pêcheux (1975) como um agente ativo da ideologia ao naturalizar termos e sentidos. Diego ocupa o lugar de sujeito ideológico, que sendo um homem cisgênero e heterossexual profere discursos que beneficiam sujeitos semelhantes a ele, ao condicionar determinados comportamentos às mulheres.

ANÁLISE DO DISCURSO DE DIEGO MUDA VIDAS

Para que analisemos os discursos produzidos por Diego Mattos, é necessário situá-lo no contexto sociocultural brasileiro. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2018), no estudo *Estatísticas de Gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil*, as mulheres dedicam mais tempo aos cuidados domésticos, ao mesmo tempo em que possuem rendimento menor quando comparado com os rendimentos masculinos. Ainda segundo o IBGE (2018), apenas 10% dos assentos da câmara dos deputados são ocupados por mulheres e apenas 39% dos cargos de gerência são ocupados por mulheres. Ao observarmos esses dados, conseguimos perceber o machismo intrínseco na sociedade brasileira, em que a maioria da população é feminina, mas essa população não ocupa espaços de poder.

A tabela abaixo contém os títulos, data de *upload* e quantidade de

visualizações dos vídeos do canal de *Diego Muda Vidas* e, a partir desta tabela, será possível observar termos e frases que corroboram os dados apresentados.

Tabela 1: título, data de *upload* e quantidade de visualizações.

Título do Vídeo	Data de Upload	Visualizações
TIPOS DE MULHERES QUE HOMENS SÕ VÃO QUERER TRANSAR	01 de março de 2022	90 MIL
HOMEM NÃO NAMORA MULHER QUE USA ROUPA CURTA?	11 de dezembro de 2021	12 MIL
TÉCNICA PARA FAZER UM HOMEM ENTRAR NA LINHA	05 de setembro de 2021	17 MIL
ISSO FAZ UM HOMEM TE TROCAR RAPIDINHO	21 de fevereiro de 2020	28 MIL
TIPOS DE CALCINHAS QUE DEIXAM HOMENS LOUCOS	29 de julho de 2017	950 MIL
Quais tipos de PEPECAS que HOMENS mais gostam	30 de junho de 2019	814 MIL
FAÇA ISSO QUE ELE TE ASSUME EM 1 SEMANA	06 de novembro de 2019	714 MIL
É ESSE TIPO DE MULHER QUE HOMEM RESPEITA	02 de abril de 2022	71 MIL
COMO MELHORAR SEU GEMIDO	09 de abril de 2022	11 MIL
NUNCA DÊ PARA UM HOMEM NO PRIMEIRO ENCONTRO	26 de março de 2022	14 MIL

Fonte: a autora.

De acordo com Charaudeau (2013), no discurso sempre estarão contidos sentidos que ultrapassam o uso da língua, assim, ganhando novos sentidos dependendo do contexto no qual se está falando:

Já o discurso está sempre voltado para outras coisas além das regras de uso da língua. resulta da combinação das circunstâncias em que se fala ou escreve (a identidade daquele que fala e daquele a quem este se dirige, a relação de intencionalidade que os liga e as condições físicas da troca) com a maneiras pela qual se fala (CHARAUDEAU, 2013, p. 40).

Ao observarmos os títulos dos vídeos de *Diego Muda Vidas*, é possível encontrar os ecos de outros discursos, como aponta Fiorin (2011). O uso de termos como: “tipo de mulheres”, “é esse tipo de mulher” e “quais tipo de pepecas”, inevitavelmente enquadram alguns tipos de corpos e comportamentos, em padrões aceitáveis para o homem cis hétero e, conseqüentemente, corrobora com a ideia de que corpos e comportamentos que não se encaixarem, não serão passíveis de serem desejados, como veremos no tópico a seguir.

2.1 Machismo como recorrência discursiva em *Diego Muda Vidas*

As palavras-chave “tipo” e “como” que auxiliaram as buscas e seleção dos vídeos a serem analisados são encontradas nos títulos de cinco vídeos selecionados. Os termos “homem” e “mulher” estão presentes em oito dos dez títulos. Esses termos mostram os destinatários que Diego seleciona para os seus discursos. As mulheres aparecem como público-alvo dos vídeos, para quem os vídeos são produzidos. Essas mulheres recebem dicas e conselhos sobre comportamentos que serão aplicados nas relações delas com os homens, que também são citados nos vídeos.

Nos dois primeiros vídeos que foram transcritos em sua totalidade e consequentemente analisados, podem-se encontrar falas de Diego que corroboram com o contexto sociocultural do Brasil. No vídeo “tipos de mulheres que homens só vão querer transar”, encontramos o seguinte trecho: Existem alguns tipos de mulheres que homens consideram chatas, que querem se envolver e até saem, transam, mas falam para o amigo: “essa não quero me envolver não”. Hoje eu vou te ensinar quais são esses tipos de mulheres, ok? (DIEGO MUDA VIDAS, 2021).

A partir dessa fala, é possível encontrar diversos sentidos e interpretações para os ensinamentos do *coach*. Quando são citados os tipos de mulheres que os homens consideram chatas e com quem eles saem, transam, mas não assumiriam um relacionamento sério, os grupos de mulheres que estão sendo citados. Segundo o interlocutor, elas não conseguirão um relacionamento duradouro, já que não se encaixam nos padrões masculinos.

Ainda nesse vídeo, Diego vai citando quais são esses tipos de mulheres que homens só saem para transar: “mulher que é um chiclete”, “tipo de mulher que manda mensagem toda hora”, “aquela sabidona egoísta”, “mulher muda”, “baladeira de carteirinha”, “vegana politicamente correta” e “mulher que tem vergonha de ficar nua”. Nesses tipos citados, é recorrente que mulheres que são mais assertivas, independentes e seguras não servem para um relacionamento. Quando o *coach* vai explicar os motivos de homens não gostarem das “vegas politicamente corretas”,

encontramos o seguinte trecho:

Outra coisa que homens muitas vezes não gostam é a vegana politicamente correta, aquela que cria regras para tudo, para a comida e para tudo. Ela força o homem a mudar a opinião dele sobre algumas coisas, até sobre alimento, por causa dela: “ah, não coma carne, não coma isso”. Ela quer mudar a opinião do homem, isso pro homem vai enchendo o saco ou estressando ele (DIEGO MUDA VIDAS, 2021).

No trecho acima, Diego exemplifica uma mulher que estaria forçando o homem a mudar de opinião e a chama de “vegana politicamente correta”. Mais uma vez, é possível perceber a imposição do gosto masculino, já que o homem vai ficar de “saco cheio”, terminando ou cortando relações.

2.2 Manutenção de papéis de gênero no discurso de *Diego Muda Vidas*

No segundo vídeo analisado, “homem não namora mulher que usa roupa curta?”, o título se torna um *clickbait* já que no início do vídeo *Diego Muda Vidas* declara que “existe um tipo de mulher que nós homens pensamos em não nos relacionar, e não é mulheres que usam roupas curtas, nada disso, tá? ou que rebolam no tiktok, não é isso”. Em momento algum Diego cita o uso de roupas.

No decorrer do vídeo, o *coach* separa os homens em dois grupos: “homem direcionador proativo, ‘homão da porra’” e “homens banana e pau mandado”. O vídeo gira em torno de: mulheres ativas, com iniciativa não atraem o primeiro tipo de homem, ou seja, o homem proativo, e sim o homem banana. Essas mulheres com mais atitude, são chamadas por Diego de “mulher-macho”, já que segundo o *coach*: é quando você tira do homem o papel dele natural, da natureza do homem, que que resta? Um homem acomodado, um homem que não é dominante, ele é um bananão, um cara que você vai ter que resolver as coisas dentro de casa. (DIEGO MUDA VIDAS, 2021).

Para justificar e manter o papel dominante do homem nas relações, e consequentemente na sociedade, Diego atribui a necessidade de dominar como

“energia masculina” e “natureza do homem”, dessa forma retirando a responsabilidade dos homens sobre os seus atos e aplicando uma lógica determinista.

Diego se torna, dentro do contexto social brasileiro, um mecanismo de manutenção do machismo, enquanto rechaça conceitos feministas e se coloca em um local de professor comportamental. O ponto principal é: Diego ensina como as mulheres devem se comportar para que homens como ele encontrem a mulher ideal, e além disso, transforma essa lógica em “faça isso e o homem será seu em 7 dias”, o que dá a impressão de que o gênero feminino é o agente ativo nas relações amorosas entre homens e mulheres ao mesmo tempo que deve estar em situação de submissão ao parceiro.

Ao decorrer do vídeo citado acima, é possível verificar mais exemplos de discursos deterministas e machistas quando coloca na mulher e na “natureza masculina” uma justificativa para a traição masculina: O homem vai atrás daquela mulher que faz ele se sentir mais homem, se você tira dele a sensação de ser o homem, a energia masculina da relação e você tem a energia mais masculinizada, ele vai naturalmente ir atrás de uma mulher que faça ele se sentir assim (DIEGO MUDA VIDAS, 2021).

Em meio às falas encontradas nos vídeos, Diego busca mostrar que não concorda com o ato de trair, ao dizer: “então muitas vezes, claro, isso não justifica o cara trair uma mulher, não justifica, não tô falando que isso é certo, tô falando que acontece” (DIEGO MUDA VIDAS, 2021). Diego retira do homem a responsabilidade afetiva que é demandada em um relacionamento e justifica a traição como uma consequência natural da falta de dominação do homem na relação. Dominação essa que seria retirada do homem quando a mulher se coloca como uma voz ativa no relacionamento, ou seja, a submissão é um fator decisivo para a manutenção da fidelidade masculina.

É perceptível que, para Diego, as palavras estão isoladas em seus sentidos e podem ser contrariadas a qualquer momento, o que segundo a AD não é possível de ser feito. A partir do momento em que existe uma “energia masculina” e uma “energia feminina”, além de uma causa natural que define que homens busquem

mulheres que não possuem uma “energia masculinizada”, entende-se que, inevitavelmente, as mulheres que estiverem no campo energético errado serão traídas e dispensadas por não proporcionarem aos homens aquilo o que ele espera.

2.3 Investimento em generalizações no discurso de *Diego Muda Vidas*

No vídeo “tipos de calcinhas que deixam homens loucos”, Diego enumera dois modelos da vestimenta que, em tese, enlouquecem os homens mesmo que eles não as vissem. O discurso contido no vídeo é que os homens naturalmente deduzem a personalidade das mulheres de acordo com o tipo de calcinha que elas usam.

De acordo com Diego, mulheres que usam calcinhas não atraentes não chamam a sua atenção mesmo que seja “a mulher mais linda”. Ainda de acordo com o coach, as calcinhas que “enlouquecem” os homens são a calcinha “fio dental” e a calcinha “de renda”. Esses modelos de calcinhas fariam os homens deduzirem que uma mulher que as usa seja “boa de cama” e “safada” no caso da calcinha “fio dental” e que “sabe seduzir”, “sabe realmente ser sexy”, no caso da mulher que usa calcinhas de renda. É importante observar que Diego novamente atribui esse tipo de dedução por parte dos homens, à natureza. Segundo Diego:

Porque o homem, ele pensa primeiro com a cabeça de baixo. Isso todo mundo sabe. Não é nossa culpa né? Somos seres muito sexuais e você pode usar exatamente isso para atrair um homem, sabe? Saiba se vestir, saiba ser provocante. O homem é um ser lógico, ele olha aquilo, ele interpreta aquilo como deve ser nas outras ocasiões, entende? (DIEGO MUDA VIDAS, 2017)

Ao nos aprofundarmos nos sentidos contidos nos enunciados produzidos por Diego, sendo o homem um ser lógico, sexual e que “pensa primeiro com a cabeça de baixo”, ou seja, com o seu órgão genital, qualquer tipo de contato de um homem heterossexual com uma mulher ganharia um sentido de interesse sexual, involuntariamente. De forma involuntária também os homens estariam

condicionados a repararem nas calcinhas das mulheres mesmo em situações cotidianas, sem conotação sexual, o que inevitavelmente coloca a mulher como o agente decisivo sobre o desejo masculino.

Ou seja, mulheres que usam calcinhas “grandes e de algodão” não se tornam atraentes, como destaca Diego, “Diferente se você usar uma calcinha de algodão e grande, (o homem) perde todo o tesão, porque o homem é muito visual. É um sentido extra sensorial, que é mais aguçado no homem normalmente, ok?” (DIEGO MUDA VIDAS, 2017).

Nesse mesmo vídeo, é possível encontrar uma fala de Diego que atribui à mulher uma posição empoderada, que coloca a mulher em um papel dominante nas relações entre homens e mulheres. Porém, esse empoderamento advém do tipo de calcinha que a mulher usa, sobre esse aspecto, Diego pontua o uso da calcinha de renda e diz:

Então você usando esse tipo de calcinha vai fazer com que o homem se instigue, interprete você como um todo, entende? mesmo que ele não saiba como você é, mas essa imagem faz algo se tornar positivo ao seu favor e você ganha o poder da barganha. É como se você tivesse o homem na sua mão e falasse, olha, você quer saber mais? Então seja bonzinho. E aí você pode basicamente domesticar o homem (DIEGO MUDA VIDAS, 2017).

No trecho citado, fica claro o discurso empoderador que existe na formação discursiva de Diego, para ele, uma mulher vestir uma calcinha para agradar os sentidos e chamar a atenção de um homem é ter o controle das situações nas relações entre homens e mulheres. Porém, o que ele descreve como empoderamento também pode ser classificado como sexualização da mulher que fica, invariavelmente, em uma dualidade entre ser ou não sexy, sensual e atraente aos olhos masculinos.

Considerações Finais

A naturalização de comportamentos machistas em falas como “homem é

assim”, a colocação da existência de uma energia masculina que explica a necessidade do homem de dominar, de ter o controle do relacionamento e preferir mulheres que permitam essas coisas aos homens, coloca o machismo em posição de fenômeno da natureza, tirando o aspecto social, cultural e ideológico dessas práticas.

O que Diego diz ensinar é como as mulheres podem ter “o homem comendo na sua mão” ou o “como fazer o homem assumir em uma semana”, mas todos os passos ensinados por ele partem do ponto de que mulheres precisam mudar o seu comportamento, a sua maneira de ser e até o seu modo de se vestir para que o homem se sinta atraído e, conseqüentemente adquira a vontade de ter um relacionamento. Ainda é possível visualizar no discurso de Diego uma tentativa de classificar as mulheres em “para ficar” e “para namorar”, e essas definições são feitas a partir do comportamento que as mulheres possuem e de como o homem supostamente as enxergam.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA e WACHOWICZ. Tamirez Goto, Marta Cristina. **A importância do processo de coaching nas empresas nos dias atuais**. 2018. Disponível em: <https://unisecal.edu.br/wp-content/uploads/2019/05/EIICS_2018_Coaching.pdf> Acesso em 22/04/2022.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. Tradução Angela M. S. Corrêa. São Paulo. Contexto, 2013.

DIEGO MUDA VIDAS. **Tipos de Calcinhas que deixam homens loucos**. YouTube, 29 de julho de 2017. Disponível em: link do vídeo <<https://www.youtube.com/watch?v=Y8LYYaAIWMw>> Acesso em: 22/04/2022.

DIEGO MUDA VIDAS. **Homem não namora mulher que usa roupa curta?**. YouTube, 11 de dezembro de 2021. Disponível em: link do vídeo <<https://www.youtube.com/watch?v=bhWoK0CSqEE>> Acesso em: 22/04/2022.

FIORIN, José Luiz. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. São Paulo, Ática, 2011 Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em:

<[liv101551_informativo.pdf \(ibge.gov.br\)](#)> Acesso em 22/04/2022.

ORLANDI, Eni. P. **Análise de Discurso: Princípios e Procedimentos**. São Paulo. Pontes Editores, 2005.

Data de recebimento: 05/08/2022

Data de aceite: 24/09/2022



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons
Atribuição 4.0 Internacional.

Texto da Licença: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

A campanha eleitoral em tempos de pandemia da Covid-19: as estratégias de comunicação de Raquel Lyra no Instagram

The electoral campaign in times of the Covid-19 pandemic: Raquel Lyra communication strategies on Instagram

SILVA, Thalicia Andressa Sousa¹

Universidade Federal de Pernambuco,
Caruaru, PE, Brasil

RESUMO

Este trabalho apresenta um estudo que investigou como a prefeita de Caruaru, Raquel Lyra (PSDB), utilizou o Instagram pessoal como plataforma de campanha para se reeleger em 2020. Dessa forma, a pesquisa analisa as estratégias de comunicação da campanha digital no Instagram da candidata à reeleição entre 27 de setembro e 12 de novembro de 2020, concluída no primeiro turno. Esta foi uma campanha histórica em função da pandemia da Covid-19. Na eleição daquele ano, a crise sanitária mundial provocou, entre outras mudanças, a intensificação do uso das redes sociais digitais como forma de interação. Diante desse contexto, a campanha em questão precisou ser majoritariamente remota, assim como o desenvolvimento desta pesquisa. Nesse sentido, a equipe de Lyra teve como principais estratégias evidenciar as maiores ações da sua 1ª gestão, ressaltar as promessas em caso de reeleição e destacar seus apoios eleitorais. Tudo isso exigiu uma seleção dos valores e bandeiras que seriam defendidos no Instagram para construir a imagem da política para o público. Isso foi especialmente demonstrado com a priorização de respostas às interações positivas nos comentários, efetuados pela audiência já fidelizada. Nesses casos, era possível criar conexões fortes ou fracas com os internautas, o que era percebido com o nível de tempo e a intensidade

¹ Graduada no curso de Comunicação Social do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: thaliciaandressa@gmail.com. Lattes: <https://lattes.cnpq.br/6593836106997480>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7748-0765>.

emocional depositada nas interações, que partiam da própria prefeita e de sua equipe. Para essa análise, tivemos o suporte teórico e metodológico de Recuero (2017 e 2019), Bourdieu (2003), Faustino (2019), Bastos e Zago (2018), Bastos, Raimundo e Travitzki (2012), Tourquato (2014), Tomazeli (1988), Teixeira (2006), Cícero (2020), Martino (2014), Kotlen e Setiawan (2017) e Coleman (2005). A análise qualitativa foi feita com base na pesquisa bibliográfica, análise de conteúdo e mapeamento das métricas e linguagens da própria plataforma.

Palavras-chave: Instagram; redes sociais digitais; campanha política; Caruaru; eleições 2020

ABSTRACT

This paper presents a study that investigated how the mayor of Caruaru, Raquel Lyra (PSDB), used personal Instagram as a campaign platform to get reelected in 2020. In this way, the research analyzes the communication strategies of the candidate's digital campaign on Instagram re-election between September 27 and November 12, 2020, concluded in the first round. This was a historic campaign due to the covid-19 pandemic. In that year's election, the global health crisis caused, among other changes, the intensification of the use of digital social networks as a form of interaction. Given this context, the campaign in question needed to be mostly remote, as well as the development of this research. In this sense, Lyra team had as main strategies to highlight the biggest actions of her 1st term, highlight the promises in case of reelection and highlight her electoral support. All this required a selection of the values and flags that would be defended on Instagram to build the image of politics for the public. This was especially demonstrated with the prioritization of responses to positive interactions in the comments, made by the already loyal audience. In these cases, it was possible to create strong or weak connections with Internet users, which was perceived with the level of time and emotional intensity deposited in the interactions, which came from the mayor herself and her team. For this analysis, we had the theoretical and methodological support of Recuero (2017 and 2019), Bourdieu (2003), Faustino (2019), Bastos and Zago (2018), Bastos, Raimundo and Travitzki (2012), Tourquato (2014), Tomazeli (1988), Teixeira (2006), Cícero (2020), Martino (2014), Kotlen and Setiawan (2017) and Coleman (2005). The

qualitative analysis was based on bibliographic research, content analysis and mapping of the platform's metrics and languages.

Keywords: Instagram; digital social networks; political campaign; Caruaru; elections 2020

INTRODUÇÃO

Este artigo mostra parte do resultado de uma pesquisa, realizada entre os meses de janeiro de 2021 e novembro de 2021, apresentada como Trabalho de Conclusão do curso de Comunicação Social, do Núcleo de Design e Comunicação (NDC), do Centro Acadêmico do Agreste (CAA), da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Ele analisa a campanha política da então prefeita de Caruaru, Raquel Lyra (PSDB), que, naquele pleito, elegeu-se ainda no primeiro turno em meio a uma eleição histórica. Ela ocorreu durante a pandemia da Covid-19, decretada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em 11 de março de 2020, que se transformou na maior crise sanitária desde a Segunda Guerra Mundial.

Com a pandemia decretada, a Organização Mundial de Saúde (OMS) passou a recomendar o distanciamento físico e o uso de equipamentos de proteção e higiene para evitar aglomerações e a contaminação das pessoas pelo novo coronavírus. E, posteriormente, a necessidade de vacinação em massa, quando as vacinas começaram a ser aprovadas pelas autoridades sanitárias. O que impactou fortemente a campanha política de 2020, por limitar as ações em ruas ou recintos fechados e por ampliar as atividades virtuais, mediadas pelas telas de computadores, celulares, tablets, televisões e outras plataformas digitais.

Foi a partir desse contexto que esta pesquisa buscou responder a seguinte pergunta: como a prefeita de Caruaru, Raquel Lyra, utilizou o Instagram pessoal como plataforma de campanha para se reeleger em 2020? Uma campanha eleitoral já é complexa, mas a deste ano foi ainda mais, porque aconteceu em meio à pandemia da Covid-19, como foi citado anteriormente.

Diante da necessidade sanitária de isolamento físico, a campanha

eleitoral ocorreu majoritariamente de forma remota — assim como a pesquisa deste trabalho, realizada ainda em tempos pandêmicos.

Isso fez com que as redes sociais digitais ganhassem ainda mais espaço e relevância na disputa política. Afinal, em meio à corrida pelo cargo do Poder Executivo municipal também ocorria, mais do que nunca, a luta pela sobrevivência — seja pela doença em si, pela crise econômica, que acentuou as desigualdades sociais, ou pela busca de válvulas de escape que driblassem o momento trágico e as incertezas nas quais vivíamos.

Somado a esses fatores mencionados, a campanha ocorreu em um período em que as redes sociais digitais se tornam cada vez mais populares, como foi o caso do Instagram, a mídia que será analisada neste artigo. Diante da popularidade dessa rede, os políticos acabam disputando a atenção com qualquer outro conteúdo que circula pelo meio digital, especialmente pelas redes sociais.

Logo, quando os políticos garantem uma presença regular nas mídias sociais, para além do período estipulado da campanha eleitoral – como no caso das plataformas pessoais – é possível construir relacionamentos com os seguidores e conectá-los a uma rede de apoiadores cada vez maior. Ao relatar as suas atividades políticas aos cidadãos, por exemplo, e utilizar os meios digitais, também como uma espécie de prestação de contas e atuação responsiva, os políticos buscam conexão e diálogo com os eleitores em suas redes sociais digitais.

Assim, em 2020, foi preciso ir muito além da comunicação tradicional dos palanques e do contato presencial nas ruas para interagir com os eleitores. A partir dessas reflexões e questionamentos levantados até aqui, surgiu a pergunta desta pesquisa: Como a prefeita de Caruaru, Raquel Lyra, utilizou o Instagram pessoal como plataforma de campanha para se reeleger em 2020? Para responder, estudaremos essa plataforma, usada pela prefeita reeleita, levando em consideração todo o período de campanha eleitoral, compreendido entre os dias 27 de setembro e 12 de novembro do ano mencionado.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E O PERCURSO METODOLÓGICO

Para ter a base teórica necessária ao estudo de caso em questão, recorreremos aos conceitos de *campo político*, *campanha eleitoral*, *marketing político*, eleitoral e digital e *redes sociais*, dando ênfase especial ao Instagram. Assim utilizaremos para o aporte teórico os autores: Bourdieu (2003), Faustino (2019), Bastos e Zago (2018), Bastos, Raimundo e Travitzki (2012), Tourquato (2014), Tomazeli (1988), Teixeira (2006), Cícero (2020), Martino (2014), Kotlen e Setiawan (2017), Coleman (2005) e Recuero (2017 e 2019), sendo esse último utilizado também como aporte metodológico.

Vamos iniciar com a explicação do conceito de *campo social* para a política de Bourdieu (2003). Segundo o autor, a existência do campo político implica, necessariamente, na presença de indivíduos que têm o repertório cultural para entender as regras e os valores deste campo social especializado.

Para o desenvolvimento da pesquisa, também é preciso entender, com a ajuda da teoria de alguns autores, o conceito de *campanha eleitoral*. De acordo com Teixeira (2006), é preciso que uma campanha reflita o candidato mais adequado segundo o que o eleitor enxerga, e não segundo o estilo do profissional de marketing. Em outras palavras, por mais que os políticos contem com a ajuda do marketing para enfatizar suas qualidades e tornar os defeitos mais sutis, as ações devem considerar diferentes cenários, que dialoguem com o eleitor em questão e suas particularidades, como localização geográfica, poder aquisitivo, faixa etária e até sua visão de mundo social no momento, que pode variar conforme o contexto macropolítico vivido.

Em uma campanha eleitoral, é preciso que os envolvidos no delineamento das estratégias políticas entendam os diferentes cenários e interesses dos eleitores para fazer com que eles se sintam motivados a votar. Para Cícero (2020), o apoio eleitoral e a admiração política pode ser conquistada por meio de simpatia espontânea, troca de favores ou esperança.

Também é preciso considerar que campanhas bem elogiadas e planejadas não significam necessariamente êxito eleitoral. Isso porque nem

sempre a imagem que um político projeta é vista com o mesmo significado para todos os eleitores, que sofrem a influência do contexto inserido (TOMAZELI, 1988). Para explicar as limitações do *marketing político*, Torquato (2018) cita mais um exemplo de como as técnicas de marketing foram utilizadas por outros candidatos, mais especificamente o ex-presidente e hoje senador Fernando Collor de Mello na campanha eleitoral de 1989.

O marketing digital deve coexistir com o tradicional, ampliando o poder de defesa de uma imagem por meio das conexões móveis que auxiliam no relacionamento mais próximo com uma marca. Outro ponto que torna o marketing digital ainda mais relevante é que, como afirma Faustino (2019), além de Recuero, Bastos e Zago (2018), o *meio digital* é um espaço no qual é possível medir em tempo real o retorno sobre qualquer investimento. No caso do Instagram, a rede que vamos analisar, a quantidade de pessoas alcançadas, número de visualizações, conversações, ações e interações realizadas.

Não é objetivo de nosso artigo analisar se a vitória de Raquel Lyra ocorreu pelo trabalho de marketing digital no Instagram. Isso só é possível por meio de uma pesquisa de recepção, o que podemos realizar em uma investigação futura de mestrado. Mas, com a análise das interações das postagens, é possível entender, neste artigo, como a candidata e a sua equipe utilizaram o Instagram como ferramenta para dialogar com os internautas durante o período de campanha observado.

Como, por exemplo, o uso da *#equipe45* percebido na análise da campanha, que é utilizada como “etiqueta” para encontrar todas as postagens marcadas com ela. Alguns autores, como Bastos, Raimundo e Travitzki (2012), estudam as hashtags políticas e classificam seu papel, muitas vezes, como sendo panfletário, servindo para difundir ideias e convocar apoio em uma campanha eleitoral.

Martino (2014) define as redes sociais digitais como uma relação entre seres humanos que ocorre de forma flexível e dinâmica. Isso porque as interações podem acontecer de qualquer lugar e a qualquer momento, além de poder ser quebrada com o fechamento de conversas ou desinstalação de

aplicativos, por exemplo, diferentemente de como costuma ocorrer em outras relações.

Além disso, é preciso mencionar que as redes sociais digitais podem atuar como mecanismos de responsividade e *accountability*, que “é o mais fundamental requerimento da governança democrática” (COLEMAN, 2005, p.190), funcionando como um método para aumentar a transparência e prestar contas para os cidadãos caruaruenses. Assim, permite aos usuários das plataformas digitais um papel de avaliadores do comportamento desses políticos.

Como mostra Kotler e Setiawan (2017), os dispositivos móveis tornaram os usuários mais distraídos e a procura de opiniões alheias para tirar conclusões de forma mais prática e rápida. Assim, estudar as interações públicas, ocorridas no perfil da candidata (especialmente nos comentários) serve, também, para compreender como a equipe de Raquel Lyra pode ter usado as estratégias de comunicação no Instagram para auxiliar os seguidores e demais visitantes da página a terem impressões positivas da sua gestão e da avaliação do público que interage.

De acordo com Recuero (2017, p. 26), “a quantidade de interações entre dois atores pode representar, assim, a força da conexão, uma vez que conexões fortes requerem maior investimento do que conexões fracas.” As conexões fortes são aquelas com maior proximidade entre os indivíduos, que envolve maior quantidade de tempo na interação, mais intensidade emocional, intimidade e reciprocidade. Enquanto isso, conexões fracas se relacionam de forma mais fluida e pontual. Além disso, as conexões também podem ser classificadas como direcionadas: quando X envia uma mensagem para Y sem a garantia de que terá uma resposta; e não direcionadas, quando a conexão é recíproca e tem a mesma força dos dois lados. Seja como for, as relações sociais funcionam como trocas que podem permitir o acesso a informações novas e diferentes.

Assim, para responder à pergunta central de nosso artigo realizamos uma pesquisa utilizando métodos quantitativos, de acordo com Recuero (2017

e 2019), Bourdieu (2003), Faustino (2019), Bastos e Zago (2018), Bastos, Raimundo e Travitzki (2012), Tourquato (2014), Tomazeli (1988), Teixeira (2006), Cícero (2020), Martino (2014), Kotlen e Setiawan (2017) e Coleman (2005). São eles que vão dar conta da análise de nosso objeto: a plataforma do Instagram de Lyra durante o período da campanha eleitoral, que ocorreu entre 27 de setembro e 12 de novembro de 2020, com base no aporte teórico que já explicamos anteriormente.

Nesse sentido, realizaremos uma pesquisa quantitativa, baseada nos conceitos de Recuero (2017 e 2019), como os relacionados às conexões sociais. Além disso, utilizaremos a plataforma Ninjalitcs para mensurar os resultados das estratégias de comunicação adotadas na campanha eleitoral, como a quantidade de interações ocorridos entre o perfil da então candidata à reeleição para Prefeitura de Caruaru Raquel Lyra e os seus seguidores ou visitantes da plataforma no Instagram.

Para isso, traremos a categoria Conteúdo, aqui neste artigo, com a análise das postagens neste grupo. Assim, subdividiremos a categoria Conteúdo conforme os subgrupos: 1) postagem sobre ações da primeira gestão; 2) postagem sobre promessas; 3) postagem mostrando o apoio de personalidades importantes da cidade/região; e 4) entretenimento (publicações mais divertidas com o intuito de elevar o interesse da audiência).

RESULTADO DA PESQUISA

Conforme mencionado, as análises efetuadas ocorreram entre os meses de janeiro de 2021 e novembro de 2021. Para iniciá-la, é importante registrar que Raquel Lyra tinha 149.892 seguidores no Instagram pessoal até o dia 18 de junho de 2021, quando finalizamos o arquivamento do material, estudado aqui, e já tinha sido empossado para o segundo mandato há cerca de seis meses. No último dia da campanha, 12 de novembro de 2020, esse número estava em 129.353 seguidores, representando um crescimento de 6.583

seguidores, desde o dia 10 de outubro, última data na qual a ferramenta em questão conseguiu registrar.

Foram analisadas apenas as publicações com mais de 100 comentários. Entre elas, nove tratam de *ações na primeira gestão*. Entre essas ações, duas destacam a criação da Via Parque, um espaço de lazer com extensão de três quilômetros e que abrange cerca de 14 bairros da cidade.

Outras duas publicações enfatizam os avanços na área da educação. É o caso de uma notícia do jornal Folha de São Paulo, que destaca Caruaru e outros municípios médios e pequenos devido aos resultados no setor. Outra publicação mostra um encontro com profissionais de educação para conversar sobre os trabalhos realizados ao longo da gestão. Uma outra postagem destaca as medidas tomadas para diminuir a criminalidade da cidade. O post seguinte mostra os resultados da pesquisa realizada pelo Simplex Consultoria, em que 85,6% dos caruaruenses aprovam a gestão. Também houve o destaque para o investimento nas festividades do São João.

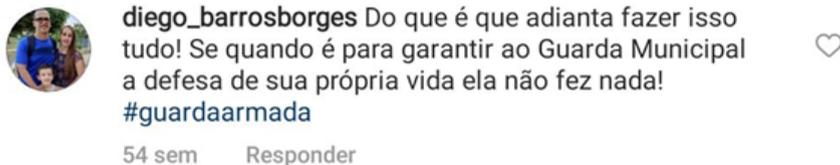
Enquanto isso, onze publicações trataram de *promessas feitas pela candidata*, caso fosse aprovada para um segundo mandato. Elas incluem propostas de expansão no cuidado com a saúde pública, segurança, cultura, assistência e proteção aos animais e instituição de políticas públicas voltadas para as caruaruenses por meio de assinatura de termos de compromissos entre outras.

É interessante analisar mais atentamente as propostas e ações da primeira gestão de Raquel Lyra voltadas para segurança na campanha de 2020. Isso porque, como afirma Moura e Coberlline (2019), as eleições de 2019 demonstraram que os eleitores tinham interesse em candidaturas com discurso mais firme sobre essa pauta, como o principal rival da campanha política que Lyra disputou, o Delegado Lessa (PR), fazia. Com relação a isso, foram notadas poucas publicações acima de 100 comentários com destaque para essa temática. Entre elas, a ênfase no desejo de que Caruaru se torne uma cidade mais segura para crianças e idosos. E ainda, a postagem de um carrossel com propostas para as mulheres, como a ampliação da patrulha

municipal Maria da Penha (com foco na zona rural), fortalecimento de serviços de apoio ao enfrentamento da violência contra a mulher e reinserção social para mulheres saídas do sistema prisional.

Não é o nosso objetivo avaliar publicações com menos de 100 comentários, mas para um olhar mais aprofundado com relação à abordagem da equipe de Lyra na área da segurança, analisamos uma publicação que fala sobre as medidas realizadas por ela durante a primeira gestão. Entre elas, segundo a publicação, houve a criação da patrulha escolar, patrulha rural, patrulha Maria da Penha, criação do programa Juntos Pela Segurança, implantou os Conselhos de Segurança Cidadã (Consec) e redução da taxa de homicídio, roubos e furtos (não houve informação da fonte desses dados). A maioria dos comentários nesta publicação foram de apoio. Entretanto, duas delas seguiram outro caminho e questionaram a garantia de segurança da própria Guarda Municipal e a possibilidade de ampliação dela. Isso pode ser percebido na imagem abaixo:

Figura 1: Imagem do Instagram da prefeita de Caruaru, Raquel Lyra.



Fonte: <https://www.instagram.com/raquellyraoficial/?hl=pt-br>

A escolha de pautas que entram e ficam de fora das promessas da campanha eleitoral de Raquel Lyra, além da abordagem adotada em cada uma delas, também se relaciona com a ideia de campo político, defendida por Bourdieu (2003), e que ganha mais força no período eleitoral. Isto é, é preciso que essas ideias se alinhem com os interesses dos eleitores, o que depende do contexto e repertório cultural de cada um, principalmente para entender as regras e os valores deste campo social especializado. E ainda, a seleção de

temáticas para produção de conteúdo no Instagram também tem relação com os dizeres de Teixeira (2006), em que uma campanha bem vista precisa trabalhar o candidato ideal de acordo com o que o eleitor enxerga sobre isso, e não conforme a visão do profissional de Marketing.

Afinal, é durante o período eleitoral que os valores e as bandeiras dos partidos políticos devem ser evidenciados, o que também precisa considerar o cenário político do momento, para saber como construir as estratégias necessárias. Nesse sentido, conforme as publicações, selecionadas acima de 100 comentários e relacionadas à categoria de promessas, houve uma diversidade de pautas abordadas e uma ênfase de que ainda há muito para evoluir na cidade, o que fica nítido também no slogan da campanha “para Caruaru seguir em frente”.

Além disso, para entender as pautas escolhidas na produção de conteúdo de Raquel, foi possível notar nas publicações gerais, independentemente da quantidade de comentários nas publicações, o uso de uma linguagem mais jovem. É o caso de expressões próprias das redes sociais digitais e mais informais, como “Raquel tá on”, “zap”, uso de estilos musicais como o passinho, e emojis nas legendas e nas artes das publicações do feed.

Houve, ainda, a associação com influenciadores digitais de relevância na cidade, como a *live* apresentada pela criadora de conteúdo digital Júlia Lira, residente em Caruaru e com mais de 73,4 mil seguidores. A maioria do público dessa profissional é formada por pessoas que têm entre 18 e 34 anos, como mostram as informações do seu mídia kit, analisado no dia 21 de novembro de 2021.

Conhecer as informações citadas do público da digital influencer, escolhida para se associar à campanha de Raquel Lyra, muitas delas disponíveis com o auxílio de ferramentas da própria plataforma², é fundamental para a produção de conteúdo com embasamento em dados, como pontua Faustino (2019). Desse modo, é possível entender que esse tipo de

² O Instagram da prefeita de Caruaru, Raquel Lyra, pode ser acessado pelo seguinte link: <https://www.instagram.com/raquellyraoficial/?hl=pt-br>

associação poderia aumentar o destaque da política diante do público ligado a Júlia Lira.

Além disso, também ocorre com frequência, tanto durante como na pós-campanha, a publicação de conteúdos com a sua família, como já foi citado. A proximidade com os eleitores também foi muito presente nas publicações, mesmo com as recomendações de distanciamento físico, devido à pandemia da Covid-19. Isso inclui desde o público infantil até o idoso. Interações como essas contribuem para que Raquel Lyra recebesse o apelido de “mainha”, segundo o entrevistado Felipe Barros, profissional de gestão de relacionamento com a audiência. A relação com as crianças também levou ao surgimento de outro apelido, o de “tia Quel”, o que foi introduzido em algumas publicações no Instagram. Inserir esse tipo de pauta na campanha sinaliza para uma estratégia de comunicação que humaniza a imagem de Raquel Lyra na tentativa de aumentar a proximidade dela com o público.

Como se evidenciou, as pautas voltadas para o público feminino também foram levantadas em algumas publicações da campanha. Entre elas, a que sinaliza para a existência de um filtro temático com o nome “mulheres com Raquel”, servindo para postagens nos *stories*, além do destaque no desenvolvimento de projetos voltados para atenuar tal problemática. É o caso da Semana Maria da Penha e a Patrulha Municipal Maria da Penha, ampliação do programa Maria da Penha vai às escolas. A equipe também produziu um post específico no formato carrossel com as propostas da atual prefeita voltadas para esse público, como já foi citado.

Muitas das publicações também enfatizaram bairros ou pontos turísticos específicos da cidade. É o caso das feiras, como a Feira do Salgado, local escolhido para iniciar a campanha de Raquel Lyra, e a Feira do São Francisco. E, ainda, a Feira do Parque 18 de Maio, que apareceu com conteúdos em diferentes formatos (vídeo, carrossel, Reels etc.) No Reels, por exemplo, houve a ênfase para a construção do Polo Gastronômico, cujas interações nos comentários foram em sua maioria positivas. Entretanto, houveram algumas

negativas, como a que critica a realocação de alguns artesãos na Feira de Artesanato (a interação não teve registro de resposta do perfil de Lyra).

Outros pontos levantados nas publicações do Instagram foram a construção de obras públicas, como a Via Parque, e a requalificação de outras, como o Monte Bom Jesus. A maioria das interações nos comentários foram positivas, muitas delas respondidas pela equipe de Raquel Lyra. No entanto, teve quem criticasse a gestão, principalmente o descaso com a zona rural da cidade (esse espaço apareceu algumas vezes nas promessas de campanha para uma segunda gestão).

Com relação à zona rural, foram feitas algumas publicações com destaque para este espaço. Uma delas mostra interações da prefeita com os moradores de Pau Santo, bairro caruaruense, e na legenda o compromisso com o local, caso ela fosse reeleita. Boa parte dos comentários foram positivos. Apesar disso, novamente, foram registradas algumas críticas com relação à gestão (nenhuma delas foi respondida até o momento pela equipe da prefeita).

A variação entre comentários positivos e negativos ocorre porque a imagem percebida de um político tende a mudar de pessoa para pessoa, de acordo com o contexto de cada um. Assim, os elogios podem ser majoritários de quem já tem uma visão positiva da gestão da prefeita ou até mesmo quem recebeu benefícios diretos das intervenções propostas. Por exemplo, os profissionais que ganharam um espaço reformado no Polo Gastronômico da Feira do Parque 18 de maio e que devem ter uma maior valorização no trabalho. E ainda, as pessoas que passaram a ter um espaço gratuito para se exercitar na Via Parque, e que elogiaram a iniciativa. No entanto, a construção dessa obra pública não foi bem vista por todos. Alguns questionam o pouco espaço para ciclistas circularem e a falta de informações para uso mais responsável e seguro do local.

Como pontua Cícero (2020), é necessário que o candidato saiba conquistar a simpatia dos eleitores e causar a sensação de dias melhores. Para atingir esse objetivo, é necessário que a equipe de marketing político de Raquel Lyra analise as particularidades da cidade e dos caruaruenses. Um dos

métodos de realizar essa análise é por meio das interações nas redes sociais digitais, que atuam como uma espécie de termômetro para sinalizar o que soou de forma positiva para o público e quais pontos tiveram mais repercussão. Por exemplo, isso pode ser percebido em uma das publicações a respeito das promessas pensadas para a saúde, em que um seguidor pressionou a gestão para o desenvolvimento de mais unidades móveis.

Somado a isso, Torquato (2014) também nos ajuda a pensar em outras duas bases que motivam o voto: a racional e a emocional. O fator emocional costuma ter um peso mais elevado em períodos de catástrofes e para regiões com uma maior carência de serviços essenciais. Nesse sentido, não basta fazer promessas e utilizar o meio digital, por exemplo, como canal para divulgação. É preciso ter capacidade de demonstrar autenticidade, o que tende a ser percebido na maneira de falar, gesticular e na apresentação pessoal. E tudo isso de modo que atraia a atenção e a simpatia dos ouvintes.

Essas impressões, para a formação da imagem da então prefeita, foram buscadas pelas lentes da câmera da equipe de Raquel Lyra, como é possível notar em muitas das publicações no Instagram.

Outra forma de construir uma imagem de política e candidata popular e positiva para os eleitores é quando a equipe de marketing da candidata torna público os apoios a ela. Assim, as publicações de *apoio* com personalidades importantes de Caruaru ou de outra cidade resultaram em um total de quatro postagens com mais de 100 comentários. Entre elas, houve publicações com o político Fernando Lyra — seu tio já falecido —, seu pai João Lyra Neto e alguns artistas caruaruenses, como o Mestre Mamu Sebá.

Essas personalidades, especialmente as ligadas ao mundo familiar de Raquel, contribui para trazer a memória da história política da família dela e mostra que ela é herdeira de um legado político, deixado pelo tio e pai, isso sem falar no avô da candidata, João Lyra Filho (já falecido), que também foi gestor do município. A adoção dessas personalidades nas postagens do Instagram de Raquel Lyra pode ser interpretada como uma das técnicas úteis para construção de uma identidade popular, como pontua Torquato (2018). E

ainda, é uma maneira de deixar claro os valores e bandeiras levantadas pela política, que devem se associar aos dessas pessoas.

Já na categoria de *entretenimento*, o Instagram de Lyra contou com sete postagens acima de 100 comentários. Elas incluem fotos de bastidores de entrevistas da candidata para TV ou rádio, registros de refeições de Raquel Lyra ao longo da campanha, publicações que mostram fotos antigas — como a formatura do ABC da política —, registros com os filhos no Dia das Crianças, entre outros. É importante considerar a análise dessa categoria porque, muitas vezes, esses são os conteúdos “compartilháveis” que atraem atenção e contribuem para criar impressões positivas dos usuários em torno do perfil de Raquel Lyra, o que é uma estratégia da equipe de comunicação e marketing dela.

As análises efetuadas na categoria de conteúdo nos sinalizam para posições, assumidas pelo marketing da campanha de Lyra, para que possamos responder à pergunta da pesquisa: Como a prefeita de Caruaru, Raquel Lyra, utilizou o Instagram pessoal como plataforma de campanha para se reeleger em 2020? Entre essas posições, as postagens mostram a importância de se produzir conteúdo que consiga chamar atenção do usuário. Normalmente, ele tem a capacidade de concentração limitada. Isso fica nítido com publicações que seguem a linha de entretenimento no perfil de Raquel Lyra, que são mais fáceis de compreensão dos variados grupos sociais de modo geral, com maior probabilidade de atração.

Como dito ao longo da análise, um dos sintomas disso é a tomada de decisão baseada na popularidade digital de um político e nas interações positivas ou negativas realizadas por amigos, familiares ou demais conhecidos que causam admiração, como influenciadores digitais. No entanto, também foi citado que essas interações podem ser interpretadas de modo superestimado, que leva a uma falsa percepção da grandeza de um perfil.

Para uma avaliação mais aprofundada deste ponto, é válido verificar a ideia de “minoria barulhenta” (*vocal minority*) (GAO, 2015). Nela, mesmo grupos minoritários podem ser mais atuantes e criar uma sensação de

grandeza. Para identificar situações como essas, é possível comparar o número de comentários recebidos nas redes sociais digitais com o número de usuários únicos. Isso porque, o alto número de comentários pode significar um engajamento ou “barulho” excessivo feito pelos seguidos, mas o número de pessoas responsáveis por isso pode ser bem menor. Além disso, a direção desse tipo de interação pode ser negativa, o que mesmo aumentando a popularidade, como dito anteriormente, não representa ganhos para o candidato. É preciso enfatizar também que na eleição, independentemente do barulho feito pelos seguidores, cada eleitor só tem direito a um único voto.

Diante desse contexto, foram analisados os comentários em cada uma das publicações selecionadas na subcategoria de conteúdo e comparados com o número de comentários recebidos com a quantidade de usuários únicos no perfil de Raquel Lyra. De antemão, é necessário deixar claro que uma análise mais precisa da ideia de minoria barulhenta precisaria de uma amostragem maior de comentários e postagens no Instagram. De todo modo, saiba que, na publicação escolhida para representar as *ações da primeira gestão*, houve 386 comentários.

Desse total, 121 foram efetuados pelo próprio perfil da política, a partir de interações com os usuários. Dos 265 comentários restantes, houve 24 repetições de pelo menos 10 autores, que realizaram na mesma postagem de dois a quatro comentários. Também é válido destacar que nem todas as interações foram positivas. Elas fazem crítica à gestão de Raquel Lyra e à veracidade da pesquisa divulgada na postagem, que mostra a sua aprovação diante da população caruaruense.

Na publicação escolhida para representar a subcategoria de *promessas*, houve 486 comentários. 213 deles foram efetuados pelo perfil da então candidata ao responder os comentários do público. E ainda, pelo menos seis pessoas realizaram de dois a três comentários na mesma publicação. Assim, como na publicação anterior, nem todos os comentários foram positivos. Desse modo, eles também contribuem para fazer “barulho” na plataforma, mas nem sempre isso é por um bom motivo.

A subcategoria de *apoio* registrou 217 comentários totais. 23 deles foram respostas efetuadas pela equipe ou pela própria política. Oito pessoas realizaram de dois a cinco comentários na mesma publicação, o que totaliza 22 comentários feitos por usuários repetidos. Da mesma maneira que ocorreu em postagens anteriores, algumas das interações nessa publicação foram críticas (novamente, foi notada uma ênfase para o descaso com a zona rural). Nesse caso, houve também uma queixa quanto ao desalinhamento das ações da política diante de quem foi responsável por elegê-la.

Ainda assim, a maioria dos comentários foram positivos. Um deles se destaca por enfatizar a aprovação de Raquel Lyra na primeira gestão e os mandatos do seu pai, João Lyra, que também foi prefeito da cidade por um período e aparece nas fotos da publicação selecionada. Interações como essas também sinalizam que incluir nas estratégias de marketing personalidades supostamente bem vistas junto ao perfil da política pode elevar a popularidade e ocorrer uma espécie de “carisma por contágio”. Você confere essa interação na imagem abaixo.

Figura 2: Interação nos comentários com seguidor elogiando a gestão de Raquel e do seu pai.



Fonte: <https://www.instagram.com/raquellyraoficial/?hl=pt-br>

A subcategoria de *entretenimento* totalizou 362 comentários na publicação escolhida. Desse total, 135 foram realizadas pela equipe ou por Raquel Lyra, ao responder às interações dos usuários. Cinco pessoas efetuaram de dois a quatro comentários no mesmo post, o que leva ao registro de 12

comentários feitos por usuários repetidos. Nesse caso, não houve interações negativas, mas algumas delas continham dúvidas e possíveis eleitores que ainda não decidiram o voto.

Outro critério que precisa ser considerado quanto ao “barulho” feito pelos usuários nas redes sociais digitais, seja nos comentários ou nas conexões em si, é que nem sempre os responsáveis por isso são eleitores da mesma cidade da política. Afinal, de acordo com as bandeiras levantadas, é natural que pessoas, especialmente de cidades vizinhas, identifiquem-se com o representante político. Isso pode não resultar em mais votos nas urnas para a campanha municipal analisada, mas tende a ser útil para uma maior projeção política futura em outras campanhas, que precisem de votos de todas as cidades do Estado de Pernambuco. E, ainda, isso contribui para criar “impressões de popularidade”.

Nesse sentido, foram notadas interações dos usuários em três das quatro publicações selecionadas para a categoria de conteúdo que voluntariamente deixam claro não votar na mesma cidade na qual a candidata concorre. Essas informações são possíveis de analisar porque faz parte das características do Instagram a possibilidade de arquivar, recuperar e buscar informações, como pontuam Recuero, Bastos e Zago (2018).

Novamente, seria necessária uma amostragem maior para uma análise mais completa da quantidade e conexões sociais que não votam no mesmo município concorrido por Raquel. Além disso, para resultados mais precisos e que não dependessem unicamente da manifestação voluntária do público nos comentários, a plataforma precisaria demonstrar a geolocalização dos usuários em cada comentário. Ainda assim, os dados disponíveis e avaliados contribuíram para sinalizar esse outro tipo de “barulho” feito, como se pode analisar na imagem abaixo.

Figura 3: Interação nos comentários com seguidores de outras cidades elogiando Raquel Lyra.



Fonte: <https://www.instagram.com/raquellyraoficial/?hl=pt-br>

É fundamental analisar as interações ocorridas no Instagram da candidata para que a simples soma dos contatos feitos não sejam interpretados como um sinal de sucesso em uma campanha eleitoral. Afinal, essa lógica pode ser superestimada. Assim, quanto mais interações feitas por usuários diferentes e que não se façam presentes mais de uma vez nas publicações, maior a indicação de uma pluralidade de conexões sociais e de possíveis eleitores. Por outro lado, a dominância dos mesmos perfis nas interações também demonstra uma maior fidelidade dos apoiadores da candidata. Ainda assim, por mais que isso seja relevante principalmente para uma reeleição, cada pessoa só pode votar uma única vez, como já foi citado.

Não é objetivo deste trabalho, mas a fidelidade do público também poderia ser analisada ao comparar a quantidade de interações com o número de usuários únicos responsáveis por elas no perfil de Raquel Lyra versus o de outro candidato que concorreu com a política, como o Delegado Erick Lessa (PP), por exemplo. Logo, seria possível sinalizar qual deles teve um maior barulho, mas representou uma quantidade menor de usuários interagindo.

Seja qual for o resultado, é importante ter em mente que a análise da quantidade de comentários, realizada pelo próprio perfil de Raquel Lyra, também é útil para avaliar a responsividade perante a audiência. Nesse sentido, mais uma vez, fica claro que a maioria deles são feitos pela equipe, em vez da própria política. Então, existem estratégias digitais voltadas para a humanização e a aproximação da política com o público, como as citadas ao longo da análise.

No entanto, a pouca disponibilidade dela para oferecer interações diretas nos comentários — um dos principais pontos considerados no engajamento — se choca com essa ideia, especialmente se for considerado que as interações, ocorridas presencialmente com Lyra, devem ser realizadas diretamente por elas, o que eleva a proximidade e humanização com o público, se comparado ao meio digital. De todo modo, é justo mencionar que quanto maior o número de conexões sociais, mais difícil se torna depositar tempo e intensidade emocional nas interações, principalmente durante uma campanha eleitoral, na qual a agenda de compromissos tende a ser ainda mais agitada.

Sobre as interações realizadas por Lyra e sua equipe nos comentários do Instagram, também é relevante analisar que a maioria delas foram direcionadas para os comentários positivos. Boa parte das publicações analisadas, até mesmo as abaixo de 100 comentários, não teve respostas do perfil se tinha como principal teor críticas ou questionamentos delicados sobre a gestão. Como a frequente ausência em debates eleitorais, a falta de propostas voltadas para o público LGBTQIA+ e a população negra, as supostas irregularidades relacionadas ao fornecimento escolar em Caruaru etc. Apesar disso, é válido citar que, em praticamente todos os posts avaliados, houve alguns comentários sem respostas, inclusive elogios, embora esses resultaram em uma quantidade menor.

De uma forma geral, ações como essas trazem novos questionamentos sobre a responsividade e *accountability* aplicadas pela equipe da política no Instagram. Afinal, esses conceitos dizem respeito à prestação de contas das ações em um sistema democrático, o que envolve tanto as críticas quanto os apoios. E, ainda, sinaliza para as possíveis estratégias adotadas na campanha da prefeita no Instagram, que é a prioridade dos diálogos com o público que a apoiou, como escolha para gerenciar a sua imagem e reputação, em vez de focar nos indecisos e na virada de votos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta pesquisa, foi analisado o uso de parte dos recursos do Instagram na campanha da então prefeita de Caruaru, Raquel Lyra, eleita em 2020 no primeiro turno. Para isso, os conceitos teóricos de *campo político*, *campanha eleitoral*, *marketing político*, eleitoral e digital e *redes sociais* foram adotados como suporte teórico. Eles foram fundamentais para auxiliar na resposta à pergunta da pesquisa: Como a prefeita de Caruaru, Raquel Lyra, utilizou o Instagram pessoal como plataforma de campanha para se reeleger em 2020?

O perfil da política demonstrou atuar com responsividade no Instagram, já que manteve uma presença regular ao publicar conteúdos e interagir nos comentários com a audiência nesta plataforma durante a campanha de 2020. No Instagram, os usuários podem ter acesso à informação das ações na primeira gestão, promessas para um possível mandato, o apoio de figuras públicas e postagens de entretenimento. Essa postura também abre a possibilidade de receber feedbacks do internauta nos comentários, expondo-os aos visitantes da página. Contudo, é fundamental pontuar que, quando a responsividade é praticada pelo próprio perfil, há um aumento do controle e gerenciamento da imagem.

Isso foi percebido ao analisar postagens que se encaixam na categoria Conteúdo, construída para a pesquisa quantitativa. Para isso, foram selecionadas 1 postagem de cada categoria, cujo critério de seleção envolveu os que tivessem mais de 100 comentários.

A escolha desse tipo de pauta visa motivar os usuários ao voto, que são influenciados por meio de troca de favores, simpatia espontânea e/ou esperança, como pontua Cícero (2020). Então, essa parte da análise sinaliza que a campanha de Raquel Lyra utilizou as redes sociais digitais para construir a reputação da candidata e motivar os eleitores, especialmente quando prestou contas de suas ações na primeira gestão, anunciou promessas para um segundo mandato e divulgou os seus principais apoios políticos.

Outro ponto relevante analisado é que a quantidade de conexões sociais e de interações existentes no perfil de Lyra pode contribuir para criar um valor positivo para ela, como uma popularidade digital, segundo as pontuações de Recuero (2017). Nesse sentido, a análise também demonstrou a necessidade de utilizar diferentes métricas para avaliar o andamento de uma campanha nas redes sociais digitais, já que é possível obter muitas falsas impressões em torno de um resultado, especialmente se ele for analisado de modo isolado.

Por exemplo, apenas a quantidade de interações no Instagram de Raquel Lyra poderia levar a impressão de popularidade ou até mesmo de eficácia da campanha, seja para o público no geral ou até mesmo os membros da equipe da campanha. No entanto, popularidade por si só não é necessariamente algo positivo. Isto é, Raquel Lyra poderia ser popular devido à alta crítica recebida, posicionamentos polêmicos ou conteúdos engraçados. O mais importante, de acordo Teixeira (2006), é conseguir formular nas publicações e interações discursos mais coerentes e pertinentes com a audiência. Para isso, é necessário considerar o contexto, faixa etária, localização geográfica e demais particularidades de cada um. Tudo isso ajuda a elevar a credibilidade da campanha e potencializar os resultados do marketing digital, político e eleitoral, que devem ser avaliados com mais de uma métrica e em diferentes ângulos.

De todo modo, é fundamental mencionar também a limitação do nosso trabalho. Isso porque, as análises trazidas só levaram em consideração uma das plataformas utilizadas na campanha. Apesar do Instagram apresentar números relevantes, uma enorme quantidade de outros dados — disponíveis nas demais redes sociais digitais adotadas por Lyra e que apresentam níveis consideráveis de interações e conexões — ficaram de fora e poderiam servir para levantar mais insights. Isso porque, como afirma o autor Faustino (2019), além de Recuero, Bastos e Zago (2018), o meio digital permite a medição de inúmeras informações, como o número de visualizações e conversações. E ainda, apenas algumas das 229 publicações entraram na análise. Tudo isso

diminui o tamanho da amostragem e, conseqüentemente, das possibilidades de considerações.

Outro ponto que limita a pesquisa é considerar apenas o público presente no meio digital, com enfoque para o Instagram, o que deixa de lado quem não tem acesso à internet, problema que pode ter sido intensificado com os efeitos da pandemia e algumas medidas do Governo Federal³. Pesquisas da TIC Domicílios⁴, realizada em 2019, mostram que 28% dos domicílios não possuem acesso à internet. E ainda, mesmo nos casos de quem consegue ter acesso, existem desigualdades de gênero, região, raça e renda que precisam ser consideradas.

Em todo caso, o nosso trabalho apresenta um mapeamento de parte do uso do Instagram pela prefeita Raquel Lyra, que buscava a reeleição. Observação essa que nos ajuda a compreender as estratégias de marketing da campanha de Lyra e como ocorreu o pleito nas redes sociais digitais em meio à pandemia da Covid-19. Ele não esgota as possibilidades de análise dos dados citados nem de outros que poderiam ter entrado, mas que, inclusive, serão avaliados com uma maior profundidade em um futuro mestrado. Além disso, é válido considerar que ter muitos dados à disposição não resulta, necessariamente, em uma pesquisa mais rica, já que as considerações, trazidas nesta pesquisa, mesmo com uma amostragem reduzida, foram importantes para entender como a prefeita de Caruaru, Raquel Lyra, utilizou o Instagram pessoal como plataforma de campanha para se reeleger em 2020 e como é possível realizar uma análise mais eficaz, deixando de lado impressões superestimadas, principalmente em um contexto eleitoral complexo, como foi a campanha durante a pandemia da COVID-19.

³ O Governo Federal vetou ajuda financeira para internet de alunos e professores de escolas públicas. Saiba mais: <https://www.camara.leg.br/noticias/737836-bolsonaro-veta-ajuda-financeira-para-internet-de-alunos-e-professores-das-escolas-publicas>.

⁴ Acesse a pesquisa da TIC Domicílios pelo link: https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_imprensa.pdf

REFERÊNCIAS

BARROS, Felipe. **A campanha política de Raquel Lyra no Instagram em 2020**. [8 de junho de 2021]. Caruaru, PE: Entrevista concedida a Thalícia Sousa.

BASTOS, Marco; RECUERO, Raquel e ZAGO, Gabriela. **Análise de redes para mídia social**. Porto Alegre, RS: Editora Sulina, 2018.

BASTOS, Toledo; RAIMUNDO, Rafael; TRAVITZKI, Rodrigo; **O perspectivismo como fundamento para metodologias de análise das redes sociais: alguns resultados com o Twitter**. Brasília, DF. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2012.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico** – 7ª ed. – Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Bolsonaro veta ajuda financeira para internet de alunos e professores das escolas públicas**. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/737836-bolsonaro-veta-ajuda-financiera-para-internet-de-alunos-e-professores-das-escolas-publicas> Acesso em 24 de novembro de 2021.

CETIC. **TIC DOMICÍLIOS 2019**. Disponível em: https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_imprensa.pdf Acesso em 24 de novembro de 2021.

CÍCERO. **Manual do candidato às eleições: Carta ao bom administrador público**. São Paulo, SP: Nova Alexandria, 2020.

COBERLLINI, JULIANO e MOURA, Mauricio. **A eleição disruptiva: Por que Bolsonaro venceu**. Record, 2019.

COLEMAN, S.; Moss, G. **Governing at a distance – politicians in the blogosphere**. Information Polity, vol. 13, 2005.

FAUSTINO, Paulo. **Marketing Digital na Prática: Como criar do zero uma estratégia de marketing digital para promover negócios ou produtos.** São Paulo, SP: DVS EDITORA, 2019.

GAO, G.; Greenwood, B. N.; Agarwal, R. & McCullough, J. S. **Vocal minority and silent majority: how do online ratings reflect population perceptions of quality.** Mineápolis, 2015.

KOTLEN, Philip, KARTAJAYA, Hermawan, SETIAWAN, Iwan e KORYTOWSKI, Ivo. **Marketing 4.0 Do tradicional ao Digital.** Rio de Janeiro, RJ: Editora Sextante, 2017.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais: Linguagens, ambientes.** Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2014.

RECUERO, Raquel. **Introdução a análise de redes sociais online.** Salvador, BA: Coleção Cibercultura, 2017.

TEIXEIRA, Dilma. **Marketing Político E Eleitoral. Uma Proposta Com Ética E Eficiência.** Osasco, SP: Novo Século, 2006.

TOMAZELI, Luiz Carlos. **Marketing político.** 2. ed. Porto Alegre, RS: Mercado Aberto, 1988.

TORQUATO, Gaudêncio. **Novo manual de marketing político.** São Paulo, SP: Summus Editorial, 2014.

Data de recebimento: 01/08/2022

Data de aceite: 30/09/2022



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.

Texto da Licença: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

A Representação Discursiva das Ideias da Esquerda e da Direita no Editorial do Jornal *A Verdade*

The Discursive Representation of the Left and Right Ideas in the Editorial of The Newspaper A Verdade

CARVALHO, Dayane Jeniffer Silva¹

Universidade Federal de Pernambuco,
Caruaru, PE, Brasil

RESUMO

Neste trabalho, analisaremos como o jornal *A Verdade* constrói seu discurso político ao redor dos termos “direita” e “esquerda”. Tomaremos como objeto o editorial *O papel do jornalismo operário* (2021) que reflete a ideologia e objetivos do jornal. Para este fim, utilizaremos a Análise do Discurso, pois o objetivo é entender a construção de sentido dos termos trabalhados dentro do meio de comunicação.

Palavras-chave: esquerda; direita; jornal; discurso; comunicação

ABSTRACT

In this work, we will analyze how the newspaper *A Verdade* builds its political discourse around the terms “Right” and “Left”. We will take as object the editorial *The role of workers’ journalism* that reflects the ideology and objectives of the newspaper. For this purpose, we will use Discourse Analysis, as the objective is to understand the construction of meaning of the terms used in the means of communication.

Keywords: left; right; newspaper; discourse; communication

¹Graduanda no curso de Comunicação Social do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: dayanejeniffer2@gmail.com Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1916651370221930>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0516-7312>.

INTRODUÇÃO

Os meios de comunicação, entre eles o jornal, são importantes difusores de informações que têm a capacidade e o desígnio de influenciar a opinião pública. Por seu alcance, a mídia repercute sua ideologia e pode recriar ou reafirmar o significado de determinados termos. Com isso em mente, este trabalho se dedica a observar como é construído o significado das palavras "direita" e "esquerda" sob o aspecto político no editorial do jornal *A Verdade*.

Entretanto, antes de saber como esses termos são discutidos, é necessário entender melhor o objeto de estudo. O jornal *A Verdade* lançou sua primeira edição em dezembro de 1999, em Recife, no estado de Pernambuco. O veículo possui podcast, site, canal no YouTube, redes sociais (Instagram, Facebook e Twitter) e as edições quinzenais impressas. Na parte *Quem somos* (2022) do site do jornal, eles se colocam como um "jornal popular, agitador e organizador coletivo" e se firmam como uma imprensa independente e com uma ideologia voltada para o socialismo. O jornal é construído pelo Partido Comunista Revolucionário (PCR) e pela União da Juventude Rebelião (UJR), junto a outros movimentos sociais, tais como o Movimento de Mulheres Olga Benário e o Movimento de Luta nos Bairros, Vilas e Favelas (MLB).

Com interesse de se opor à mídia tradicional, *A Verdade* constrói suas matérias com um olhar voltado ao proletário em busca de uma revolução e superação do capitalismo. Na aba *Assinatura* (2022), também em seu site, o jornal relata ser mantido unicamente pelos assinantes e leitores.

Para perceber como se dá e se caracteriza o aspecto político do jornal, sob a ótica da construção de significado dos termos "direita" e "esquerda", faz-se necessário o debruçamento sobre o editorial, lançado em dezembro de 2021, que resume a proposta de *A Verdade*. Isto é, o editorial *O papel do jornalismo operário* (2021), escrito pelo jornalista Rodrigo Ferreira, e traz à tona todo o discurso ideológico do jornal ao passo em que demonstra a insatisfação com a chamada "mídia burguesa".

Compreender a construção de sentido na linha editorial de um veículo de comunicação tem extrema relevância para entendermos como a mensagem é transmitida e qual é o discurso que a permeia. Esse tipo de estudo é recorrente com grandes revistas ou jornais da mídia tradicional. Entretanto, observar como esses elementos se estabelecem no discurso de uma mídia independente e de cunho socialista, como o jornal *A Verdade*, também é importante para entender como os sentidos e significados se constroem e quais são os seus objetivos.

O método de análise para esse material será o discursivo, possuindo como base o livro *Análise de Discurso: Princípios e Procedimentos* (2003), de Eni Orlandi. Esse método será utilizado para entendermos como os termos trabalhados são apresentados no texto, como esses sentidos são administrados, quais os intracursos e interdiscursos presentes e como o editorial conversa com outras notícias e jornais. Com isso, buscar-se-á responder como o editorial escolhido do jornal *A Verdade* representa em seu discurso os significados dos termos "direita" e "esquerda".

O EDITORIAL

Para entender como as noções de “direita” e “esquerda” aparecem no editorial, sem, no entanto, haver menção direta a eles, primeiro se faz necessário conhecer o editorial por inteiro e grifar alguns pontos importantes que se comunicam com o objetivo deste trabalho.

A dominação econômica, política e ideológica das classes dominantes obrigam os trabalhadores a informar-se através da grande mídia burguesa. Por isso, é necessário falar sobre a necessidade de uma imprensa alternativa, que represente os interesses dos explorados e oprimidos.

Karl Marx, ao se referir a imprensa operária e o seu papel, dizia que “sua função é ser o cão-de-guarda, o denunciador incansável dos opressores, o olho onipresente e a boca onipresente do espírito do povo que guarda com ciúme sua liberdade. [...] O dever da imprensa é tomar a palavra em favor dos oprimidos a sua volta. [...] O

primeiro dever da imprensa é minar todas as bases do sistema político existente.”

O jornalismo da classe operária é um importante agente no enfrentamento em defesa dos interesses dos trabalhadores. É um meio de comunicação que prioriza a realidade e enxerga a necessidade de contrapor os meios de comunicação dominantes.

É central a luta pela divulgação da verdade, declarando guerra às mentiras e falsificações da imprensa burguesa. A imprensa operária deve buscar construir uma imprensa oposta em seu caráter, conteúdo, linha política e ideológica, uma imprensa que expresse a concepção marxista do mundo e da luta de classes.

É importante ressaltar também que o jornalista da classe operária deve afastar-se da ideia de ser apenas um intelectual reproduzidor da teoria marxista. Ele deve buscar ser um verdadeiro agente da teoria e da prática, estando diariamente em contato com a classe trabalhadora nos trens, bairros e favelas.

A burguesia espalha diariamente mentiras para os trabalhadores

Uma das formas de dominação da classe capitalista é a dominação ideológica. O jornal O Globo, em recente editorial, afirmou que “é um abuso acusar Bolsonaro de genocídio”. Enquanto isso, Bolsonaro e seus meios terroristas de defesa dos interesses capitalistas, suas máquinas de Fake News, preparam mais um ataque à ciência, buscando impedir a vacinação das crianças contra a COVID-19.

Isso revela que, mesmo na sua forma mais moderada e de aparência democrática, os meios de comunicação burgueses mostram a quem realmente servem. Se necessário, apoiarão ditaduras e atentados contra a democracia caso seus interesses estejam em jogo, como foi em 1964 e 2016.

A classe operária, os camponeses e todas as massas populares recebem diariamente o resultado do trabalho da mídia hegemônica. Ela transforma os interesses da burguesia em verdades absolutas.

Os donos dos meios de comunicação, numa tentativa de camuflar as contradições de classe, vendem os ideais de liberdade de expressão e de imprensa, jurando defender esses interesses

democráticos e universais. A verdade é que eles censuram os trabalhadores que tentam manifestar suas opiniões.

A grande mídia apoia golpes e reformas antipopulares e tenta criminalizar as revoltas do povo nas ruas. Chamam de “terrorismo” e “vandalismo” qualquer tentativa de desprender-se das amarras colocadas pelos seus patrões. Tentam criar uma falsa ideia de paz e conciliação entre as classes. Isso é impossível, pois seus interesses são antagônicos.

Exercer o jornalismo operário, denunciando o descaso do Estado burguês, as inverdades da mídia hegemônica, é ser um propagandista e um agitador. É se colocar firmemente a dar uma digna contribuição à libertação da humanidade (FERREIRA, 2021, s.p.).

Junto ao texto, a imagem abaixo que serve de capa para o editorial à medida que também reafirma a posição político-social do portal. Na legenda, o jornal reafirma: “Jornalismo Operário. Imprensa dos trabalhadores na luta pelo socialismo” (FERREIRA, 2021, s.p.).

Fotografia 1: Imagem utilizada como capa do editorial do jornal *A Verdade*



Fonte: Jornal A Verdade

Agora, analisando o texto do editorial e tendo como complemento a fotografia apresentada, faz-se necessário separar alguns pontos importantes para entender o modelo discursivo do jornal. No primeiro parágrafo, que aparenta ser o subtítulo do editorial, é afirmada a importância da imprensa alternativa, que vai de encontro aos interesses burgueses. Após isso, Rodrigo Ferreira cita o filósofo Karl Marx sobre o papel da imprensa e depois discorre sobre como o jornalismo deve se portar e alfinetar a mídia tradicional.

Embora dentro do texto não apareça os termos “direita” e “esquerda”, podemos relacioná-los com outros elementos que estão inseridos. Contudo, antes de fazer esta relação, vamos entender primeiro o significado dos conceitos acima citados a partir do livro *Direita e Esquerda: razões e significados de uma distinção política* (1995), de Norberto Bobbio.

O EMPREGO DOS TERMOS

Dossiê: **Linguagens Políticas**

Revista Crises, v. 2, n. 2, novembro de 2022.

<https://doi.org/10.51359/2763-7425.2022.255997>

<https://periodicos.ufpe.br/revistas/crises>

De acordo com Bobbio (1995), os termos “direita” e “esquerda” passam por uma crise das ideologias, que possuem maior fluidez por estarem enquadrados em um regime democrático. Dessa forma, definir uma classificação exata para eles é algo improvável, uma vez que depende do seu contexto político para que os sentidos sejam atribuídos. Contudo, os termos possuem um regimento comum àqueles atribuídos na sua origem.

“Direita” e “Esquerda” começaram a ser utilizadas como definidoras de um lado político a partir da Revolução Francesa (1789-1799), quando a assembleia ficou dividida em dois lados: os Jacobinos — que ficavam do lado esquerdo do rei e eram ligados a pautas mais reformistas — e os Girondinos — que ficavam do lado direito e eram ligados a pautas mais conservadoras. Esses dois lados foram reafirmados na Guerra Fria (1947-1991), quando o mundo foi dividido entre os capitalistas e os socialistas, representados pelos Estados Unidos da América (EUA) e a União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), respectivamente.

Com esse saber histórico em mente, pode-se entender que os conceitos se estabelecem como dois pólos opostos. Nesta linha, Bobbio (1995) reforça essas distinções a partir de conceitos mais amplos, como igualdade *versus* desigualdade e liberdade *versus* autoridade. Ele relata primeiramente que esses termos possuem caráter ambíguo, sendo diferentemente aplicados em cada caso. Então, apesar de a esquerda possuir um caráter mais igualitário e autoritário, enquanto a direita é mais desigual e libertária, esses termos são aplicados de formas distintas a partir do contexto. Bobbio (1995) afirma então que os dois termos acabam por se encontrar na linha política, sendo classificados por ele como uma díade, em que os programas contrapostos na verdade tem o mesmo fim imediato. O autor ressalta também a ramificação que esses conceitos sofreram, podendo ser classificados em: extrema-esquerda, esquerda-moderada, centro-esquerda, extrema-direita, direita-moderada e centro-direita. Além da díade, Bobbio (1995) coloca no livro o Novo Viés, apresentado como a Terceira Via, estando posicionada no centro, com características da Esquerda e da Direita.

Porém, como apresentado no editorial posto no primeiro capítulo, os termos não aparecem no corpo do texto. Então, como é possível analisar essa construção discursiva a partir dos conceitos “direita” e “esquerda” se eles não são empregados? Neste momento, a resposta será alcançada com base no método da Análise do Discurso, entendendo a construção de sentido presente no texto que acaba por chegar na díade política estudada. Para isso, é importante destacar a existência de quatro palavras-chaves que são determinantes para a construção do editorial: "burguesia", "operário", "capitalismo" e "marxismo". Em seu *Dicionário de Política* (V.1, 1983), Norberto Bobbio passa por esses termos explicando seus fundamentos e diferentes definições.

Para começar, faz-se necessário aclarar os conceitos de "burguesia" e "operário". No livro, o autor discorre sobre duas definições da palavra "burguesia": a primeira, em que ela é listada como uma “camada social intermediária entre a aristocracia e a nobreza, detentora do poder e da riqueza econômica” (BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO, 1983, p. 119). A segunda, mais utilizada atualmente, “seria a classe que detém, no conjunto, os meios de produção e que, portanto, é portadora do poder econômico e político, onde seu oponente seria o proletariado que, desprovido destes meios, possui unicamente sua força de trabalho” (BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO, 1989, p. 119). Neste trabalho, o sentido dos termos “burguesia” e “proletariado” (ou operário), serão interpretados a partir desta segunda definição, entendendo que ambos constituem uma classe social, detentora ou não dos meios de produção. Com isso em mente, é importante esclarecer o significado do termo “capitalismo”, também grafado como palavra-chave para se entender o editorial.

“Capitalismo”, ainda segundo Bobbio (1983), também possui duas definições. A primeira o entende como um subsistema econômico dentro de um sistema político e social; a segunda, observa-o como uma formação social historicamente qualificada e ligada ao seu modelo de produção. Entre as características citadas por Bobbio (1983) para definir esse sistema, estão a propriedade privada, o mercado baseado na iniciativa privada e a exploração das oportunidades de mercado.

Em contraponto a isto, há o Marxismo, que segundo Bobbio (1983) é uma doutrina sobre a concepção do mundo e da vida social e política que se pode deduzir das obras de Karl Marx e Friedrich Engels. Ambos têm como obra de destaque *O manifesto comunista* (1848), que possui como objetivo a defesa de uma revolução social e a superação do capitalismo, que é visto como etapa para se alcançar uma sociedade comunista.

Porém, cabe perguntar: em que aspecto esses quatro conceitos chaves no editorial dialogam com os termos "esquerda" e "direita"? Para a resposta, é necessário voltar a utilizar a Análise de Discurso. A Formação Discursiva (ORLANDI, 2003) do editorial dialoga com a ideologia do jornal e com os conceitos apresentados. Isso porque, ainda segundo Bobbio (1995), os termos estão ligados a um processo de construção histórica e social que determinou a "esquerda" com um caráter voltado ao marxismo, enquanto a "direita" possui interesses ligados ao capitalismo.

Nesse ponto, pode-se entender que não é necessário utilizar os termos para encontrar essas relações dentro do texto. Isso porque, devido ao aspecto de compreensão da realidade e à forma com a qual o editorial se estabelece, conclui-se que o seu posicionamento político e ideológico é aliado ao lado esquerdo do âmbito político. Assim, é com essa construção retórica que o jornal critica a imprensa tradicional.

A partir disso, por se definir como uma "imprensa alternativa", o jornal *A Verdade* se opõe ao jornalismo dos meios de comunicação tradicionais. Esta oposição fica clara na citação que o editorial faz sobre o artigo de opinião do jornal *O Globo* “*É um abuso acusar Bolsonaro de genocídio*” (2021), mostrando sua insatisfação com a imprensa, apontando informações que divergem da matéria.

O jornal *A Verdade* ainda fala sobre os jornais que apoiam ditaduras e golpes levantando a bandeira da liberdade de expressão, mas que taxam negativamente as revoltas da população, contrariando essa mesma liberdade de expressão que pregam. Dessa forma, o jornal realiza o que ORLANDI (2003) classifica como um intracurso e interdiscurso. O interdiscurso é como as experiências passadas

constroem sentido. Neste caso, como a insatisfação do veículo com a imprensa tradicional é algo recorrente, formando também um intracurso, ou seja, a formulação do sentido para aquele texto.

Vale lembrar que toda essa construção de sentido também é ancorada pela imagem utilizada no editorial — que reafirma o discurso de uma mídia que se importa com o trabalhador e atende os anseios da população.

CONCLUSÃO

Através da utilização do método de Análise do Discurso, é possível enxergar como um texto não apenas repassa informações como também dialoga com o contexto em que está inserido. A construção de sentido do editorial escolhido do jornal *A Verdade* reforça a posição política e ideológica adotada pelo portal ao se comparar com a mídia tradicional e reafirmar seu papel ao citar que “o jornalismo da classe operária é um importante agente no enfrentamento em defesa dos interesses dos trabalhadores” (FERREIRA, 2021, s.p.).

Dessa forma, buscou-se aqui entender como as ideologias foram apresentadas, tendo como recorte os termos "direita" e "esquerda", que apesar de não estarem presentes no texto ainda fazem parte da teia de significados que o permeiam. É importante analisar o que é consumido a partir dessa ótica, para entender quais as finalidades e a quem eles se referem, pois um texto é caracterizado também a partir do seu jogo retórico.

Ainda com esse tema em mente, seria possível desdobrar o tema do trabalho para outras pesquisas sobre o jornal *A Verdade* que também podem caminhar para uma visão ainda mais completa do objeto. Por exemplo, analisar todo o seu acervo de notícias e colunas, como esse material produzido pelo jornal chega na população e também sobre a importância do jornal dentro da imprensa brasileira.

REFERÊNCIAS

Assinatura. Jornal A Verdade, 2022. Disponível em: < <https://averdade.org.br> >. Acesso em: 11 de maio de 2022.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de Política: volume 1.** Trad. Carmen C. Varriale et al. Revisão Geral: João Ferreira e Luís Guerreiro Pinto Cacais. Ed? Brasília (DF): Editora UNB Universidade de Brasília, 1983.

BOBBIO, Norberto. **Direita e esquerda: razões e significados de uma distinção política.** Ed?. São Paulo (SP): Editora Unesp, 1995.

FERREIRA, Rodrigo. **O papel do jornalismo operário.** 2021. Disponível em: < <https://averdade.org.br/2021/12/o-papel-do-jornalismo-operario/> > Acesso em: 12 de setembro de 2022.

QUEM SOMOS. Jornal A Verdade, 2022. Disponível em: <<https://averdade.org.br/quem-somos/>>. Acesso em: 12 de setembro de 2022.

ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos.** Campinas (SP): Pontes, 2003.

Data de recebimento: 06/08/2022

Data de aceite: 26/09/2022



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons
Atribuição 4.0 Internacional.

Texto da Licença: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

“O Cinema comporta discursos”¹: A América Latina pelos olhos e ouvidos de Geneton Moraes Neto²

“*Cinema comprises speeches*”: Latin America through the eyes and ears of Geneton Moraes Neto

MEDEIROS, Johany Harihadny Cristovam³

Universidade Federal de Pernambuco,
Caruaru, PE, Brasil

NOGUEIRA, Amanda Mansur Custódio⁴

Universidade Federal de Pernambuco,
Caruaru, PE, Brasil

RESUMO

A grande concentração na produção experimental do chamado Ciclo Super-8 coincide com o período do regime militar nas décadas de 1970 e 1980 e, hoje, ainda é um campo de estudo que precisa ser melhor aprofundado, tanto para compreender as questões estéticas desse cinema quanto para ajudar na compreensão do lugar em que foi produzido. Propõe-se, neste artigo, investigar os documentários *América Morena I* (1977) e *América Morena II* (1977), filmados em Super-8, pelo jornalista e cineasta recifense Geneton Moraes Neto (1956-2016). Partindo desse pressuposto, é preciso analisar a construção narrativa desses filmes, que trazem imagens de alguns países da América Latina, para entender como era produzir artisticamente em um contexto ditatorial, na década de 1970, com a retomada das atividades cinematográficas no estado de Pernambuco.

Palavras-chave: audiovisual; Ciclo Super-8; cinema experimental; cinema pernambucano; Geneton Moraes Neto

¹ Frase retirada do diário de Geneton Moraes Neto (MORAES NETO, 2021, p. 44)

² Trabalho desenvolvido para a Iniciação Científica, PIBIC-UFPE 2021-2022.

³ Graduanda do curso de Comunicação. E-mail: johany.medeiros@ufpe.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6939365965360404>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6152-2465>.

⁴ Professora adjunta. E-mail: amanda.nogueira@ufpe.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0341879306272619>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0810-8476>.

ABSTRACT

The great concentration in the experimental production of the Cycle called Super-8 matches with the period of the military regime in the decade of the 70's and the 80's, and, today, it's still a field of study that needs to be better analyzed, so much to understand the aesthetics issues of this cinema, and to help in the understand the meaning of the place that was produced. This article proposed to investigate the documentary *América Morena I* (1977) and *América Morena II* (1977), that was filmed in Super-8, by the journalist and filmmaking from Recife Geneton Moraes Neto (1956-2016). Starting with this assumption, it's necessary to analyzed the narrative construction of theses films, that brings images from some countries of the Latin America, to understand how it's was artistically produced in the dictatorial ship context, in the decade of the 70's, with the resumption of cinematography activities in the state of Pernambuco.

Keywords: audiovisual; Super-8 Cycle; experimental cinema; Pernambuco cinema; Geneton Moraes Neto

INTRODUÇÃO

O cinema experimental brasileiro ainda é um campo que precisa ser estudado. Segundo o professor Rubens Machado Junior (2021) “a filmografia experimental é um universo em expansão que precisamos saber integrar à cultura cotidiana” (JORNAL DA USP, 2021, s.p). É necessário, antes de mais nada, esclarecer a ideia do que faz um filme ser experimental, para este artigo. Luís Nogueira (2010, p. 124) aponta que “o cinema experimental consistiria numa série de obras marcadas por estratégias e propósitos muito claros de transgressão das concepções vigentes e dominantes do cinema – o seu princípio primeiro é o da oposição”.

É preciso ressaltar que os anos 60 e 70, ironicamente um dos períodos mais conturbados da política brasileira, foram um dos mais frutíferos para as artes no país. A fim de ler um filme como uma fonte, longe de qualquer generalização

interpretativa ou de qualquer método de análise, Luciana Carla de Almeida (2012), em seu estudo sobre o experimental no super-8 brasileiro, aponta que:

A ditadura militar, o cerceamento de direitos humanos civis e políticos foram arrefecidos de sobremaneira pelo terrorismo do próprio Estado. Quem se opôs ao poder hegemônico foi decretado como subversivo, cassado e exilado. Foi necessário criar alternativas para criar e sobreviver. Vale ressaltar que o super-8 foi inventado nesse intervalo, precisamente no ano de 1965 (ALMEIDA, 2012, p. 17).

Os filmes experimentais no cinema brasileiro foram realizados, em sua metade ou dois terços, em Super-8 (MACHADO; JORNAL DA USP, 2021) e sobre essa produção quase clandestina, o professor complementa:

Há uma história a ser escrita. Sua concentração na década de 70 e início dos 80 coincide com os estertores do regime militar desde os seus momentos mais duros. Tanto a tensão da pesquisa estética filmada em espaços forçosamente reclusos quanto um corpo a corpo irônico com o espaço público juntaram poetas, artistas plásticos e uma nova geração de cineastas radicais. Seus filmes não podem ser confundidos com o Cinema Marginal nem com o Cinema Novo, mesmo quando neles se inspiram: são uma terceira vaga, marcada pela busca da diferença (MACHADO; JORNAL DA USP, 2021, s.p.).

O chamado Ciclo Super-8 surgiu como um cinema doméstico (NOGUEIRA, 2010) e, dentre os mais variados diretores e propostas estéticas, Geneton Moraes Neto (1956-2016) está entre um dos que se destacam no cinema experimental do Brasil. Utilizado como um modo de expressão, podendo vincular com a música e a prática do texto poético que ele tanto gostava (CUNHA e FARACHE; 2021), o cinema em Super-8 era, para Geneton, janelas, também “com uma diferença: em vez de espectador, qualquer um, como eu, pode ser autor” (GENETON, 1977, p. 33).

Partindo dessa perspectiva, o artigo propõe esboçar possibilidades interpretativas a partir da intencionalidade sonora no discurso fílmico dos documentários experimentais produzidos por Geneton, em *Super-8: América Morena I* (1977) e *América Morena II* (1977), a fim de enfatizar a importância dos estudos do cinema experimental nacional que servem, também, como uma forma de reconstruir e ler um espaço.

Será utilizado, como aporte teórico, as contribuições da professora e jornalista Ana Farache e do pesquisador e professor Paulo Cunha (2021), a fim de obter um resgate da memória do que foi a produção de Super-8 em Pernambuco; da pesquisadora e professora Mansur (2019), para apoio sobre a história do cinema em Pernambuco; e de Corrigan (2015), para abordar a consonância do curta-metragem em Super-8 com a ideia de filme-ensaio, a partir de uma coletânea de textos escritos por Geneton (2021), entre 1973 e 1982 .

1. O experimental no Super- 8 de Geneton

Quando se fala de uma produção cinematográfica em Pernambuco, da década de 1920 ao cinema contemporâneo, algo se destaca: a prática de produção colaborativa, conhecida localmente como *brodagem* (MANSUR, 2019). Pode-se dizer que, em Pernambuco, a partir dos laços de amizade, do desejo de fazer cinema autoral colaborativo, segundo Mansur (2019), em pesquisa que antecede a tese, publicada no livro *O Novo Ciclo de Cinema em Pernambuco, a brodagem*:

funciona como um jogo de reciprocidades e interesses pessoais no qual estão envolvidos diversos grupos: os jornalistas, os músicos, os cineastas, os profissionais técnicos, as produtoras, colaboradores. Por se tratar de um Estado na periferia da produção cinematográfica do país, em um esquema de produção de baixo orçamento, os laços de interesses pessoais são necessários para a concretização dos projetos (NOGUEIRA, 2010, p. 77).

Na década de 1970, época em que é retomada a atividade cinematográfica no estado de Pernambuco, um grupo pequeno de 30 pessoas, jovens com as mesmas características já citadas, se envolveram em produções de filmes em 8mm, no chamado Ciclo Super-8. Geneton Moraes Neto (1956-2016), é um deles.

Nascido em Recife, no dia 13 de julho de 1956, Geneton iniciou sua carreira ainda adolescente, aos 13 anos, e durante toda a sua trajetória trabalhou nos veículos: Diário de Pernambuco; O Estado de S. Paulo; e, Rede Globo de Televisão, onde foi editor do Jornal da Globo e do Jornal Nacional, editor-chefe do Fantástico e correspondente internacional da *GloboNews*. E, além de ficar conhecido como um dos mais admirados jornalistas brasileiros, Geneton foi um dos cineastas experimentais mais criativos do país e, entre os anos de 1973 e 1984, Geneton realizou vinte filmes de curta-metragem nas bitolas Super-8 e 16mm.

Com o Super-8, havia quem buscasse seguir as mesmas características do cinema comercial, mas também havia aqueles que desejavam registrar as culturas populares e até mesmo denunciar as desgraças da ditadura militar (CUNHA, 2021). Geneton, mesmo sem deixar abertamente claro nos diários que escreveu ou nos pequenos artigos que enviava para o Diário de Pernambuco, se encaixa nessa última categoria.

O primeiro filme experimental em Super-8 de Geneton, *Mudez Mutante* (1973), abre as portas sobre o que representaria filmar no período da ditadura civil-militar de 1964. Sobre o filme, Cunha aponta:

Geneton pensou em tratar de uma questão a um só tempo pessoal e geracional: o fato dos jovens estarem silenciados, silêncio coletivo associado a um traço de personalidade dele: o de ser na maior parte do tempo calado. Então, *Mudez Mutante* trata do silêncio em vários níveis de complexidade: da dificuldade de conversar, do risco de falar, da mudez política — e de como tudo isso acabava por mexer com todo mundo (CUNHA, 2021, p. 19).

O filme começa com uma câmera subjetiva subindo as escadas até um

quarto onde tem um casal lendo revistas, em completo silêncio. A narrativa segue acompanhando esse casal, intercalando com colagens de manchetes de jornais e revistas coladas nas paredes. São os detalhes que enriquecem o filme. São nos detalhes que o experimental se desenvolve. Além da cena em que Lelé Almeida escreve com giz um poema escrito por Geneton, “A cada não,/Digo sim,/ Assim/ Assado -/ Venha comigo - E é sempre perigoso falar/ E é sempre perigoso gritar”, a música *Me Deixe Mudo* (1973), de Walter Franco, que serviu de trilha sonora para o filme, fez toda a diferença na significação da obra.

Foi partindo desse ponto, ao investigar detalhes do que não foi dito nesta primeira obra de Geneton, que *América Morena I e II* (1977), documentários filmados em Super-8, tornaram-se objetos de investigação a partir de um olhar ensaístico.

2. O Super-8 como filme-ensaio

Desde 1990, a expressão “filme-ensaio” era algo enigmático. Hoje, mesmo mais reconhecida e com uma quantidade cada vez mais visível de produções nesse estilo, que abraça cada vez mais a questão antiestética e a capacidade questionadora, ela não é auto-explicativa, fácil de classificar ou entender; portanto, esses filmes acabam sendo situados nas variações tradicionais de ensaio, que, segundo Corrigan (2015):

As dificuldades para definir e explicar o ensaio, em outras palavras, são os motivos pelos quais o ensaio é tão produtivamente inventivo. A meio caminho da ficção e da não ficção, das reportagens jornalísticas e da autobiografia confessional dos documentários e do cinema experimental, eles são, primeiro, práticas que desfazem e refazem a forma cinematográfica, perspectivas visuais, geografias públicas, organizações temporais e noções de verdade e juízo na complexidade da experiência (CORRIGAN, 2015, p. 8-9).

É possível, ao observar a conceituação na forma e no discurso do filme-ensaio de Corrigan (2015), a semelhança entre a prática ensaística e a experimentação na produção superoitista. É comum, em ambas as práticas, antiestéticas e questionadoras, o telespectador não tolerar essa subversão narrativa, que, segundo o professor Leonardo Seabra Puglia:

A crítica mais frequente em relação ao Super 8 recaía sobre seu caráter amador, mas talvez tenha sido justamente essa a força do movimento. Pois, ao se libertar dos padrões comerciais, o realizador encontrava caminho aberto para experimentar do ponto de vista estético e temático, servindo o formato como instrumento de expressão natural a um grupo geracional que, movido por ecos tardios do tropicalismo, buscava romper diversas amarras, sobretudo comportamentais (PUGLIA, 2015, p. 73).

Com uma câmera super-8 nas mãos, Geneton conseguiu transformar as excursões cinematográficas pelas cidades da América Latina, vistas nos documentários *América Morena I* e *II*, em viagens ensaísticas, que se dá quando o fazer cinematográfico transforma-se em um novo meio de significação ideológica e psicológica complexa a partir da viagem (CORRIGAN, 2015), em correlato ao filme ensaio como editorial.

Ao falar sobre esse formato ensaístico, que surge a partir das atualidades das coisas nas questões sociais e políticas, Corrigan aponta:

Ao contrário dos filmes que às vezes são chamados de documentários investigativos, os filmes-ensaio editoriais revelam e analisam não apenas as realidades e os fatos que são documentados, mas também as agências subjetivas (emaranhadas nos filmes e em sua recepção) dessas realidades e desses fatos (CORRIGAN, 2015, p. 154).

É a partir, também, desse novo olhar acerca das obras de Geneton, em especial *América Morena I* (1977) e *América Morena II* (1977), que as produções

ganharam novas percepções investigativas, a fim de abrir possibilidades interpretativas.

3. Para além de cartões postais

“Geneton Moraes Neto foi um dos mais ativos e criativos cineastas experimentais do Brasil” (CUNHA, 2021, s.p.). A frase, proferida por Paulo Cunha, cineasta, pesquisador, professor e amigo íntimo de Geneton, possibilitou uma análise minimalista dos meros detalhes que estão visíveis mas talvez não tão auto explicativos nos documentários *América Morena I* e *América Morena II* (1977): os títulos, as sinopses e o ano em que foram produzidos.

De onde surgiram os títulos das obras? O que significa América Morena? O que as sinopses podem apresentar para além do que está dito? Por que esta escolha dos locais a serem visitados? O que estava acontecendo no ano em que as obras foram produzidas?

A partir das sinopses sutis dos documentários *América Morena I e II* (1977), retiradas da Cinemateca Pernambucana⁵ (2022, s.p.), temos, apenas:

América Morena I: Chile. Um passeio das cidades chilenas, seus bairros, ruas, monumentos, pessoas, lojas, quadros, o cotidiano registrado pela câmera. **América Morena II:** Um passeio pelo sul do continente americano. Registros do cotidiano, das ruas, praças, avenidas, monumentos, pessoas, índios, de lugares do Paraguai e Argentina.

Ao ler as sinopses, o telespectador consegue compreender um pouco do porquê da escolha dos títulos: nos documentários, Geneton passeia apenas por países da América Latina. Entretanto, será que passear pelo Paraguai, Uruguai, Argentina e Chile era apenas uma viagem sem muita intencionalidade, além do prazer que Geneton sentia por viajar e se aventurar?

⁵ Filmes disponíveis em Cinemateca Pernambucana: <https://cinematecapernambucana.com.br/>

Tendo em vista que não há um discurso sem intenção e que, nos termos linguísticos, o racismo estrutural⁶ também está presente (BRASIL UOL, 2022), os títulos podem ter sido escolhidos de forma simbólica e irônica, ao utilizar o eufemismo do termo “morena” para apontar os estereótipos⁷ nas representações de toda a América Latina no cinema dominante.

Sobre a década de 1970, período em que as obras foram produzidas, mais precisamente no ano de 1977, Geneton confidenciou em um dos diários que “é a década de tudo que não pode ser feito. É a década dos silêncios, é a década das ausências. É um zero à esquerda. Um mil novecentos e setenta e nada (GENETON, p.63)”. Então, além da simbologia por trás da escolha dos títulos, o ano em que os filmes foram produzidos foi marcante para grande parte da América Latina. Os países visitados por Geneton, além do Brasil, também passavam por ditaduras. O período que correspondeu às ditaduras foram: a ditadura chilena (1973-1990), liderada por Augusto Pinochet (BRASIL ESCOLA, 2022); a ditadura argentina (1976-1983), liderada pelo general Jorge Rafael Videla (NOVARO, 2007); a ditadura paraguaia (1954-1989), liderada pelo general Alfredo Stroessner (BRASIL ESCOLA, 2022) e a ditadura uruguaia (1973 - 1985) onde três presidentes e um general estiveram à frente do processo (PM&R-AL, 2022).

A partir da investigação desses pontos, título, sinopses, ano e contexto histórico, a análise das obras estendeu-se para um elemento bastante comum, mas quase imperceptível na amplitude dos significados, nas obras de Geneton: a trilha sonora.

Cunha e Farache, sobre as inclinações musicais de Geneton, apontam que:

Foi a música que lhe mostrou que havia no Brasil forças que não apenas antagonizavam com o regime militar, mas que forneciam

⁶ Discriminação racial enraizada na sociedade. In: Politize!, <https://www.politize.com.br/equidade/blogpost/o-que-e-racismo-estrutural/> [consultado em 26 set. 2022].

⁷ Ideia, conceito ou modelo que se estabelece como padrão. "estereótipo", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2021, <https://dicionario.priberam.org/estere%C3%B3tipo> [consultado em 21-09-2022].

interpretações mais complexas e sofisticadas do projeto de modernização do País (CUNHA e FARACHE, 2019, p. 77).

“A música nunca deixou de ser um território de predileção para Geneton” (CUNHA e FARACHE, 2019, p.83). Então, como imaginar que a trilha sonora escolhida por ele, seria sem intencionalidade alguma? Ao analisar as obras, percebeu-se que não havia créditos ao final dos filmes, e das músicas escolhidas por Geneton para compor as obras *América Morena* (1977) e *América Morena II* (1977), as que foram reconhecidas são:

Tabela 1: Músicas presentes em *América Morena* (1977) e *América Morena II* (1977)

<i>Con tres heridas</i> , Joan Baez Compositor: Miguel Hernández, 1972.
<i>Paso Rio</i> , Joan Baez Compositora: Joan Baez, 1974.
<i>Los Hermanos</i> , Elis Regina Compositor: Atahualpa Yupanqui, 1976.
<i>Promessas do Sol</i> , Milton Nascimento Compositor: Milton Nascimento, 1976.
<i>Um Índio</i> , Maria Bethânia Compositor: Caetano Veloso, 1977.
<i>Don't cry for me, Argentina</i> , Julie Covington Compositores: Andrew Lloyd Webber e Tim Rice, 1977.

Fonte: as autoras.

É possível que, influenciado e/ou silenciado por um período tão conturbado, a estética das obras acabaram por adquirir a forma que têm. Sem poder escancarar explicitamente o sentimento que tem em relação à América Latina, Geneton encontra nas músicas uma forma de se manter contra essas ditaduras e manifestar a vontade de que é hora de haver uma união entre os irmãos.

As músicas reconhecidas fazem parte da “*Nueva canción*”, um movimento de canções engajadas que denunciava as mazelas sociais, valorizava o folclore nacional e andino, servia como um veículo de crítica às ditaduras militares,

defendiam mudanças por uma nova América Latina e evocava uma unidade latino-americana (GOMES, 2013).

É assim que a verdade viva dos acontecimentos vêm à tona a partir das escolhas das músicas para compor a trilha das obras. Não dá para acreditar que a escolha do título tenha sido apenas simbólica, pois, um ano antes das produções dos documentários analisados, Abílio Manuel, cantor, compositor e radialista, lançava um disco, pela *Som Livre*, com o título “*América Morena* (1976), recheado de referências às músicas da *Nueva Canción*, e que Geneton Moraes Neto usou como inspiração e reafirmação de seus valores ao usar como título de suas obras.

Em 1977, Abílio Manuel estreou na rádio com o programa *América do Sol* e, durante uma hora, eram as músicas latino-americanas que se ouviam e assim ele assumia uma posição de resistência à ditadura militar. Segundo a professora Tânia da Costa Garcia (2015):

Cantar e escutar estes ritmos era uma forma de posicionar-se ideologicamente contra a ditadura. Se a canção de protesto brasileira tornara-se proibitiva, o repertório latino-americano, por ser oriundo de uma cultura “distante” e ainda cantado em outra língua, constituía uma alternativa para manifestar publicamente a indignação e o repúdio ao regime militar (COSTA, 2015, p. 77).

Portanto, a obra de Geneton, que em parte é mero cinema caseiro experimental e subjetivo, é, também, um relato histórico que registra o comum de um cenário horrendo, através da música, a fim de manifestar o inconformismo com a situação política. Foi a partir da observação atenta desses detalhes, que foi possível identificar que há intencionalidade no filme, e que ele estava para além, apenas, de meros cartões postais.

Considerações finais

No Brasil, pouco se entende sobre a importância em estudar o cinema experimental, a fim de compreender sobre a linguagem estética e/ou de esboçar a cartografia local a partir do fazer cinematográfico dentro de determinado contexto.

Nessa perspectiva, a partir da intencionalidade da música nas obras *América Morena I* (1977) e *América Morena II* (1977), de Geneton Moraes Neto, é possível identificar a relação do cinema experimental e do filme-ensaio como uma viagem ensaística e editorial, a partir do ciclo super-8.

A relação dessas artes, que se mistura com a política e provoca as mais variadas reflexões, se faz evidenciada em toda a narrativa fílmica. A junção delas faz com que o subjetivismo alcançado adquira novas formas de interpretações. O que seria, à primeira vista, apenas um filme de viagem, adquire um novo significado: um relato histórico de resistência.

Ao entender que as obras foram montadas de forma intencional e que, na música, encontra-se uma maneira que seja capaz de desviar a atenção de qualquer caráter considerado subversivo pelo regime, é possível notar que toda a obra é uma maneira de manifestar-se sobre a situação política do país. Sendo assim, percebe-se a importância em analisar cada vez mais obras experimentais dentro de contextos históricos específicos para entender mais sobre o fazer cinematográfico e a importância dele para compreensão de lugar e do eu dentro de um cotidiano.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Luciana Carla de. **O experimental no super-8 brasileiro: um estudo sobre o corpo, a cidade e a metalinguagem**. Recife: O Autor, 2012.

CORRIGAN, Timothy. **O filme-ensaio: desde Montaigne e depois de Marker**. Trad. Luís Carlos Borges. Campinas, SP: Papirus, 2015. (Coleção Campo Imagético).

CUNHA, Paulo; FARACHE, Ana. **Geneton: viver de ver o verde mar**. Recife: Cepe, 2019.

FRANCISCO, Wagner de Cerqueira e. História do Paraguai. **Brasil Escola**. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historia-da-america/historia-paraguai.htm>. Acesso em 23 set. 2022.

GARCIA, T. C.; Abílio Manoel e a ola latinoamericanano Brasil dos anos de 1970. **Música Popular em Revista**, Campinas, ano 4, v. 1, p. 68-84, jul.-dez. 2015.

GOMES, Caio S. **Quando um muro separa, uma ponte une: conexões transnacionais na canção engajada na América Latina (anos 1960/70)**. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

MANSUR, Amanda. **A brodagem no cinema pernambucano**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, 2019.

MORAES NETO, Geneton. **Expedições à noite morena: em defesa de um cinema vadio**. Recife: Contraluz, 2021.

NOGUEIRA, Amanda. **O novo ciclo de cinema em Pernambuco: a questão do estilo**. Recife: Editora UFPE, 2010.

NOGUEIRA, Luís. **Manuais de Cinema II: Gêneros Cinematográficos**. Covilhã: Livros LabCom, 2010.

NOVARO, Marcos; PALERMO, Vicente. **A Ditadura Militar Argentina 1976-1983: do golpe de Estado à restauração democrática**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2007.

PORFÍRIO, Francisco. O que é racismo?. **Brasil Escola**. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/o-que-e/o-que-e-sociologia/o-que-e-racismo.htm>. Acesso em 26 de setembro de 2022.

PRADO, Luiz. Cinema experimental no Brasil rachou estéticas, formas e conteúdos. **Jornal da USP**, 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/cultura/cinema-experimental-no-brasil-rachou-esteticas-formas-e-contenidos/>. Acesso em: 26 set. 2022.

PUGLIA, Leonardo Seabra; VIANNA, Luiz Jorge Werneck. **O Cinema em Pernambuco**. Dissertação de Mestrado - Departamento de Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2015.

SILVA, Daniel Neves. Ditadura militar chilena. **Brasil Escola**. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historia-da-america/ditadura-chilena.htm>. Acesso em 23 set. 2022.

SILVA, Daniel Neves. **Uruguai: Memória e Resistência**. Disponível em: https://paineira.usp.br/memresist/?attachment_id=70.htm. Acesso em 23 de setembro de 2022.

Data de recebimento: 07/08/2022

Data de aceite: 26/09/2022



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.

Texto da Licença: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Ensaaios visuais

Eu Entre Nós

Me Among Us

TABARANÃ, Ana Clara da Silva¹

Universidade Federal de Pernambuco,
Caruaru, PE, Brasil

LIMA, Paula Beatriz Da Silva²

Universidade Federal de Pernambuco,
Caruaru, PE, Brasil

SINOPSE

Este ensaio visual apresenta uma narrativa que observa dois cenários em torno de formatos distintos de expressão política: o coletivo e o privado. O nome atribuído ao ensaio, *Eu entre nós*, se refere a como nos manifestamos coletivamente e, também, na intimidade do nosso dia a dia.

As imagens que compõem o primeiro momento deste ensaio visual foram feitas durante um ato realizado em Bezerros, cidade do Agreste de Pernambuco, que tinha o intuito de demonstrar o descontentamento da população em relação às ações presidenciais. Para representar a oposição que fazem ao atual governo, elas utilizam cartazes, roupas e cores características quando vão às ruas.

A identificação entre as pessoas apresentadas na primeira fase pode ser percebida a partir do seu desejo de posicionamento coletivo. Quando o ato de se colocar contra um determinado candidato as une, tornando-as uma grande unidade, mesmo que cada uma delas tenha suas singularidades. Em um primeiro momento, é exatamente esse coletivo singular que será apresentado através das imagens.

Mas o exercício de se manifestar politicamente não se restringe ao espaço coletivo. As escolhas e atitudes diárias — muitas vezes consideradas rotineiras e pouco

¹ Graduanda do curso de comunicação social. Email: clara.tabarana@ufpe.br. Lattes: <https://lattes.cnpq.br/9430953419400445> Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2523-7621>

² Graduanda do curso de comunicação social. Email: paula.bslima@ufpe.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7585767770804898> Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3208-9954>

importantes — influenciam no nosso futuro e demonstram nossa posição em relação à política e é nisso que focamos na segunda fase deste trabalho, ao acompanhar uma das manifestantes para apresentar, em uma narrativa intimista, algumas das suas manifestações políticas individuais e privadas.

Quando seguimos até a intimidade da casa onde ela mora, com essa transição, é possível notar a individualidade a partir de suas escolhas pessoais, que podem ou não, ser o que se espera ao observá-la no papel de *nós*.

As imagens escolhidas passeiam por essas narrativas de uma forma que compõem uma história de uma pessoa que se mostra no privado em um formato singular. As cores se tornam menos vibrantes, distantes do calor da rua. As imagens com baixa exposição transmitem a sensação de privacidade, mas, ainda assim, elementos que a colocam em comunidade estão presentes nas fotografias, sempre um pouco mais iluminados que os demais componentes das imagens.

Palavras-chave: política; manifestação; narrativa; jornada

Synopsis:

This visual essay presents a narrative that observes two scenarios around different formats of political expression: the collective and the private. The name given to the essay, *Me among us*, refers to how we manifest ourselves collectively and also in the intimacy of our daily lives.

The images that make up the first moment of this visual essay were made during an act held in Bezerros, a city in the Agreste region of Pernambuco, which aimed to demonstrate the population's discontent with the presidential actions. To represent their opposition to the current government, they use posters, clothes and characteristic colors when they take to the streets.

The identification among the people presented in the first phase can be perceived from their desire for collective positioning. When the act of standing against a certain candidate unites them, making them a great unit, even if each of them has its singularities. At first, it is exactly this singular collective that will be presented through the images.

Dossiê: **Linguagens Políticas**

Revista Crises, v. 2, n. 2, novembro de 2022.

<https://doi.org/10.51359/2763-7425.2022.255769>

<https://periodicos.ufpe.br/revistas/crises>

But the exercise of expressing oneself politically is not restricted to the collective space. Daily choices and attitudes — often considered routine and unimportant — influence our future and demonstrate our position in relation to politics and that is what we focus on in the second phase of this work, when accompanying one of the protesters to present, in an intimate narrative, some of its individual and private political manifestations.

When we go to the intimacy of the house where she lives, with this transition, it is possible to notice the individuality from her personal choices, which may or may not be what is expected when observing her in the role of us.

The chosen images walk through these narratives in a way that composes a story of a person who shows himself in private in a unique format. The colors become less vibrant, away from the heat of the street. The images with low exposure convey a sense of privacy, but even so, elements that put it in community are present in the photographs, always a little brighter than the other components of the images.

Keywords: policy; manifestation; narrative; journey





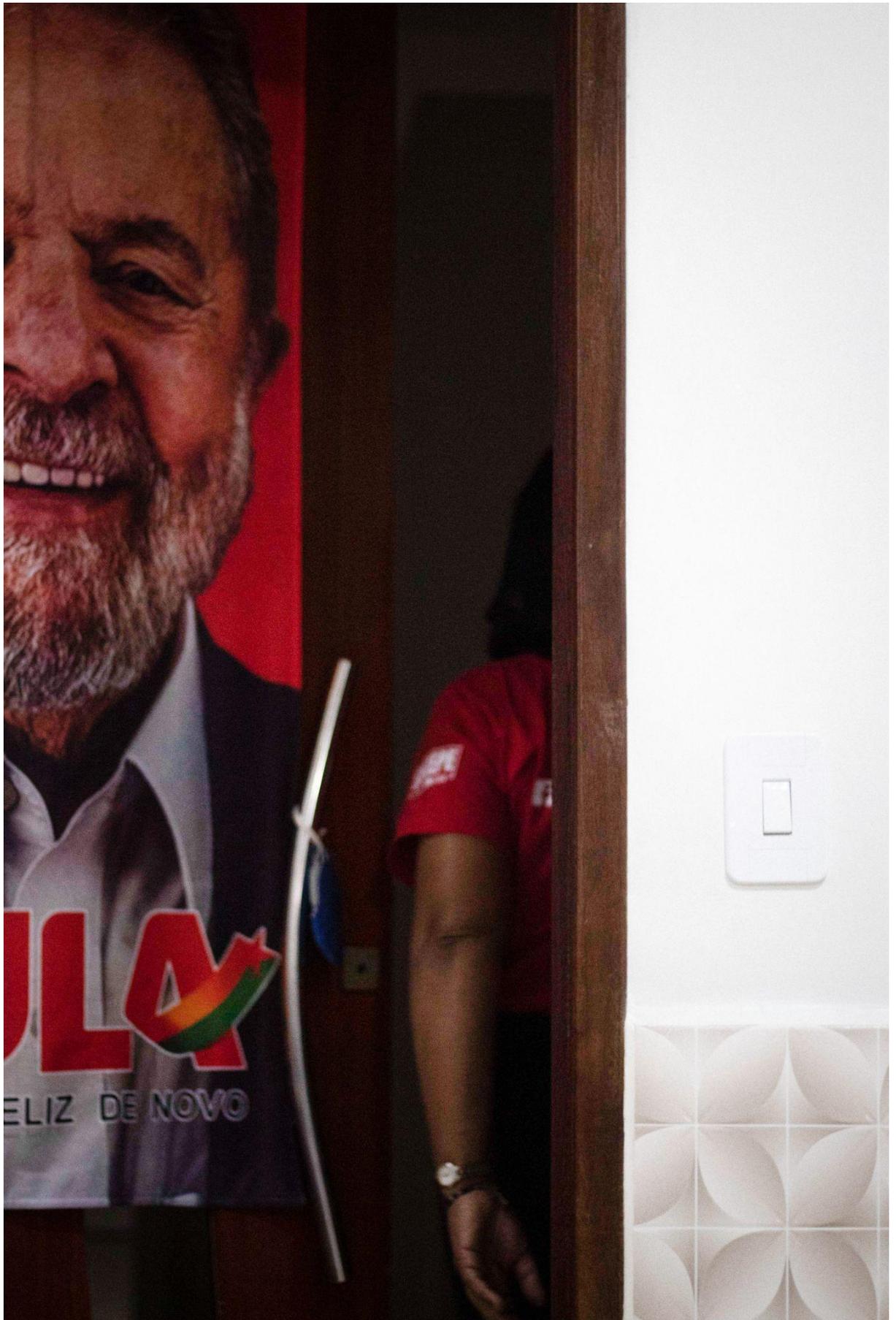


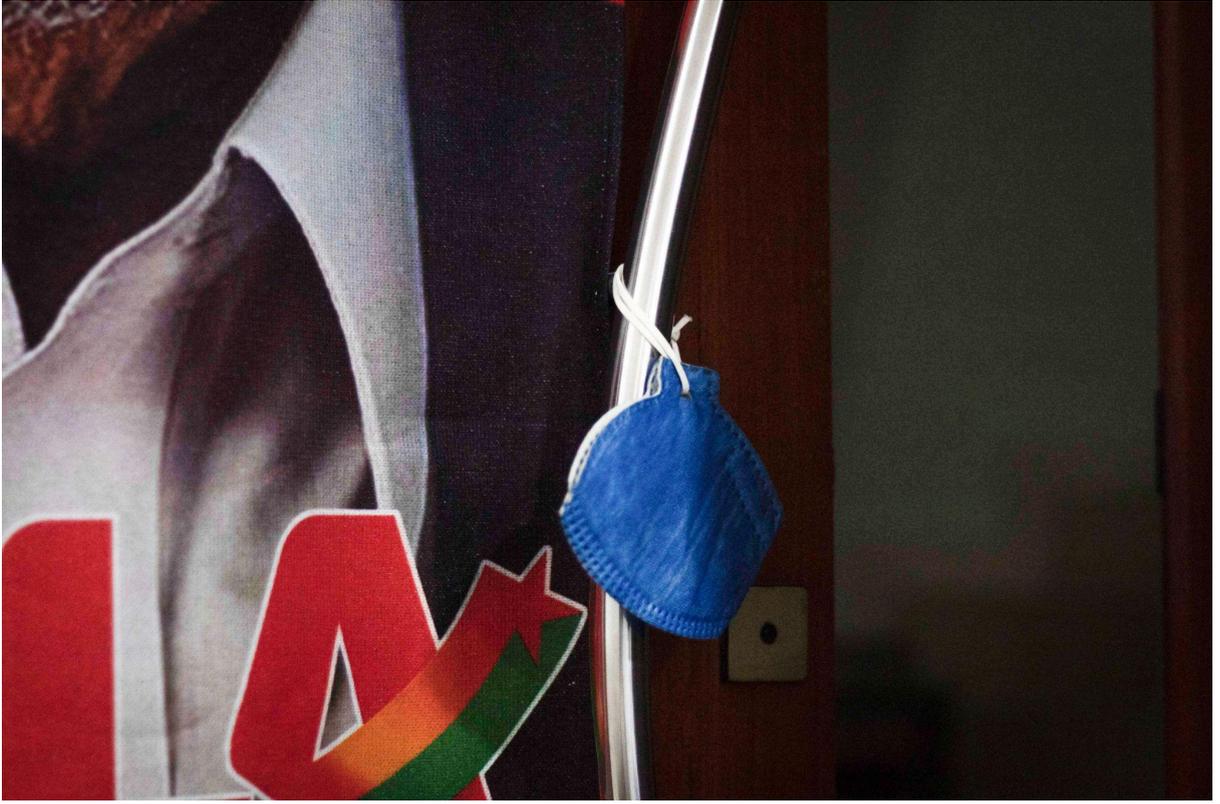


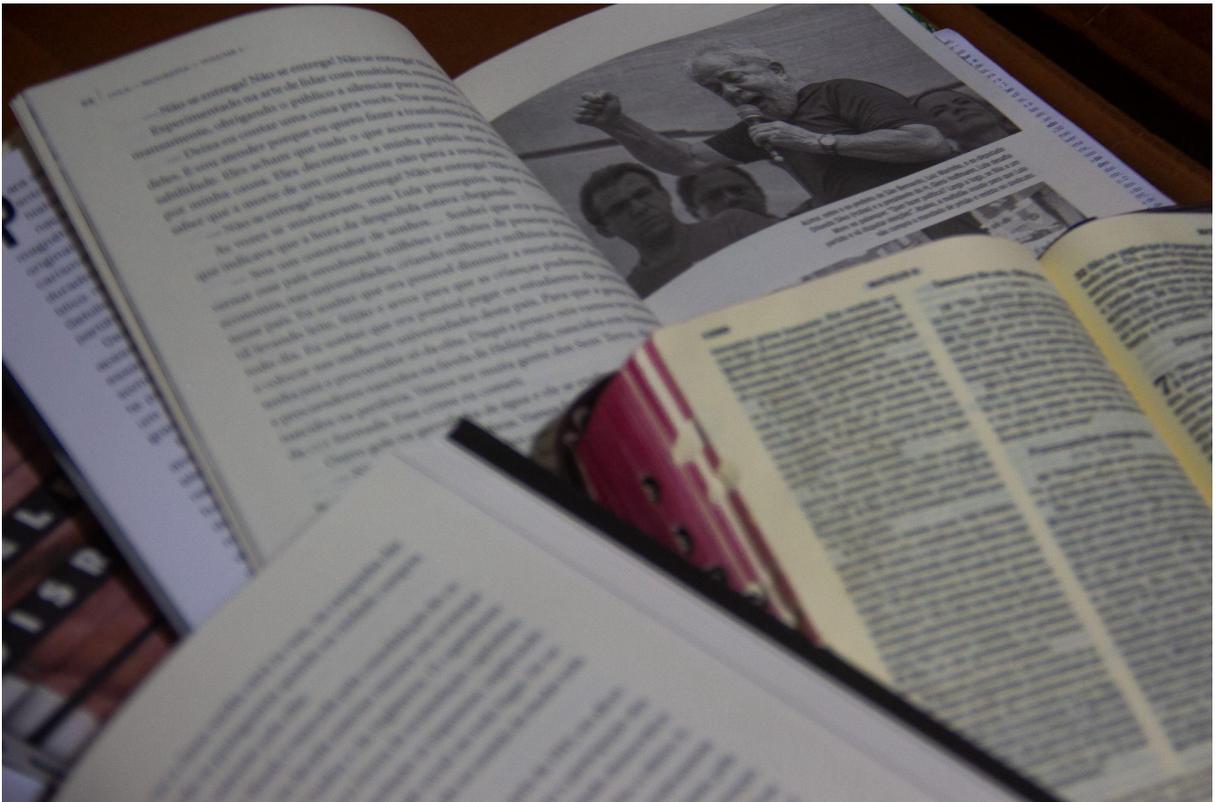


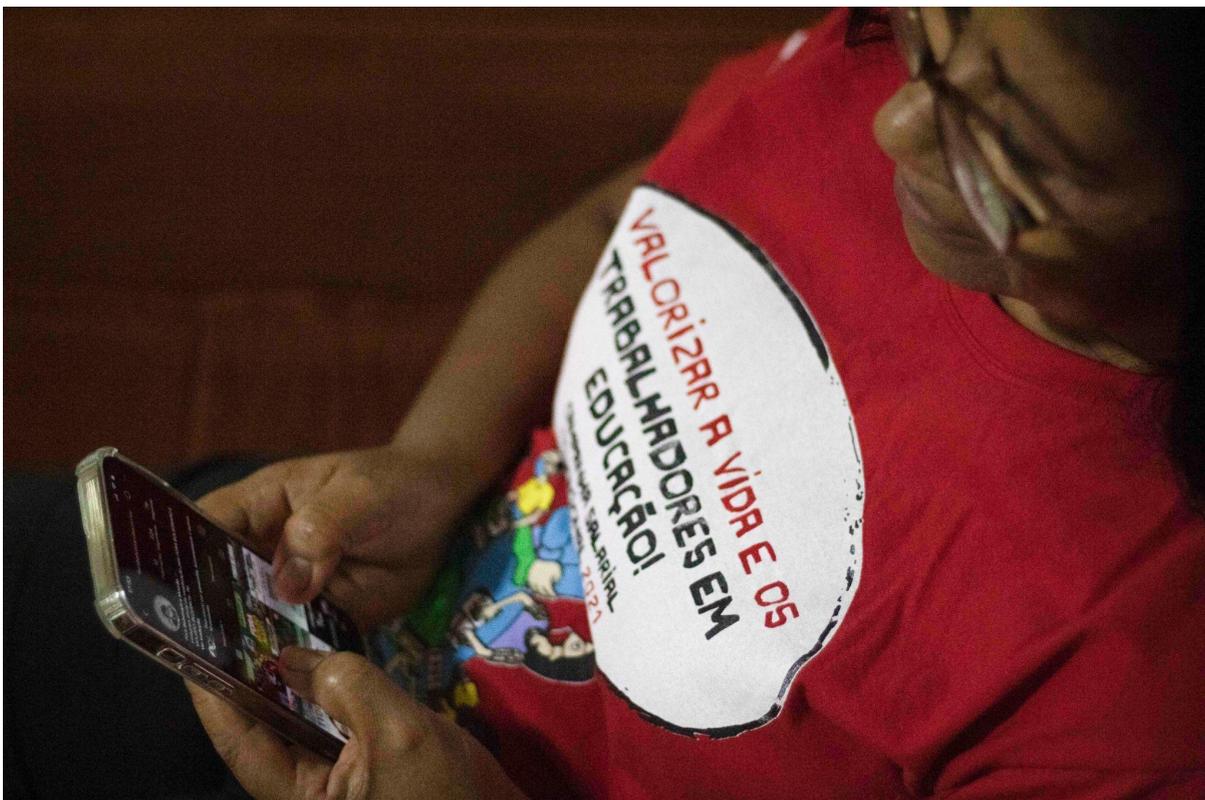












Data de recebimento: 02/08/2022

Data de aceite: 29/09/2022



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons
Atribuição 4.0 Internacional.

Texto da Licença: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Carta à cultura

Letter to culture

LEITE, Daniele Cristina Santos¹

Universidade Federal de Pernambuco,
Caruaru, PE, Brasil

CARVALHO, Dayane Jeniffer Silva²

Universidade Federal de Pernambuco,
Caruaru, PE, Brasil

SINOPSE

Olá!

Me chamo Dayane, sou natural de Caruaru, Pernambuco, um pedacinho de terra no agreste pernambucano conhecido como “A Capital do Forró” e que tem seu ápice cultural durante o mês de junho. Como cidadã caruaruense, o São João sempre foi uma data importante para mim. Fazia questão de participar das quadrilhas juninas do meu colégio. Alugar vestido, sapato, tiara, faixa e preparar todos os detalhes para o momento da minha apresentação faziam parte dos gastos anuais da minha mãe. Desde do ensino médio, não dancei mais em quadrilhas e aquela paixão foi esfriando e se fixou como um marco de uma infância e adolescência.

Após esse período, a dança continuou muito ligada a mim. Meu interesse nunca foi me profissionalizar nessa área, mas apenas deixar meu físico me guiar em uma zona que eu ia explorando a cada dia. Eu buscava por um desafio ao mesmo tempo físico e social. Em abril de 2022, resolvi começar os ensaios e não esperava que uma mera

¹ Graduanda no curso de Comunicação Social do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: daniele.cristina216@gmail.com Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5296113680520956>.
Orcid:<https://orcid.org/0000-0001-5864-1474>.

² Graduanda no curso de Comunicação Social do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: dayanejeniffer2@gmail.com Lattes: <https://lattes.cnpq.br/1916651370221930>.
Orcid:<https://orcid.org/0000-0003-0516-7312>.

vontade fosse se transformar em um dever. Os meus fins de semana foram tomados, meu dinheiro destinado a comprar maquiagens, figurino e pagar passagem entre uma cidade e outra. Foram incontáveis as vezes em que eu tremia de tristeza e raiva, pensando no sufoco que eu estava me metendo. No entanto, eu não conseguia sair. Nas apresentações há uma completa entrega, um envolvimento e um propósito que só quem compartilha do amor por uma quadrilha junina pode enxergar. A luta para manter essa tradição era diária, e coletiva.

Conto hoje minhas agonias, mas eu não era a única ali. Com mais de 50 pessoas envolvidas (entre dançarinos e apoio técnico), os problemas econômicos e pessoais também apareceram para elas. Uma vontade superior de fazer a cultura acontecer e ser expandida para outros locais podia ser enxergada no olhar de cada um, inclusive no meu.

Mais do que nunca, hoje sei o peso que é manter uma tradição cultural sem apoio do governo e dependendo de um fio forte, porém estreito, chamado amor. E agora faço parte dessa Flor. Ela brotou e se enraizou no meu peito, mostrando que fazer arte é principalmente se deixar levar.

Palavras-chave: dança; quadrilha junina; São João; cultura

SYNOPSIS

Hi!

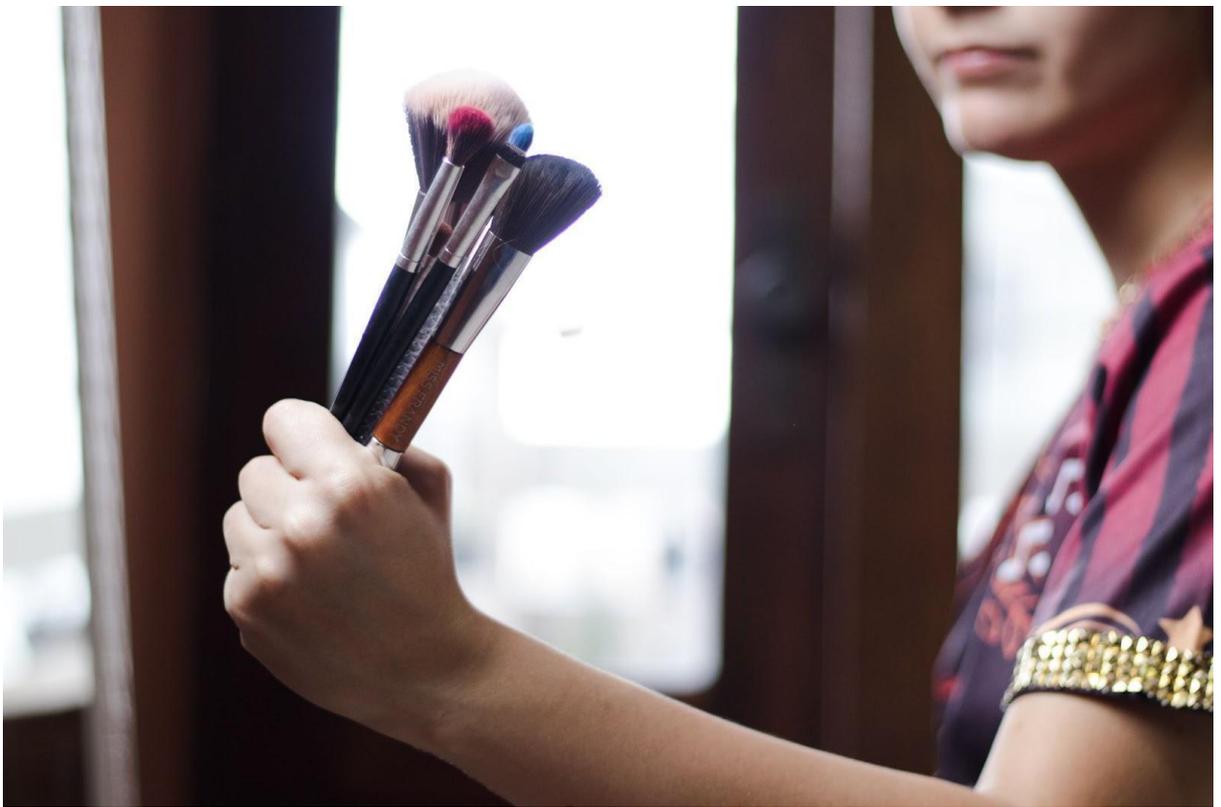
My name is Dayane, I am from Caruaru, Pernambuco, a little piece of land in the Pernambuco countryside known as “The Capital of Forró” and which has its cultural peak during the month of June. As a citizen of Caruaru, São João has always been an important date. I made a point of participating in the quadrilhas of my school. Renting a dress, shoes, tiara, sash and preparing all the details for the moment of my presentation was part of my mother's annual expenses. Since high school, I haven't danced in quadrilhas anymore and that passion has cooled down and established itself as a milestone in childhood and adolescence.

After that period, the dance remained very connected to me. My interest has never been to professionalize myself in this area. But, it was always about letting my physique guide me into a zone that I was discovering every day. And in 2022, I was looking for a physical and social challenge. In April of the same year I decided to start rehearsals and did not expect that a mere wish would turn into a duty. My weekends were taken away, my money destined to buy make-up and costumes and pay for the passage from one city to another. There were countless times I trembled with sadness and anger, thinking about the suffocation I was getting myself into. However, I couldn't get out. In the presentations there is a complete delivery, an involvement and a purpose that only those who share the love for a quadrilha can see. The struggle to maintain this tradition was daily, and collective.

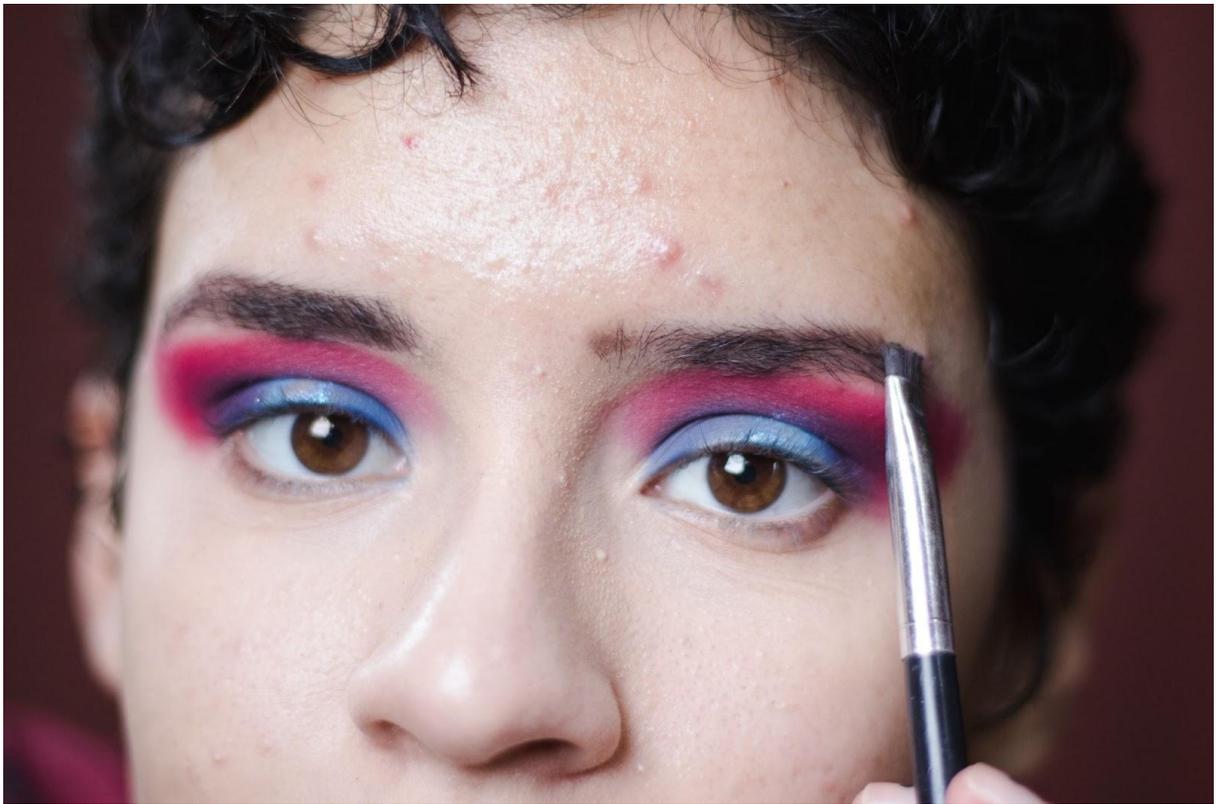
I count my agonies today, but she was not the only one. With more than 50 people involved (between dancers and technical support), economic and personal problems also appeared for them. A superior will to make the culture happen and be expanded to other places could be seen in the eyes of each one. Including mine.

More than ever, today I know the weight of maintaining a cultural tradition, without government support and depending on a strong, but narrow thread, called love. And now I'm part of that Flor. It sprouted and took root in my chest, showing that making art is mainly about letting yourself go.

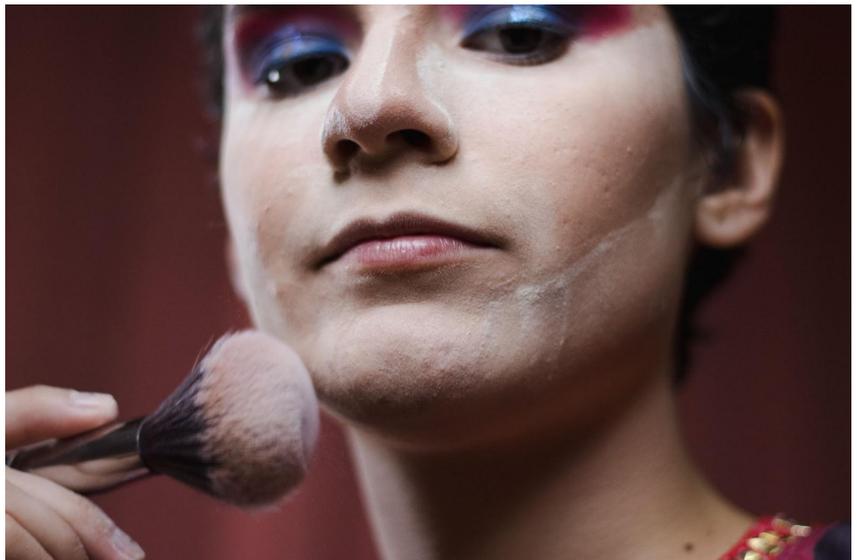
Keywords: dance; quadrilha junina; São João; culture







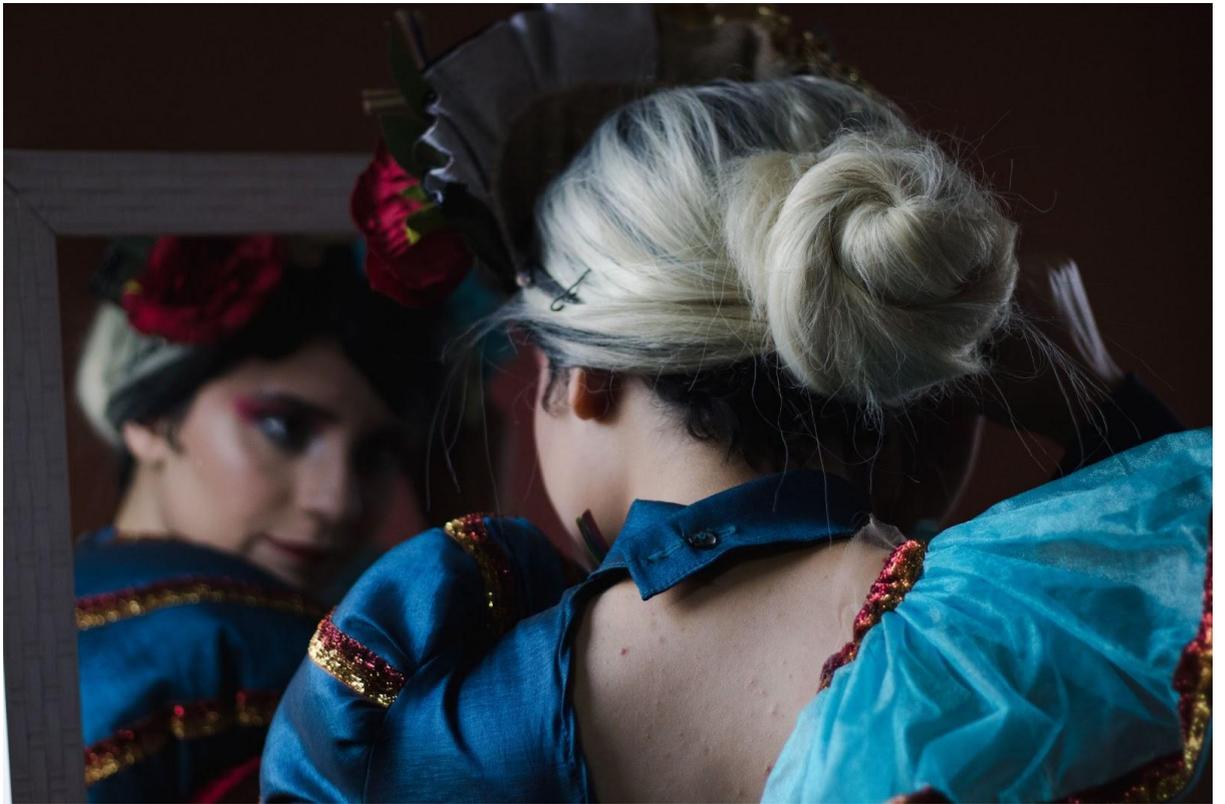


























Data de recebimento: 02/08/2022

Data de aceite: 29/09/2022

Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons
Atribuição 4.0 Internacional.

Texto da Licença: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

Esperando chegar

Waiting to arrive

LEITE, Daniele Cristina Santos¹

Universidade Federal de Pernambuco,
Caruaru, PE, Brasil

SINOPSE

Foi na tarde de quarta-feira, no bairro das Rendeiras, Caruaru, Pernambuco, que seu Adelmo nos convidou para conhecer os seus sonhos. Eram sonhos que ele construiu para o seu neto, mas que também poderiam ser os meus e os seus. Apesar de não conseguir mudar a realidade do mundo como desejava, ele tenta transformar o seu redor segurando o potinho de tinta e com muita disposição. Como sucateiro, recolhe os restos dos sonhos de outras pessoas e cria novos objetos que decoram a hamburgueria Bruno's Burger. É criando esses objetos que seu Adelmo ocupa a maior parte do seu tempo, seja dando uma nova cara a algo que parecia não ter mais utilidade ou consertando coisas, que pelo desuso, acabam quebrando em sua hamburgueria. Antes, esse local era conhecido por ser o antigo terminal de ônibus do bairro; recebia visitas de passageiros que apareciam todos os dias no mesmo horário para evitar atrasos no trabalho. Dessa época restaram poucos registros, mas eles foram o suficiente para que flamejasse no íntimo de seu Adelmo a vontade de mudar. Hoje, aparentemente vazio e abandonado, esse local aguarda ansiosamente o dia em que irá receber visitantes que possam saborear seus deliciosos lanches pagando um preço justo e popular. Quem passa pela rua recebe de cara uma mensagem que nos lembra de que é possível mudar a própria realidade, quando se muda a comunidade ao seu redor. Mas, enquanto o seu sonho não fica pronto, permanecemos esperando o dia em que poderemos visitar esse

¹ Graduanda do curso de comunicação social. Email: daniele.leite@ufpe.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5296113680520956> Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5864-1474>.

local mágico que possui um cheiro e sabor revigorantes de esperança. A proposta do ensaio visual elaborado é apresentar ao leitor o personagem responsável por construir um espaço mítico, carregado de significados e lembranças, através do qual anseia ajudar a comunidade em que vive.

Palavras-Chave: Narrativa visual; comunidade; política; sucateiro

SYNOPSIS

It was on Wednesday afternoon, in Rendeiras district, Caruaru, Pernambuco, when sr. Adelmo invited us to get to know his dreams. They were dreams he built for his grandson, but they could also be mine and yours. Despite not being able to change the reality of the world as he wished, he tries to transform his surroundings by holding the paint pot and with a lot of disposition. As a scrap dealer, he collects the remains of other people's dreams and creates new objects that decorate Bruno's Burger restaurant. It is by creating these objects that sr. Adelmo spends most of his time, either giving a new face to something that seemed to have no more use or fixing things, which, due to disuse, end up breaking in his hamburger shop. In the past, this place was known for being the old bus terminal of the neighborhood, where it received visits from passengers who showed up every day at the same time to avoid delays at work. There are few records left from that time, but they were enough to ignite in his Adelmo the will to change. Today, apparently empty and abandoned, this place anxiously awaits the day when it will receive visitors who can taste its delicious snacks at a fair and popular price. Anyone who walks down the street receives a message that reminds us that it is possible to change reality itself, when the community around them changes. But while your dream is not ready, we will remain waiting for the day when we can visit this magical place that has an invigorating smell and taste of hope.

The purpose of the elaborate visual essay is to introduce to the reader the character responsible for building a mythical space, full of meanings and memories, in which he yearns to help the community that he lives in.

Keywords: Visual narrative; community; policy; scrap buyer

















AJUDE A
DESENVOLVER A
SUA COMUNIDADE.
/ COMPRE NO
COMERCIO LOCAL

Data de recebimento: 02/08/2022
Data de aceite: 29/09/2022



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons
Atribuição 4.0 Internacional.
Texto da Licença: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Em constante movimento

In constant movement

PONTES NETO, Valdeми Tavares de¹

Universidade Federal de Pernambuco,
Caruaru, PE, Brasil

SINOPSE

O ensaio visual a seguir surge a partir da ideia de retratar fragmentos da jornada de uma pessoa normal que está sentindo na pele as consequências do Brasil em 2022: pós pandemia e durante um péssimo governo que não representa a maior parte do povo que é quem tem essa rotina retratada nas fotografias.

Os locais escolhidos para capturar essas imagens tem o intuito de mostrar que somos seres políticos até nas ações mais simples do nosso dia-a-dia, como sair de casa para pegar um ônibus, a comida que a gente come, as condições de trabalho, moradia e até no ar que respiramos, é muito importante que todos entendam que tudo isso são pautas decididas pela política e não dá para se abster dessas discussões já que elas nos afetam diretamente. Vale a pena pensar também até quando vamos deixar essas pessoas que não sabem nem um terço da nossa realidade decidirem por nós.

Outro ponto muito importante para a narrativa é a questão do movimento que está presente de forma implícita e explícita em muitas imagens para mostrar que, apesar de todas as adversidades ocorridas no dia a dia, a vida continua se movimentando e resistindo; o movimento é necessário para não se abater diante de todo esse sentimento de insegurança constante e todos os absurdos que estamos passando nos últimos tempos. Enquanto não concretizarmos esse desejo de paz, amor e liberdade de tudo que nos limita na nossa realidade, seguiremos em constante fluxo superando todos os problemas da melhor maneira possível.

¹ Graduando do curso de Design. Email: valdeми.pontes@ufpe.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5617970125511141>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1847-4792>.

Palavras-chave: Movimento; política; comunidade

SYNOPSIS

The following visual essay arises from the idea of portraying fragments of the journey of a normal person who is feeling in their skin the consequences of Brazil in 2022 post pandemic and during a terrible government that does not represent most of the people who have this routine portrayed in the photographs.

The places chosen to capture these images aim to show that we are political beings even in the simplest actions of our daily lives, like leaving home to catch a bus, the food we eat, the working conditions, housing, and even the air we breathe, it is very important that everyone understands that all of this is decided by the policy and we can not just abstain from these discussions since they affect us directly. It is also worth thinking about how long we will let these people, who do not know a third of our reality, decide for us.

Another very important point for the narrative is the issue of the movement that is present in an implicit and explicit way in many images to show that, despite all the adversities that occur on a daily basis, life keeps moving, surviving, and resisting; the movement is necessary in order not to get down in front of this constant feeling of insecurity and all the absurdities we have been going through lately. While we do not realize this desire for peace, love, and freedom from everything that limits us in our reality, we continue in a constant flow, overcoming all the problems in the best possible way.

Keywords: Movement; politics; community

















Data de recebimento: 02/08/2022

Data de aceite: 29/09/2022

Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons
Atribuição 4.0 Internacional.

Texto da Licença: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Céu Azul, Terra vermelha

Blue Sky, Red Earth

SILVA, Ythalla Maraysa da¹

Universidade Federal de Pernambuco,
Caruaru, PE, Brasil

Sinopse

Apresento aqui uma imersão visual em que busco refletir sobre a memória e os afetos. Apoio-me em mulheres que perpassam o meu caminho, algumas ainda em vida e outras já em espírito. Trago objetos que representam fé, espiritualidade, força, resistência, liberdade, o amor e a criança que se faz sempre presente em nós.

Nelas me reconheço enquanto mulher com nossa liberdade, dores e anseios, indo à luta todos os dias, por uma vida digna diante desse sistema opressor. Devemos reconhecer que estamos em maioria e que temos em mãos o poder da mudança.

A partir de agora vamos ter que construir o Brasil, cidade, bairro, espaço singular que a gente imagina. Trabalhar os afetos potentes que nos dão capacidade de articulação, de ir à luta. Não deixar que o medo e o ódio se tornem o principal afeto político, nos privando de nos expressar politicamente. Trazer à tona a nossa força e nossa energia de criança, ativar em nós o poder da imaginação e da utopia.

Ter em mente que temos o direito ao sonho, que podemos encontrar meios de construir o lugar em que queremos viver. Que o céu sempre será azul para aqueles que entenderem o poder de uma pequena ação e que a terra sempre será vermelha para aqueles que respeitam o sangue que desce entre nossas pernas.

Palavras-chave: fotografia; política; mulheres; afetos; Brasil

Synopsis

¹ Graduanda do curso de Design. Email: ythalla.maraysa@ufpe.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5541461085178652>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7708-7042>.

I present here a visual immersion that I seek to reflect on memory and affections. Here, I rely on women who cross my path, some still alive and others already in spirit. I bring objects that represent faith, spirituality, strength, resistance, freedom, love and the child that is always present in us.

In them, I recognize myself as a woman with my pains and anxieties fighting every day for a dignified and quality life in the face of this oppressive system. Recognize that we are in the majority and that we have the power of change in our hands.

From now on we will have to build Brazil, city, neighborhood, unique space that we imagine. Working on the powerful affects that give us the ability to articulate, to fight. Not letting fear and hatred become the main political affect, depriving us of expressing ourselves politically. Bring out our strength and our child energy, activate in us the power of imagination and utopia.

Bear in mind that we have the right to dream, that we can find ways to build the place we want to live. That the sky will always be blue for those who understand the power of a small action and that the earth will always be red for those who respect the blood that runs between our legs.

Keywords: Photography; politics; women; affections; Brazil





ria, Rosalina, Conceição, Josefa, Tintina, Lucinda, Irene, Vanja, Vilma
Istina, Lays, Mara, Jemyffer, Maristela, Marinaiva, Nara, Fátima, Mera,
nha, Helena, Pinta, Julha, Larissa, camila, Gisela, Sôfia, Margarida, S
tícia, Mariana, Evania, Michelle, Gabriella, Alexandra, Paula, Palloma
anda, Joyce, Vitória, Laura, Luana, Cecília, Joana, Morgana, Jessica, F
niela, Juliana, Rainara, Crislayne, Ismaela, Verônica, Mellissa, Vanda
nha, Rosa, Bêca, Nathalia, Carol, Ana, Raíssa, Miriam, Jussara, Yara, Aq
ina, Taynã, Rebeca, Barbára, Caetana, Raiane, Débora, Katia, Cláudia, Ma
yara, Nadine, Ani, Bia, Duda, Vivian, Tamires, Kezia, Vanessa, Mel, Re
rsabela, Kelly, Isabel, Beatriz, Marina, Nadja, Pilar, Dolores, Bianca
roça, Viviane, Joaquina, Suelen, Felismina, Paulina, Mônica, Margareti
antana, Santana, Flor, Jerusa, Simone, Rafaela, Ester, Lua, Tiffani, Anab
irela, Jesualda, Janaina, Ythalla, Eduarda, Filó, Fernanda, Guilhermina
Francisca, Marcia, Yasmim, Renna, Tris, Jaqueline, Morgana, Thalita, Cléc
Areta, Angela, Juliete, Katarina, Agustina, Cecília, Renata, Transida, Lu
helm, Elhá, Valentina, Lúvia, Lorena, Maya, Escariote, Lara, Sarah, Agat
Vibrie, Emily, Bella, Clarice, Jade, Fernanda, Maru, Penrola, Ariete, A
Cora, Benedita, Tânia, Rute, Vera, Celeste, Carmem, Agatha, Anastasda











Data de recebimento: 02/08/2022

Data de aceite: 29/09/2022



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons
Atribuição 4.0 Internacional.

Texto da Licença: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Até a vitória sempre

Until victory forever

MEDEIROS, Marcus Firmo de¹

Universidade Federal de Pernambuco,
Caruaru, PE, Brasil

SINOPSE

Este ensaio aborda duas manifestações tipicamente brasileiras, o futebol e a política. Apesar de terem estruturas e histórias diferentes, apresentam um fator comum: envolvem uma paixão incondicional. Os clubes de futebol têm em sua maioria idade centenária, diferentemente dos partidos políticos no Brasil, que não sobreviveram a rupturas sofridas durante a história. Tais rupturas ocorreram na implantação da República, em 1889; na Revolução de 1930; durante o período do Estado Novo, que durou de 1937 a 1945, com a ditadura de Getúlio Vargas que promoveu a supressão dos partidos políticos; e, finalmente, durante o período da Ditadura Militar, de 1964 a 1981, em que vigorou um bipartidarismo artificial.

Atualmente, existem 656 clubes de futebol profissional no Brasil registrados na FIFA, o que o credencia como país com maior quantidade de clubes registrados no mundo. O segundo colocado é o México, com apenas 245 equipes. Em paralelo a isso, hoje existem um total de 32 partidos políticos registrados no Tribunal Superior Eleitoral - TSE.

Tanto para o torcedor quanto para o eleitor, o que realmente importa é a vitória sempre. Isto independe da capacidade ou merecimento do seu time do coração ou do candidato ao cargo público. Essa atitude em relação ao futebol não trará problemas para o torcedor apaixonado, mesmo que seu time jogue mal, por falta de capacidade dos jogadores ou imperícia do técnico. Ao passo que um mau político pode afetar a vida de toda uma comunidade negativamente, trazendo consequências no futuro.

¹ Graduando do curso de Design. Email: marcus.medeiros@ufpe.br. Lattes: <https://lattes.cnpq.br/4296906277296142> Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8272-0479>

O título deste ensaio reproduz a frase do líder revolucionário Ernesto “Che” Guevara (1928-1967): “Hasta la victoria siempre”. Esta frase se tornou famosa após uma carta escrita pelo revolucionário ser lida em público pelo líder cubano Fidel Castro, em 1965. Porém, anos depois, o Che comentou com sua esposa sobre “o quanto ele se arrependia de seu erro” de pontuação na carta que enviou a Fidel. A maneira correta seria “até a vitória, sempre pátria ou morte”.

Fica a reflexão: a vitória nem sempre vem.

Palavras-chave: política; futebol; paixão; fotografia

SYNOPSIS

This essay addresses two typically Brazilian manifestations, football and politics. Despite having different structures and histories, they have a common factor: they involve an unconditional passion. Soccer clubs are mostly centenary, unlike political parties in Brazil, which have not survived the ruptures suffered during history. Such ruptures occurred in the establishment of the Republic, in 1889; in the Revolution of 1930; during the Estado Novo period, which lasted from 1937 to 1945, with the dictatorship of Getúlio Vargas, which promoted the suppression of political parties; and, finally, during the period of the Military Dictatorship, from 1964 to 1981, in which an artificial bipartisanship prevailed.

Currently, there are 656 professional soccer clubs in Brazil registered with FIFA, which makes it the country with the highest number of registered clubs in the world. The second place is Mexico, with only 245 teams. In parallel to this, today there are a total of 32 political parties registered with the Superior Electoral Court - TSE.

For both fans and voters, what really matters is always winning. This does not depend on the ability or worthiness of your heart team or the candidate for public office. This attitude towards soccer will not cause problems for the passionate fan, even if their team plays poorly, due to the lack of ability of the players or the incompetence of the coach. While a bad politician can affect the life of an entire community negatively, with consequences in the future.

Dossiê: **Linguagens Políticas**

Revista Crises, v. 2, n. 2, novembro de 2022.

<https://doi.org/10.51359/2763-7425.2022.255770>

<https://periodicos.ufpe.br/revistas/crises>

The title of this essay reproduces the phrase of the revolutionary leader Ernesto “Che” Guevara (1928-1967): “Hasta la victoria siempre”. This phrase became famous after a letter written by the revolutionary was read in public by Cuban leader Fidel Castro in 1965. However, years later, Che commented to his wife about “how much he regretted his mistake” in punctuation in the letter. which he sent to Fidel. The correct way would be "until victory, always fatherland or death".
Behold: victory doesn't always happen.

Keywords: politics, soccer, passion, photography















































Data de recebimento: 03/08/2022
Data de aceite: 23/09/2022



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons
Atribuição 4.0 Internacional.
Texto da Licença: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Resenhas críticas

Entre a sensibilidade e o embate: a linguagem política em *Solo para Vialejo*, de Cida Pedrosa

Between sensitivity and clash: political language in Solo para Vialejo, by Cida Pedrosa

VILA NOVA, Gabriel Gomes¹

Universidade Federal de Pernambuco,
Caruaru, PE, Brasil

Solo para Vialejo, de Cida Pedrosa, é um livro que se destaca na literatura contemporânea nacional. Isso foi confirmado quando, em 2020, o livro recebeu o prêmio de Melhor Livro de Poesia e de Livro do Ano pelo Prêmio Jabuti. O referido prêmio é o mais conceituado da literatura nacional, criado em 1959 pela Câmara Brasileira do Livro, e que se destaca em relação a outros prêmios por, além de premiar autores e livros, destacar todos aqueles e aquelas que participam da criação e produção de uma publicação literária. Dada sua tradição e diferencial, o prêmio também é uma iniciativa importante para o aquecimento do mercado editorial brasileiro.

No caso de *Solo para Vialejo*, muitos foram os pontos levantados que sustentam a premiação e fundamentam seu diferencial em relação às obras concorrentes. Entre as principais características do livro que lhe conferem o merecido destaque estão o de ser um único poema que mistura lembranças próprias da autora com uma memória coletiva de diáspora; o estilo épico da obra que se mistura com o lirismo poético; a musicalidade ora relacionada ao blues ora ao jazz presente em versos que usam a aliteração, a assonância e a repetição; a existência

¹ Graduando em Comunicação Social no Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Email: gabriel.vila@ufpe.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4277360834556738>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8006-253X>

de uma pontuação não exposta, mas insinuada; diversas referências estéticas que vão desde as mais clássicas até as mais contemporâneas. Enfim, a lista é grande. Entretanto, as questões temáticas de caráter político-social, também presentes em outras obras da autora, são abordadas no livro de uma forma singular, embora não explorada e investigada na maioria das matérias e resenhas sobre *Solo para Vialejo*. Assim, se faz ainda mais importante destacar de que forma estética e estilística a linguagem política intrínseca à obra da autora se destaca no livro.

Antes de tudo, vale pontuar a importância da participação de Cida no Movimento de Escritores Independentes em Pernambuco (MEIPE) durante a década de 80. O Movimento, considerado pela poeta como sua cidadania literária, “contribuía a partir da arte com a história política do estado” (AMARAL, 2019, p.315). Isso porque o grupo realizava reuniões entre poetas da época para recitar poemas — sempre em tons de liberdade, o que caracterizava a arte produzida pelos integrantes do grupo — em espaços abertos ao público, aproximando a poesia do povo e propondo reflexões sobre liberdade nos mais diversos campos sociais.

A atuação no movimento coincide também com a publicação dos primeiros livros de Cida, que já escancara a presença de questões de gênero e feminismo desde o *Restos do Fim* (1982), que continha o verso “Aqui jaz Maria, que em dias vermelhos deu a todos com sorriso azul” (PEDROSA, MARTINS, 1982). A partir daí, a conversa entre a sensibilidade da poesia e o embate da política passa a ser uma assinatura estilística de toda a obra de Cida.

Mas o que pode ser destacado como um diferencial na linguagem política presente em *Solo para Vialejo*? Com base no que afirma Georg Lukács, “Todo poema é uma mistura de matéria concreta e símbolo” (2017, p. 134), um dos principais diferenciais do livro é a singularidade dos símbolos trazidos por Cida Pedrosa. Isso porque são símbolos bastante íntimos da autora que estão intrinsecamente ligados às suas memórias mais tenras e também recentes, à sua história de vida, e portanto dotados de uma subjetividade particular. Toma-se por exemplo o símbolo, logo nas primeiras páginas do livro, da “calça comprida por baixo da saia” de mulheres que trabalhavam no campo como um símbolo de desigualdade de gênero, ou até o peso de se “tirar da flor a seda branca”

(PEDROSA, 2019, p. 19), diz-se aqui não somente o peso literal de se colher algodão, mas o peso de sentimentos e significados sentidos e atribuídos pela autora à imagem. Além de questões relacionadas à desigualdade de gênero e social, o livro traz à tona também símbolos relacionados à colonização, ao racismo, ao preconceito e à questão indígena.

Algumas metáforas utilizadas na poesia são cartas marcadas, como a aurora significando começo, renascimento ou esperança. Já o uso de figuras de linguagens mais originais são subjetivas de tal forma que só as vivências e memórias do poeta podem fazer assimilação da experiência com algo concreto. E eis aí outra questão que vale destacar em *Solo para Vialejo*. Os símbolos utilizados por Cida muitas vezes são íntimos de sua própria história, o que atribui intimidade e sensibilidade a questões sócio-políticas. É a junção desses aspectos simbólicos à musicalidade do poema, já destacada em fatores pontuados acima, um dos principais aspectos responsáveis por tornar o livro uma obra singular.

A temática racial é um ponto forte e reiterado de forma sensível no livro, sobretudo quando a autora começa a pegar comom matéria prima de poesia as próprias memórias que guarda de músicos negros de sua cidade natal e do preconceito do povo da cidade. Como no trecho:

“três negros em sintonia
africanidades não sabidas
quilombos interiores destruídos
girândolas dobrados e forró
tatuagens
em uma cidade
que chama o preto de azul
retinto retinto retinto ouvi muito o povo dizer
aquele negro
retinto
retinto

retinto
ouvi muito a cidade dizer
aqueles negros retintos
manuel azul e mané prego maestros negros
da cidade surda” (PEDROSA, 2019, p.70).

Neste trecho, a reiteração vocabular atribui uma sensação de que cada repetição é um golpe na autora; e é descrevendo cada golpe que a ferida é sentida também pelo leitor. Além disso, ao falar que a cidade é surda para os mestres citados, Cida tece uma relação do preconceito do povo da cidade com a incapacidade de ouvir e reconhecer a maestria dos músicos negros.

Essa repetição em três vezes de um mesmo verso, para além da musicalidade associada aos três acordes clássicos do blues, dá o andamento do ritmo da leitura do poema. Além disso, aumenta a força do símbolo, reitera seu significado e chama a atenção do leitor para os sentidos do que se diz. Como uma água que de tanto que bate perfura a pedra, é essa repetição o que ajuda a quebrar essa rigidez do leitor e o deixa também mais suscetível a sentir o que se diz, e não somente ler.

É o uso de símbolos como os citados, a metáfora, o resgate sensível da memória e as diversas outras figuras de linguagem, que justificam o texto da contracapa ao se referir a *Solo para Vialejo* como uma obra não panfletária. Isso porque na obra panfletária, a ideologia, visão de mundo ou posicionamento político toma a frente da poesia e da sensibilidade, o que não acontece neste livro. Como frisa Eduardo Cesar Maia (2022, s.p.) “as narrativas literárias não podem ser compreendidas meramente como reflexos ou representações exatas da vida social ou individual; a arte literária acrescenta algo ao mundo, algo que não existiria sem a obra”. Esse é o caminho tomado por Cida neste livro, no qual o teor político não se sobrepõe aos aspectos poéticos, pelo contrário, estes indicam um novo modo de observar os aspectos políticos sociais abordados ao longo do livro. Isto é, a forma como se diz é mais importante do que o que é dito de forma literal.

Um trecho que vale destacar como exemplo da forma com que se diz consiste no momento em que Cida, ao estabelecer o cangaço como símbolo de resistência

frente ao coronelismo e injustiças sócio-econômicas sofridas pelo sertanejo, começa a citar nomes de cangaceiros do bando de Lampião. No entanto, escreve os nomes em grupos de três, cada grupo para uma letra do alfabeto, onde o terceiro nome é frequentemente antecedido pelo conectivo “e” e com os nomes formando uma imagem espiral na página. Além do ritmo atribuído à leitura pela divisão em grupos de três e o uso do conectivo “e”, a construção de uma imagem em espiral reitera um olhar único da autora para o tema.

Além do conteúdo, o caráter estético do livro é outro diferencial. A disposição das palavras e dos versos acontecem de diversas formas, com destaque para momentos em que a organização das palavras sugere imagens, como ondas, encruzilhada e espiral, que é o caso da ocasião descrita no parágrafo anterior. Percebe-se então a influência de uma poesia concreta que não fora demonstrada pela autora em obras anteriores, aspecto que também ressalta o encontro de diversos estilos em uma mesma obra, e sobretudo, em um mesmo poema, uma vez que o livro possui um movimento contínuo, como o movimento da mente da autora ao percorrer, interpretar e poetizar sobre suas lembranças.

Além da linguagem política imbricada nos temas, estética e estilo de *Solo para Vialejo*, sua premiação por si só também é um fator político. O livro é o primeiro de Pernambuco a receber o título de livro do ano pelo Jabuti. Contudo, para além disso, também se trata de um livro de uma escritora nordestina que reside no Nordeste. Isso porque há uma dificuldade dos escritores que residem fora do eixo Rio-São Paulo de terem suas obras lidas e debatidas em escala nacional.

Solo para Vialejo também é um grito. Grita como alguém que marcha em protesto, sem parar, sem pausas ou pontuações, com direito a gritos de guerra repetidos em grupos de três. Mas também é uma marcha feita em caminhos que passam por lembranças pessoais, por memórias coletivas, por símbolos e estéticas, pela música, pela poesia e por ideais sócio-políticos. E, em *Solo para Vialejo*, esses caminhos são um só.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Clécio Juliana Gomes Pereira. **A construção de uma poética política na redemocratização do Brasil: um olhar de gênero da produção literária de Cida Pedrosa.** In: Gênero e direitos humanos em perspectiva: diálogos a partir da interdisciplinaridade. org: Fernando da Silva Cardoso. 1ed. Curitiba: Editora Prismas, 2019, p. 309-328.

LUKÁCS, Georg. **A alma e as formas.** Trad. Rainer Patriota. 1ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.

MAIA, Eduardo Cesar. **Literatura e Crítica para além das trincheiras.** 2022. Revista Continente. Disponível em: <https://revistacontinente.com.br/edicoes/255/literatura-e-critica-para-alem-das-trincheiras-> Acesso em: 23 agosto 2022.

PEDROSA, Cida e MARTINS, Eduardo. **Restos do fim.** Recife: Edição independente, 1982.

PEDROSA, Cida. **Solo para Vialejo.** Recife: Cepe, 2019.

Data de recebimento: 08/08/2022

Data de aceite: 28/09/2022



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons
Atribuição 4.0 Internacional.

Texto da Licença: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>