

Perceber a política em tempos de Facebook: o caso das eleições presidenciais no Brasil em 2014*

RODRIGO FRANCISCO DIAS**

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo refletir sobre as formas como a política é percebida no mundo contemporâneo, em um contexto no qual os meios de comunicação de massa estão cada vez mais presentes nas vidas das pessoas. Devido à abrangência do tema, escolhemos analisar um caso específico que, a nosso ver, é bastante significativo no que se refere à sensibilidade contemporânea em relação ao campo da política: a repercussão das eleições presidenciais no Brasil em 2014 nas redes sociais da internet. Acreditamos que as postagens em redes sociais como o Facebook que fazem referência à política são um instigante objeto de estudo e que dizem muito sobre o nosso tempo.

Palavras-chave: “Ascensão da insignificância”; Redes sociais; Internet; Sensibilidade; Dilma Rousseff; Aécio Neves.

Abstract: This paper aims to reflect on the ways in which politics is perceived in the contemporary world, in a context where the mass media are increasingly present in people's lives. Due to the scope of the theme, we chose to analyze a specific case that, in our view, is quite significant as regards the contemporary sensibility to the political field: the repercussion of presidential elections in Brazil in 2014 in social internet networks. We believe that the posts in social networks such as Facebook that reference the politics are an exciting subject matter and that says a lot about our time.

Key words: “Rise of the insignificance”; Social networks; Internet; Sensibility; Dilma Rousseff; Aécio Neves.

* Certamente, escrever a História do tempo presente é um desafio. Este texto foi finalizado no final de 2015, e naquele momento ainda havia uma série de incertezas quanto aos encaminhamentos do governo Dilma. O artigo que agora vem a público neste mês de maio de 2016, portanto, não possui condições para analisar os recentes desdobramentos da crise política vivida pelo Brasil, com as discussões em torno do processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff. Relendo o texto agora, há uma sensação de que ele já está defasado em relação aos recentes acontecimentos da política nacional. A escrita da História do tempo presente está sujeita a esse tipo de situação. Ainda assim, penso que o artigo continua válido quando se trata do modo como as discussões políticas são feitas nas redes sociais da internet. (Nota do autor feita em 16 de maio de 2016).



** **RODRIGO FRANCISCO DIAS** é doutorando em História pelo Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Uberlândia. Professor da Escola Estadual Messias Pedreiro (Uberlândia-MG). Integrante do Núcleo de Estudos em História Social da Arte e da Cultura (NEHAC/UFU).

As maneiras de sentir têm uma história que se revela por meio de uma hierarquia dos sentidos e se traduz pela predominância e acuidade de certos sentidos sobre outros. Durante a Idade Média, o tato foi, ao lado da audição, o sentido mais importante. Hoje, na modernidade contemporânea, perde em importância tanto para esta quanto para a visão.
(Claudine Haroche)

As palavras de Claudine Haroche que servem de epígrafe deste texto nos falam da relação entre as maneiras de sentir e as condições colocadas por cada período histórico. Assim, a modernidade contemporânea difere da Idade Média, entre outras coisas, porque hoje os sentidos que são mais acionados são a audição e a visão, em decorrência sobretudo da grande presença de mídias como rádio, TV, internet e cinema em nossa sociedade. O tato, tão importante segundo a autora na Idade Média, não é um sentido muito estimulado na contemporaneidade. Mas essa falta (ou, melhor dizendo, essa diminuição) de estímulos ao tato é percebida. Lembremos o pequeno monólogo presente no filme *Crash – No limite* (2004, direção de Paul Haggis):

É o sentido do tato. Numa cidade normal, você anda, esbarra nas pessoas; as pessoas trombam com você. Em Los Angeles ninguém te toca. Estamos sempre atrás do metal e do vidro. Acho que sentimos tanta falta desse toque, que batemos uns nos outros só para sentir alguma coisa.¹

A falta do contato com o outro apontada pelo filme está relacionada ao individualismo no mundo contemporâneo. Cada vez mais trancafiados em nossos carros, em nossas casas e em nossos quartos, o nosso contato com o mundo exterior é frequentemente feito por meio dos aparelhos de televisão, dos

computadores, dos celulares e dos *tablets*. Vemos e ouvimos as coisas, mas não as tocamos. O desenvolvimento das mídias entre o final do século XX e o início do século XXI tem diminuído a importância do tato em relação aos sentidos da visão e da audição. Estamos tão constantemente na presença de estímulos sonoros e visuais que os nossos corpos já sofrem as consequências. Os olhos cada vez precisam mais do auxílio de óculos. A perda de audição tem sido mais frequente entre os jovens, tão acostumados a viver usando fones de ouvido que tocam músicas a altos volumes.

Mas qual a consequência de tudo isso na participação das pessoas no jogo político atualmente? Pois as disputas pelo poder político nunca cessaram, os partidos ainda estão aí e de tempos em tempos são realizadas eleições onde se confrontam distintos projetos de governo. Como no Brasil, em um quadro de expansão das mídias audiovisuais – sobretudo da internet –, a política tem sido sentida/percebida pelas pessoas? Sem sombra de dúvidas, talvez esta seja uma pergunta muito ampla, e temos a convicção de que, respeitados os limites deste texto, não daremos a ela uma resposta definitiva. Assim, faremos nas próximas páginas algumas reflexões que, em nossa avaliação, poderão ser úteis na compreensão do atual estado de coisas que envolve as maneiras de

¹ Trecho transcrito diretamente do filme *Crash – No Limite*. [Transcrição nossa. Não publicado].

sentir/perceber a política na sociedade brasileira da atualidade.

Segundo Claudine Haroche,

O efeito fundamental das mídias consiste, portanto, em encorajar e desenvolver uma cultura dos sentidos e sensações, por intermédio de estímulos, e em controlar a alternância entre a capacidade de atenção e de desatenção. Em virtude de seu tipo de funcionamento, as mídias provocam e incrementam a desatenção de cada um – a ausência de reflexão, a superficialidade –, assegurando-se e aproveitando-se dela em imagens, informações, espetáculos, acontecimentos e solicitações visuais e auditivas que não requerem reflexão. Esta é passível de exprimir críticas, resistências, recusas, mas necessita de tempo. Em outras palavras, as dificuldades de perceber têm a ver com a sensação contínua e a ausência de limites e de referências sólidas e duráveis. Somos envolvidos por um fluxo contínuo no nível da percepção e outro descontínuo no nível psíquico, redundando no provisório, efêmero ou indistinto. As mídias, portanto, propõem e estimulam o descontínuo, o inconsequente, a superficialidade e sensações que incitam continuamente a busca de outras sensações sempre mais fortes e inéditas. [...] Numa palavra, as mídias deixaram de ser mediações e se tornaram produtos, fins nelas próprias. (HAROCHE, 2008, p. 211).

A quantidade de informações que chega até nós diariamente é cada vez maior. Se séculos atrás uma notícia poderia demorar meses para ser transmitida de um local “A” para um local “B”, hoje um acontecimento que ocorre no outro lado do mundo vira notícia e é comunicado a nós quase que instantaneamente. Todavia, o efeito disso é o contrário do

que muitos poderiam esperar. Não ficamos cada vez mais bem informados a respeito de tudo o que ocorre. As informações nos são transmitidas velozmente e de maneira cada vez mais superficial. Se uma notícia é interessante agora, ela logo perde o seu nível de interesse em decorrência das novas e mais atualizadas notícias que surgem a todo momento. Pensar é um exercício que requer tempo, mas como pensar de maneira mais complexa em um mundo onde tudo passa tão rápido e o tempo parece cada vez mais escasso?

Outra questão: por que, afinal, “perder tempo” *pensando*, já que tudo no mundo contemporâneo é tão efêmero? Aqui, faz-se necessário retomar algumas considerações de Cornelius Castoriadis sobre a nossa época:

O conjunto é instrumentado, utilizado por um sistema ele mesmo anônimo. Tudo isto não é obra de um ditador, de um punhado de grandes capitalistas ou de um grupo de formadores de opinião – é uma imensa corrente sócio-histórica que caminha nesta direção e faz tudo se tornar insignificante. A televisão oferece evidentemente o melhor exemplo dessa situação: um fato é colocado no centro da atualidade por 24 horas; após esse período ele se torna insignificante e deixa de existir, porque se encontrou, ou foi preciso encontrar outro fato que vai tomar o seu lugar. Culto do efêmero que exige, ao mesmo tempo, uma contração extrema: o que se denomina na televisão americana o *attention span*, a duração útil de atenção de um espectador, era de dez minutos há alguns anos, passando gradualmente a cinco minutos, a um minuto e, agora, dez segundos. O *spot* televisivo de dez segundos, considerado a mídia mais eficaz, é utilizado durante as campanhas presidenciais; é perfeitamente compreensível que

esses *spots* não contenham nada de substancial, mas sejam consagrados a insinuações difamatórias. Aparentemente, trata-se da única coisa que o espectador é capaz de assimilar, o que é, ao mesmo tempo, verdadeiro e falso. A humanidade não degenerou biologicamente, as pessoas ainda são capazes de prestar atenção a um discurso argumentativo relativamente longo; mas é igualmente verdade que o sistema e a mídia “educam” – ou seja, deformam sistematicamente – as pessoas, de maneira que não possam finalmente se interessar por alguma coisa que ultrapasse alguns segundos ou, no máximo, alguns minutos. (CASTORIADIS, 2002, p. 101).

A sucessão frenética de notícias na televisão quase não deixa tempo para que o espectador se fixe em uma delas e pense de maneira complexa a seu respeito. Uma tragédia é noticiada e atrai a atenção de todos por um tempo, mas logo em seguida uma outra notícia toma o seu lugar. A forma como usamos a internet também é um exemplo interessante dessa “ascensão da insignificância” da qual nos fala Castoriadis. Na tela do computador, mantemos abertas ao mesmo tempo várias “janelas”, cada uma exibindo um site, e ficamos passando de uma para outra, quase sem parar. A todo momento aparecem *links* diversos e vamos clicando em vários, mas se de repente aparece no monitor um texto mais longo, fechamos aquela janela rapidamente. Em uma única tarde navegando na *web*, no intervalo de tempo de apenas alguns segundos nós vamos de notícias sobre alguma tragédia ambiental a informações sobre a nova turnê de uma banda de rock ou um vídeo motivacional.

Vejamos o exemplo do site *dose.com*, criado por Emerson Spartz, um empreendedor de mídias sociais e

criador de diversos websites. O *dose.com* é um site que compartilha fotos, vídeos e listas sobre os mais variados assuntos. Por ser uma página chamativa e de fácil navegação, o *dose.com* é capaz de fazer o internauta passar várias horas clicando e lendo o conteúdo do site. Spartz lucra com a página por meio das propagandas que são divulgadas no *dose.com*. Um recurso interessante usado pelo site para atrair um maior número de internautas é um algoritmo que testa vários títulos para uma matéria: uma mesma notícia aparece com títulos diferentes em vários locais da web por meio de links e o algoritmo descobre qual é o título que é mais clicado, sendo que tal título é transformado então no título único, para atrair mais visitantes para o site. O *dose.com* pega notícias e postagens de outros sites e os compartilha como se fossem de autoria do próprio *dose.com*. Uma matéria “de qualidade” é aquela que é lida e compartilhada por muita gente, não importando o seu conteúdo. Assim, para Spartz não interessa se a matéria divulgada em seu site fala sobre gatinhos fofos ou tem algum impacto social e político mais relevante, o critério para avaliá-la é se ela atrai muitos leitores ou não (MARANTZ, 2015).

O caso do *dose.com* nos faz pensar em algumas questões: afinal de contas, com o quê as pessoas realmente se importam hoje? O que de fato chama a atenção das pessoas na internet? Qual a relevância social e política dos conteúdos publicados na rede mundial de computadores? Um empreendedor como Emerson Spartz não vê diferença entre uma postagem sobre bebês sorridentes e uma postagem sobre a aprovação de um projeto de lei que interferirá na vida de muitas pessoas, o que interessa a ele é o número de visualizações e de *likes* que as postagens vão obter. Assim, a internet parece nivelar por baixo o grau de importância das notícias. Temas

importantes não recebem uma atenção maior do que temas não tão relevantes social e politicamente falando. Em um certo momento, parece que é tudo a mesma coisa.

Esse estado de coisas marcado pela “ascensão da insignificância” da qual nos falou Castoriadis não surgiu repentinamente, do nada, mas foi construído ao longo das últimas décadas. De acordo com o próprio Castoriadis,

No essencial, a situação de hoje já existia no final dos anos 50. Em um texto escrito em 1959-60, eu já descrevia a entrada da sociedade numa fase de apatia, de privatização dos indivíduos, de fechamento de cada um em seu pequeno círculo pessoal, de despolitização que não era mais conjuntural. É bem verdade que, durante o decênio de 1960, os movimentos na França, nos Estados Unidos, na Itália e em outros lugares, os dos jovens, das mulheres, das minorias pareceram trazer um desmentido a esse diagnóstico. Mas, desde meados dos anos 70, pudemos ver que havia em tudo isso uma espécie de última grande chama dos movimentos começados com o Iluminismo. Prova disso é o fato de que todos eles não mobilizaram afinal senão pequenas minorias da população. (CASTORIADIS, 2002, p. 102).

É interessante notar que Castoriadis pensa tais aspectos do mundo contemporâneo a partir da observação de que sobretudo a segunda metade do século XX viu a falência dos grandes modelos explicativos – o marxismo, o liberalismo, etc. –, que ocorreu em um momento em que a ideia de *verdade absoluta* passou a ser duramente criticada. Todavia, nada foi colocado no lugar de tais modelos e, na avaliação do autor, na contemporaneidade, “os cidadãos estão sem bússola” (CASTORIADIS, 2002, p. 106), não

sabem para onde ir, não possuem projetos políticos que de fato integrem o conjunto de toda a sociedade. A própria ideia de um “sentido” para a História parece ter caído totalmente por terra. Assim, não é de espantar que as pessoas se voltem para si mesmas, para os seus pequenos grupos, para as suas necessidades de consumo. Pensar sobre os rumos da sociedade como um todo e refletir sobre as necessidades do outro parecem exercícios fora de moda. Enquanto nos divertimos com os produtos da indústria cultural e nos entretemos com o que nos é oferecido diariamente pelas várias mídias, o mundo segue com suas desigualdades, sua violência e todos os seus problemas, com os quais não nos importamos realmente, desde que nossas demandas mais individuais e imediatas estejam sendo atendidas.

Tudo isso parece comprovar a tese segundo a qual não existe mais afetividade política nas sociedades ocidentais na contemporaneidade. Todavia, se lembrarmos os apontamentos de Pierre Ansart, temos que a gestão das paixões políticas ainda é realizada no mundo contemporâneo, embora em moldes bastantes particulares. Na análise de Ansart, os “regimes pluralistas” oficializam a “diversidade” como uma regra básica de seu funcionamento. Existe a disputa política, e, no quadro da concorrência e da disputa pelo poder, cada partido procura criticar os seus adversários. “Cada força política está interessada em denunciar, em enfraquecer os vínculos e opiniões favoráveis dirigidas às forças adversárias”, nos diz Ansart, “não cessa de se renovar um trabalho particular visando a reduzir as admirações, as estimas, os respeitos, as expressões objetivas positivas dirigidas às posições rivais”. Há como que uma máquina de “fazer *descreer*”, onde não se refuta o

adversário político por meio de argumentos sólidos e racionais, mas se procura “conduzir os ouvintes a estabelecerem distância com relação às pessoas e teses rivais” (ANSART, 2002, p. 60-61).

Ainda de acordo com Pierre Ansart,

Uma arma essencial no trabalho de gestão das descrenças é, certamente, o recurso ao humor. As anedotas em relação aos detentores do poder são uma excelente arma no trabalho de desvinculação política; permitem a expressão da agressividade face às autoridades, suscitam uma cumplicidade amigável para com o humorista, restabelecem uma relação de superioridade ao colocar o homem político ou a decisão política visada em uma posição grotesca. Através do humor, o dono do poder que se pretende cercado pelo respeito geral torna-se um boneco ridículo. (ANSART, 2002, p. 61).

Pensamos que a internet, especialmente por meio de redes sociais como o Facebook, nos oferece uma oportunidade para analisar como funciona essa “máquina de fazer descrever”, da qual Ansart fala. Se muitas vezes as pessoas parecem não se importar com o campo da política e estão focadas apenas em suas necessidades de consumo, se há uma certa apatia e uma falta de “rumo” a ser seguido, como apontara Castoriadis, temos que ter em mente que a afetividade política e a gestão das paixões (e também das descrenças) políticas não deixaram de existir totalmente na contemporaneidade.

² As nossas considerações a respeito da repercussão das eleições presidenciais no Brasil em 2014 nas redes sociais, bem como o impacto gerado em tais redes por outros assuntos do campo da política desde então, são baseadas na análise que temos feito de postagens diversas em redes como o Facebook. No intuito de respeitar a

O próprio Pierre Ansart argumenta que os partidos políticos na contemporaneidade possuem a “necessidade de obter a confiança, de suscitar orientações afetivas positivas”. Em meio a tal “urgência de emocionar”, cada partido procura construir uma imagem bastante positiva de si mesmo enquanto associa os seus adversários a imagens repulsivas (de violência, de morte, de incompetência e desonestidade). Assim, há uma manipulação do medo público na qual cada partido procura convencer o maior número de pessoas de que toda a sociedade estará perdida se o adversário assumir o poder. É especialmente nos períodos eleitorais, nos diz Ansart, que “as emoções políticas são reavivadas, proclamadas, levadas ao paroxismo, é quando podemos melhor perceber o papel que desempenham no desenrolar da vida política” (ANSART, 2002, p. 68-72).

As eleições presidenciais no Brasil que foram realizadas no ano de 2014 oferecem um ótimo exemplo disso, sobretudo se lembrarmos como as paixões e as descrenças políticas foram geridas nas redes sociais da internet.² As duas candidaturas que acabaram bipolarizando a disputa foram as de Dilma Rousseff – candidata à reeleição pelo Partido dos Trabalhadores (PT), o partido da situação – e de Aécio Neves – candidato do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), partido de oposição ao governo petista. Foi uma eleição bastante disputada, na qual Dilma saiu vitoriosa no segundo turno por uma pequena diferença de votos em

identidade dos autores de tais postagens e de não ferir nenhum tipo de direito autoral, optamos por não apresentar aqui os *prints* das mesmas. Todavia, pensamos que qualquer leitor consegue achar fácil e rapidamente exemplos de tais postagens em uma breve pesquisa nas redes sociais da internet.

relação a Aécio. O que chamou a atenção naquele pleito eleitoral foi o fato de que as redes sociais foram largamente utilizadas pelos dois lados para tentar conquistar o maior número de eleitores.

Mais do que o uso em si de redes como o Facebook, por exemplo, foi o *modo* como a internet foi usada que merece ser destacado aqui. Cada um dos lados em disputa buscava fazer uma propaganda bastante positiva de si mesmo, enquanto que o lado adversário era representado da maneira mais negativa possível.

Os partidários do PT exaltavam o passado de Dilma Rousseff, vista pelos petistas como uma mulher guerreira que lutou contra a Ditadura no Brasil (1964-1985). Mais do que isso, os apoiadores de Dilma enalteceram a seriedade de sua candidata, a sua competência administrativa e o “combate à corrupção” segundo eles empreendido por Rousseff. O governo de Dilma era visto como uma continuidade do governo de Luís Inácio Lula da Silva – o político do PT que foi presidente da República entre os anos de 2003 e 2010. Assim, a vitória de Dilma, na visão dos petistas, seria a melhor forma de garantir todas as “conquistas sociais” alcançadas pelo governo do PT nos últimos anos da história brasileira: a diminuição das desigualdades, a redução da miséria, a ampliação da rede de escolas técnicas federais, a criação do programa *Minha Casa, Minha Vida* – que possibilitou a muitas pessoas adquirirem a sua casa própria –, o aumento no número de vagas nas universidades federais – responsável por garantir que negros, pobres e índios finalmente tivessem acesso ao ensino superior –, a ampliação do consumo por meio de financiamentos que permitiram a muitas pessoas comprarem carros, motos e eletrodomésticos, o aumento no número de pessoas que viajavam de avião, etc.

Na perspectiva petista, a eleição de Dilma seria a melhor forma de garantir a continuidade de todas as mudanças iniciadas por Lula. O governo do PT era tratado em postagens do Facebook como um governo “para todos”, mas principalmente como um governo que se preocupava mais com os “mais pobres”. Assim, os petistas pintaram a si mesmos como “progressistas”, em oposição ao “conservadorismo” que, em tal perspectiva, era representado pela candidatura de Aécio Neves. Nas postagens do Facebook, os apoiadores do PT taxavam os apoiadores do PSDB de “coxinhas”, conservadores, preconceituosos (racistas, homofóbicos, machistas, etc.), elitistas. Ademais, o governo do PSDB na presidência da República durante os anos 1990 e início dos anos 2000, quando Fernando Henrique Cardoso era o presidente do Brasil, era lembrado pelos petistas como uma época em que os ricos tinham tudo e os pobres não tinham nada, o período “maldito” das privatizações de grandes empresas estatais brasileiras, um passado “atrasado” que poderia voltar a ser presente se Aécio Neves fosse eleito. Os apoiadores de Dilma, portanto, procuraram dessa maneira mobilizar o medo público, principalmente das camadas mais pobres da sociedade brasileira.

Segundo os petistas, o retorno do PSDB ao poder seria a volta de um estilo de governo que buscaria resolver os problemas econômicos do país – inflação, alta exagerada do dólar, aumento da dívida pública, etc. – por meio de medidas de austeridade que prejudicariam a vida dos mais pobres. Os partidários de Dilma elaboraram um maniqueísmo na disputa eleitoral que dividia os brasileiros entre ricos e pobres, poderosos e fracos, eles e nós. Assim, nas postagens do Facebook que apoiavam Dilma Rousseff, o governo do

PT era visto como favorável aos fracos e oprimidos, enquanto que um possível governo do PSDB era visto como favorável aos poderosos e ricos.

Por sua vez, do lado “tucano”³ da disputa, os apoiadores de Aécio Neves e do PSDB também usaram as redes sociais para fazer a sua propaganda política e realizar ataques à imagem do PT e de sua candidata. Aécio Neves foi (re)tratado por seus apoiadores como um político sério, competente, bom administrador, representante da decência e dos bons costumes, e pai de família exemplar. Neto de Tancredo Neves – figura importante nas negociações da abertura política ocorrida no Brasil durante os anos 1980 e que marcou o fim da Ditadura –, Aécio Neves era visto pelos seus partidários como um político capaz de dar continuidade ao legado supostamente deixado pelo seu avô. Em tal perspectiva, Aécio faria na presidência da República, caso vencesse as eleições, o mesmo sucesso que fez – de acordo com os seus eleitores – quando ocupou o governo do estado de Minas Gerais.

Se os petistas fizeram duras críticas ao PSDB e à figura de Aécio Neves, os apoiadores da candidatura deste último também teceram críticas ao governo do PT e à presidenta Dilma Rousseff. Os partidários do PSDB usaram ao seu favor o fato de que muitos e intensos foram os escândalos de corrupção ocorridos nos anos de governo do PT: o mensalão, a corrupção dentro da Petrobras, etc. Assim, do ponto de vista das pessoas alinhadas ao PSDB, os membros do PT eram na verdade integrantes de uma grande “quadrilha” que tinha como único interesse assumir e se manter no poder por um longo tempo. Dessa maneira, os

petistas se transformaram nos “petralhas” em diversas postagens do Facebook que defendiam a candidatura de Aécio Neves. Nunca teria existido na história desse país, de acordo com os defensores de Aécio, um governo tão “desonesto”, “corrupto” e “ladrão” como o do PT.

Os tucanos também usaram ao seu favor os problemas econômicos que marcaram principalmente o final do primeiro mandato de Dilma Rousseff: a inflação, a alta do dólar e o aumento em taxas de desemprego. Dessa maneira, se era difícil não reconhecer alguns avanços obtidos durante o governo Lula, os partidários do PSDB elaboraram todo um discurso no qual Dilma Rousseff era tratada como uma administradora pública “incompetente” que estava colocando tudo a perder. Na visão de muitos eleitores do PSDB, a continuidade do governo do PT faria o Brasil voltar a enfrentar os mesmos problemas sociais e econômicos de décadas atrás. Os membros do governo do PT, segundo os apoiadores de Aécio Neves, seriam pessoas unicamente interessadas em usar os recursos públicos para o enriquecimento pessoal, o que prejudicaria a população brasileira como um todo. Mais do que isso, houve partidários de Aécio Neves que defenderam a ideia de que o governo do PT seria uma verdadeira “Ditadura”, onde a liberdade de expressão estaria pouco a pouco sendo atacada e o governo estaria nas mãos de pessoas que gostariam de estar e se manter no poder por décadas e décadas a qualquer custo. Para os sujeitos alinhados ao PSDB, portanto, votar no PT seria uma manifestação de apoio à corrupção e à má administração pública. O PT também

propagandas, enquanto que o PSDB normalmente usa bastante o azul.

³ Se o símbolo do PT é a estrela, o tucano é o símbolo usado pelo PSDB. Ademais, o PT faz muito o uso da cor vermelha em suas

foi acusado de estar ameaçando a unidade nacional ao insistir na ideia de “ricos x pobres”, o que era uma verdadeira ameaça à pátria, na visão dos eleitores de Aécio Neves.⁴

Algo interessante nas postagens dos eleitores de Dilma e de Aécio nas últimas eleições foi o recurso ao humor do qual nos falou Pierre Ansart. Se em certos momentos o tom sério e o uso de estatísticas foram ferramentas utilizadas para enaltecer o próprio lado da disputa e criticar o outro, o deboche e as piadas também foram usados para ridicularizar o adversário. Os “memes”⁵ referentes tanto a Dilma quanto a Aécio se multiplicaram no Facebook durante as eleições de 2014. Neles, Dilma aparecia como uma governante desajeitada, corrupta, que não sabia falar em público e que não passava de uma pessoa manipulada por Lula. Por sua vez, Aécio apareceu como um “filhinho de papai” que ganhou tudo de mão beijada na vida, um homem que dirigia bêbado, que batia em mulheres e fazia uso de cocaína. Dos dois lados, montagens de imagens e vídeos buscaram transformar o adversário em objeto de riso.

Foram eleições muito disputadas e, em diversos momentos chamou a atenção a violência das palavras em postagens do Facebook. Quando o mapa eleitoral mostrou que Dilma teve mais votos em áreas mais pobres do país, os petistas explicaram isso dizendo que o governo

do PT pensava mais nas camadas mais baixas da sociedade, enquanto que os partidários do PSDB disseram que só pobres, analfabetos e dependentes do “Bolsa Família” – o programa de distribuição de renda criado pelo PT – é que votavam em Dilma. Quando foi divulgado que Aécio Neves foi derrotado em Minas Gerais, os petistas disseram que se nem os mineiros – que Aécio governou durante anos – apoiavam o candidato do PSDB, ele não poderia mesmo ser considerado um bom governante. A boa votação recebida por Aécio Neves junto a eleitores brasileiros que viviam e votavam no exterior pareceu confirmar o argumento petista de que o PSDB representava os interesses dos mais ricos, embora ao mesmo tempo isso também confirmasse o argumento de certos partidários do PSDB segundo o qual as pessoas mais bem “esclarecidas” votavam em Aécio; como se vê, cada lado da disputa manipulava ao seu favor uma determinada informação.

Se durante as eleições o PT insistiu que o governo de Dilma representava a continuidade dos avanços sociais e econômicos obtidos pelo governo Lula, encerrado o pleito eleitoral e garantida a vitória, o governo Dilma passou a falar mais dos problemas econômicos do Brasil, como a inflação, a alta do dólar, o

econômica e até mesmo racial se fez sim presente em algumas dessas postagens vindas de certos eleitores de Aécio Neves, nas quais o Nordeste era visto como uma região “atrasada”, “burra”, “faminta” e que “só votava em Dilma por conta do Bolsa Família”.

⁵ Um “meme” pode ser uma imagem, um vídeo ou uma frase que se espalha rapidamente na internet, como se fosse um vírus. Muitas vezes, o “meme” é tido como algo engraçado e pode ser usado fora do seu contexto original, como um comentário cômico às mais variadas situações.

⁴ Foi interessante perceber que, embora alguns apoiadores de Aécio Neves acusassem o PT de estar “dividindo o país”, foi justamente no lado tucano da disputa, especialmente na região de São Paulo e nos estados do Sul do Brasil, que se viu muita gente defendendo que o Nordeste (onde Dilma venceu Aécio) deveria ser separado do Brasil. Alguns partidários do PSDB, após as eleições, afirmaram em postagens no Facebook que o Centro-sul e o Nordeste deveriam formar países diferentes, com Aécio governando a primeira região e Dilma governando a última. Muitas vezes, um preconceito de ordem social,

déficit nas contas públicas, etc.⁶ O primeiro ano do segundo mandato de Dilma começou com o governo falando na necessidade de cortes nos gastos públicos nas mais diversas áreas – incluindo saúde e educação. Aécio Neves e os partidários do PSDB rapidamente vieram a público falar que o PT cometeu um verdadeiro “estelionato eleitoral”, pois os apoiadores de Dilma não falaram dos problemas econômicos que o país vinha enfrentando durante as eleições e, terminada a disputa eleitoral, os petistas “repentinamente” começaram a falar na necessidade de diminuir os gastos da máquina pública. Do seu lado, os petistas procuraram se defender dizendo que, se Aécio Neves tivesse sido eleito, os cortes nos gastos públicos seriam feitos da mesma forma e poderiam ser até mais intensos.

A bipolarização política vista em postagens no Facebook durante as eleições presidenciais de 2014 continuou existindo nos meses seguintes à disputa eleitoral e ainda pode ser vista na referida rede social diariamente. Basicamente, os partidários de PT e PSDB continuam fazendo a mesma coisa na internet: enaltecendo o próprio lado e criticando – inclusive por meio do deboche – o lado adversário. A política é percebida nestes tempos de Facebook em que vivemos como um jogo de futebol – nós *versus* eles –, em um maniqueísmo

⁶ Desde meados de 2014, muito se tem falado na grande mídia sobre a “crise” econômica que vem prejudicando a vida dos brasileiros. De fato, os preços de muitos produtos básicos aumentaram nos últimos meses, o que caracteriza um processo de inflação, e o valor do dólar em relação ao real também subiu bastante; isso sem falar nos mercados automobilístico e de imóveis, que não estão mais tão aquecidos como há alguns poucos anos atrás. Alguns indicadores econômicos têm sido usados pelos partidos de oposição ao governo do PT como indícios da grave crise econômica que assola o país. Por outro lado, é interessante notar que em meio a este cenário

simplista que não enxerga toda a complexidade que certamente envolve o jogo político.

Se nos discursos propagados nas redes sociais da internet parece haver muita diferença entre petistas e tucanos, vermelhos e azuis, na prática os governos do PSDB – anos 1990 e início dos anos 2000 – e do PT – de 2003 até hoje – possuem pontos em comum. E dissemos isto porque do nosso ponto de vista não parece ser possível dizer que o PT tenha rompido radicalmente a política econômica iniciada com o Plano Real e praticada pelo PSDB durante o governo de Fernando Henrique Cardoso. O próprio governo de Lula, entre 2003 e 2010, foi muito mais um governo que buscou conciliar interesses dos mais diversos sujeitos sociais – das camadas mais baixas da população aos grandes banqueiros e empresários – do que um governo responsável por adotar “medidas comunistas”, como acreditam muitos partidários do PSDB e de outros partidos de oposição ao governo petista.

A corrupção na política existia no Brasil antes de o PT assumir a presidência. As privatizações em empresas estatais não foram uma prática exclusiva do PSDB, pois o PT também as fez. A forma de lidar com as dificuldades econômicas também parece ser a mesma por parte dos dois partidos: cortes nos gastos públicos, inclusive em áreas como saúde

alguns bancos privados brasileiros continuam somando lucros milionários em seus negócios. Assim, seria interessante fazer algumas questões: até que ponto a crise econômica é real? Existe “crise” para quem? Por que a grande mídia tem falado tanto em “crise”? De qualquer forma, parece-nos sim que determinados indicadores econômicos mereçam atenção, embora também nos pareça ser muito importante salientar que existe uma crise “política” no Brasil – os recentes e constantes atritos entre o Poder Executivo e o Poder Legislativo, sobretudo por conta das ações de Eduardo Cunha, o presidente da Câmara dos Deputados.

e educação. O que estamos querendo demonstrar é que, apesar dos discursos às vezes raivosos de petistas e tucanos na internet, onde cada lado procura construir uma imagem de si mesmo como totalmente diferente do adversário, na prática os governos dos dois partidos não são radicalmente diferentes. Como bem disse Castoriadis, o fato é que em nossa época “a oposição direita-esquerda já não tem sentido: os partidos políticos oficiais dizem a mesma coisa” (CASTORIADIS, 2002, p. 104).

Se lembrarmos as considerações de Georg Simmel (1988) a respeito da relação entre as interações sociais e a cultura – em outras palavras, entre a vida e as formas culturais (tal como a linguagem) que a expressam –, temos que as formas culturais são marcadas não apenas pela cognição, mas também pela afetividade, não apenas pelo âmbito individual, mas também coletivo. A vida só ganha significado por meio das formas, e o mundo só existe como representação. Mas as formas não apenas *formam* o que elas representam, elas também *reformam* e até mesmo *deformam*. Ora, se pensarmos os “memes” da internet como formas culturais próprias de nossa época, especialmente os que se referem ao campo da política – como os que fazem referência a Aécio Neves e a Dilma Rousseff desde as eleições presidenciais de 2014 no Brasil –, temos que eles estabelecem um verdadeiro jogo com a realidade, atribuindo significado ao campo da política.

Assim, os “memes” expressam as formas de perceber a política na contemporaneidade. No Brasil, eles nos lembram a maneira como a política é vista por uma boa parte da população,

especialmente durante os períodos eleitorais: uma disputa ferrenha que envolve dois lados inimigos um do outro. Não que a política institucionalizada deva ser apenas isso – entendemos que ela é o jogo que envolve a disputa de distintos projetos de futuro que se ocupam de toda a coletividade –, mas no Brasil, nestes tempos de Facebook em que vivemos, ela se tornou isso. Nas redes sociais, cada lado em disputa procura elaborar uma imagem extremamente perfeita e positiva de si mesmo, enquanto que o outro é visto como o que há de pior no mundo. Como o esquecimento, assim como a memória, é uma construção, um trabalho ativo,⁷ cada lado esquece os próprios defeitos e os fatos mais incômodos de sua história como se apenas o adversário fosse cheio de falhas.

E cada internauta curte, comenta e compartilha o que mais agrada e o que permite debochar do adversário, pelo menos enquanto for interessante falar de política no Facebook, pelo menos até uma notícia sobre bebês sorridentes ou gatinhos fofos se tornar o objeto de nossa atenção. Em um mundo onde tudo parece cada vez mais efêmero, a preocupação com a política e com os rumos da sociedade nem sempre goza do privilégio de estar em primeiro plano.

Referências

ANSART, Pierre. Mal-estar ou fim dos amores políticos? **História & Perspectivas**, Uberlândia, n. 25-26, p. 55-80, 2002.

CASTORIADIS, Cornelius. A ascensão da insignificância. In: _____. **As Encruzilhadas do Labirinto IV** – A ascensão da insignificância. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 95-118.

HAROCHE, Claudine. Transformação das maneiras de sentir nos fluxos sensoriais das

⁷ Sobre a questão em torno do esquecimento, pensamos sobretudo nos trabalhos de Huysen (2014) e de Ricoeur (2007).

sociedades contemporâneas. In: _____. **A condição sensível:** formas e maneiras de sentir no Ocidente. Tradução de Jacy Alves de Seixas e Vera Avellar Ribeiro. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2008. p. 199-215.

HUYSSSEN, Andreas. Resistência à memória: usos e abusos do esquecimento público. In: _____. **Culturas do passado-presente:** modernismos, artes visuais, políticas da memória. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Contraponto: Museu de Arte do Rio, 2014. p. 155-176

MARANTZ, Andrew. O cara dos virais. **Piauí**, n. 104, maio 2015. Disponível em

<http://revistapiaui.estadao.com.br/materia/o-cara-dos-virais/>. Acesso em 15.01.2016.

RICOEUR, Paul. O esquecimento. In: _____. **A memória, a história, o esquecimento.** Tradução de Alain François [et al.]. Campinas: Editora da Unicamp, 2007. p. 423-462.

SIMMEL, Georg. **La tragédie de la culture.** Paris: Ed. Rivages, 1988.

Recebido em 2016-01-15

Publicado em 2016-05-16