

E O RIO GRANDE DO SUL? A EFEMERIDADE DA POLÊMICA NOS MOLDES DIGITAIS ANSIADOS PELA VISIBILIDADE

Como a configuração cíclica da brevidade presente nos meios digitais influencia a banalização das polêmicas e a busca incessante pela visibilidade midiática

Giulia Rodrigues de Oliveira
Júlia Biazzi Pisok
Maria Clara A. Fragnani
Raissa Moreira Sonogo
Sofia Zaggo Almeida da Costa
Curso de Engenharia
Centro Universitário FEI

Palavras-chave: redes sociais, fake news, educação digital

Imagem 1: Criança é resgatada de enchentes no Rio Grande do Sul



Fonte: Twitter/X

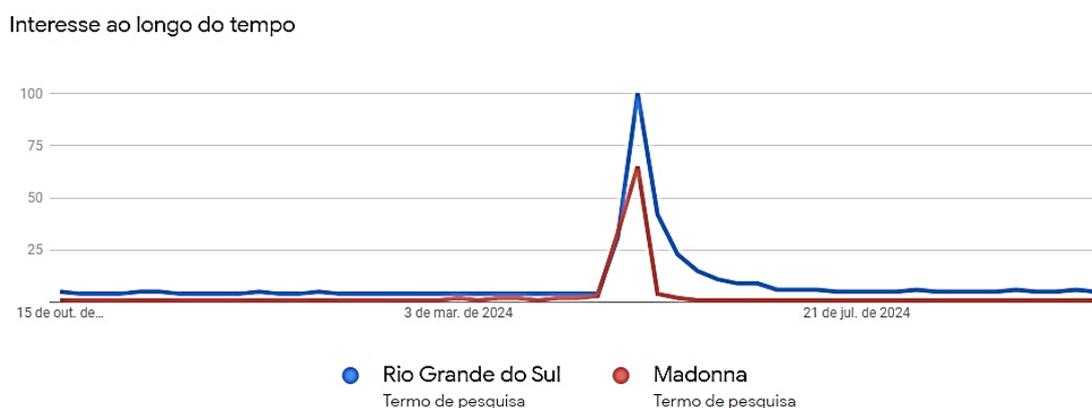
A falta de sensibilidade nas postagens feitas pelos famosos sobre o desastre gaúcho¹ evidencia a pouca importância que eles dão para a situação, utilizando a tragédia apenas para ganhar visibilidade e compaixão dos usuários. Após o bombardeamento e o subsequente esgotamento da

¹ As autoras se referem aqui às inundações que devastaram o Rio Grande do Sul entre abril e maio de 2024, classificadas como o maior desastre natural da história do estado (NdE).

pauta em relação à relevância que essas notícias trazem aos criadores de conteúdo, assuntos de extrema importância, como as enchentes que afetaram a vida de milhões de pessoas, acabam caindo no esquecimento generalizado.

O padrão comportamental de fugacidade da atenção no engajamento de pautas nos meios digitais se comprova ao analisarmos o pico de pesquisas sobre a intensidade de chuvas ocorridas no Rio Grande do Sul, que se acentuou em um único mês, entre o final de maio e o término de junho. Em concomitância a esse desastre ambiental, o foco de discussão na mídia estava direcionado às ideologias atreladas ao show da cantora Madonna, o que evidencia o desengajamento social com relação a pautas ambientais em meio às futilidades daquilo que estava sendo abordado nas redes sobre esse entretenimento (ver Imagem 2). Tal cenário mostra o desinteresse populacional em discutir temas sociopolíticos vinculados ao sentimento de empatia pelo outro.

Imagem 2: Estatística do número de pesquisas no Google por “Rio Grande do Sul em comparação a “Madonna” no mesmo período.



Fonte: Google Trends

Nesse desenrolar, o Rio Grande do Sul surge como uma pauta efêmera e destinada ao consumo midiático, uma vez que a divulgação de meios de ajuda particulares pelos famosos e a necessidade de serem vistos pela mídia praticando ações solidárias se tornou mais importante do que a busca pela resolução dos impactos advindos da tragédia em si. A exemplo disso, presenciamos o caso do ex-BBB Davi Brito, que utilizou a sua conta bancária pessoal como meio de arrecadação de verbas destinada à ajuda humanitária, o que poderia facilitar o desvio desse dinheiro para outras finalidades (MACAMBIRA, 2024; UOL, 2024).

Esses zumbidos da mídia perpassam o conceito de “Capitalismo da Informação”, definido pelo filósofo Byung-Chul Han em sua obra *Infocracia*, segundo o qual estabelece que na era digital atual, os consumidores dessa tempestade informacional difundida nas redes se equiparam aos “animais de gado”. Isso acontece porque a liquidez daquilo que está sendo divulgado e subsequentemente consumido vence o tempo necessário para uma análise assídua e crítica das informações passadas (HAN, 2022).

Por outro lado, as polêmicas fabricadas durante o período eleitoral brasileiro reforçam a necessidade dos criadores de conteúdo digital — “animais” temporariamente politizados — maximizarem a sua reputação digital por quaisquer meios. Dentro desse cenário, encontra-se a estratégia de marketing de Pablo Marçal, *ex-coach* que ingressou em 2024 no mundo político como candidato a prefeito de São Paulo e se tornou notório por “testar os limites da lei e a paciência dos organizadores dos debates eleitorais” (RIVORIO, 2024). Ela perpassa a teatralização da pós-cadeirada sofrida por ele durante o debate político, a divulgação financiada de cerca de 3 mil publicações em redes sociais como Instagram e Facebook, conforme analisado pela plataforma BBC News (TOLEDO, 2024) e, por último, as ofensas direcionadas aos bastidores de outros concorrentes à prefeitura nesse mesmo ano.

Imagem 3: José Luiz Datena dá uma cadeirada em Pablo Marçal durante debate na TV Cultura



Fonte: TV Cultura

A percepção do fazer político como via de engajamento entrelaça-se com a seguinte visão manifestada pelo cientista político moderno Giuliano da Empoli (2019, contracapa): “No mundo de Donald Trump, de Boris

Johnson e de Jair Bolsonaro, cada novo dia nasce com uma gafe, uma polêmica, um escândalo. Mal se está comentando um evento, este já é eclipsado por outro, numa espiral infinita que catalisa a atenção e satura a cena midiática.”

E aqui cabe refletirmos sobre a finalidade da produção exacerbada de conteúdos polêmicos na contemporaneidade. Nesse sentido, eclipsa-se a visão sociopolítica do filósofo Foucault, a qual indica que o poder nas sociedades capitalistas modernas não está mais centrado nos governantes, mas sim em diversas instituições influentes. De modo análogo a tal teorização filosófica, na era digital, o poder passa a ser exercido por personagens midiáticos das redes, que possuem alto teor de influência e confinam os indivíduos numa disciplina controladora convergente com os interesses dos detentores do poder.

Entender o comportamento desses soberanos prescinde a compreensão do interesse deles em catalisar uma espiral infinita marcada pela criação de informações, normalmente desconexas da realidade, em benefício próprio, a fim de causar reações diversas nos consumidores. No que tange à análise do comportamento desses usuários, estes são vistos como vítimas e difusoras generalizadas de um poder internético vazio.

Dessarte, entendemos as redes sociais atuais como impérios efêmeros de pautas sociopolíticas e empáticas, o que culmina no desinteresse por discussões críticas vinculadas à ampliação da visibilidade democrática e midiática das minorias sociais e, posteriormente, de forma constitucional. Ademais, entender tais meios de comunicação como um espaço aberto a discussões desse teor configura-se como uma utopia, uma vez que a volatilidade informacional e a conseqüente acriticidade típica dos consumidores inviabilizam a imersão global daquilo que está sendo noticiado.

Sob tal ótica, a produção exacerbada de conteúdos controversos, rasos e nem sempre verídicos é utilizada como ferramenta de aquisição de visibilidade pelos detentores de poder mencionados. Contudo, esse desejo pela criação de conteúdos fugazes alimenta o comportamento “animalesco” dos usuários, catalisando o espaço midiático a uma infinitude marcada pela superficialidade informacional. Como conseqüência disso, estabelece-se uma ciclicidade entre o consumo passivo de informações questionáveis e a produção incessante de futilidades aprisionadoras da atenção almejada.

Referências:

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

GOOGLE TRENDS. Disponível em:
<https://trends.google.com.br/trends/explore?geo=BR&q=chuvas%20orio%20grande%20do%20sul&hl=pt>. Acesso em: 04 out. 2024.

HAN, B. C. **Infocracia**: digitalização e a crise da democracia. Petrópolis: Vozes, 2022.

MACAMBIRA, G. Ex-BBB Davi diz que foi ao RS com dinheiro de doações: “Não tinha condições financeiras de ir”. **Folha de Pernambuco**, 27 mai. 2024. Disponível em:
<https://www.folhape.com.br/cultura/ex-bbb-davi-sobre-ida-ao-rs-inicialmente-pedi-pix-porque-nao-tinha/338553/>. Acesso em: 04 de out de 2024.

RIVORIO, L. Análise: Marçal perdeu. Mas também ganhou? **O Globo**, 06 out. 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/eleicoes-2024/noticia/2024/10/06/analise-marcal-perdeu-mas-tambem-ganhou.ghtml>. Acesso em: 08 de out de 2024.

TOLEDO, L. F. Nome de Marçal impulsiona campanhas dentro e fora de SP. **BBC News Brasil**, 03 out. 2024. Disponível em:
<https://www.bbc.com/portuguese/articles/clyv4xvz890>. Acesso em: 08 de out de 2024.

UOL. Davi Brito usa pix pessoal para arrecadar doações ao RS e recebe alerta do X. **UOL**, Notícias da TV, 08 mai. de 2024. Disponível em:
<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/celebridades/davi-brito-usa-pix-pessoal-para-arrecadar-doacoes-ao-rs-e-recebe-alerta-do-x-119358>. Acesso em: 04 de out de 2024.