



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

Entre as Ruas e as Plataformas de Relacionamento: Guilherme Boulos e Luiza Erundina nas Eleições Municipais de 2020

Marina Facó de Carvalho¹

RESUMO

O texto compreende a rua como um ambiente comunicacional gerador de vínculos. Assim, o objetivo desse artigo é entender, por meio da campanha de Guilherme Boulos nas eleições municipais de 2020, como as plataformas de relacionamento podem ser usadas para registrar, mobilizar e potencializar as campanhas de rua e a formação desses vínculos. Para isso, foi utilizado o método de etnografia digital, permitindo evidenciar que, uma vez que os meios de comunicação não são reduzidos a emissores e receptores, deixamos o pensamento sentado para trás e a criação de elos com os outros é facilitada.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação; Política; Vínculos; Ambientes Comunicacionais; Plataformas Digitais.

Entre os perigos que envolvem reduzir os meios de comunicação apenas aos emissores e receptores, está a perda do corpo real. Esse, formado por um conjunto de aspectos, que envolvem desde o desenvolvimento da espécie e sua biologia até a inserção dos seres humanos nos contextos culturais, é um catalisador de ambientes comunicacionais que, a partir de sua simples presença, “gera a disposição de interação, desencadeia processos de vinculação com o meio, com outros seres do entorno e seus iguais” (BAITELLO JR., 2008, p. 99). Dessa forma, ao contrário do que o capitalismo cibercultural tenta promover, de que precisamos estar conectados eletronicamente para estarmos em rede, vinculados, como explica Contrera (2017), deve-se pensar, para o presente artigo, que toda a comunicação, independentemente da conexão técnica, começa no corpo e nele termina (PROSS, 1997).

Na medida em que a sociedade passou a utilizar outros suportes para se comunicar, como os impressos e os aparatos eletrônicos, descritos por Pross como meios secundários e terciários, respectivamente, sendo o corpo o meio primário, obteve-se uma série de consequências. Os meios secundários, por exemplo, demandam leitura, ou seja, tempo de ócio, na qual, em um mundo que busca a capacidade máxima de produção de um indivíduo, é praticamente inexistente, favorecendo para a elaboração

¹ Aluna do 3º ano de Relações Públicas, e-mail: marinafacó@gmail.com



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

de revistas e jornais com matérias, manchetes e frases cada vez mais curtas, que acabam por compor o que pode ser chamado de estratégias do emburrecimento (BAITELLO JR., 2010, p. 110- 113). Já com a mídia terciária, que não necessita de um transporte físico da mensagem, o processo de decodificação de mensagens foi ainda mais dispensado, de modo que passamos por um constante crescimento na proliferação de imagens que, além de gerar uma hipertrofia da visão, tendo como consequência a perda dos outros sentidos do corpo e da anulação do espaço que ele ocupa, há também o processo de “sentação” e sedação dele, em que “nossa capacidade de pensar, de comunicar, de agir acaba sendo ditado de alguma forma pela cadeira” (BAITELLO JR., 2014, p. 51).

Tais processos tornam-se ainda mais evidentes quando olhamos para algumas estratégias políticas. Com a ascensão da extrema-direita ao poder, a partir da vitória de Jair Bolsonaro nas eleições presidenciais de 2018, o uso e o *bombardeamento* de desinformação² expôs como, com o avanço da capacidade de transmissão da mídia, que supostamente deveria contribuir para o processo de democratização do acesso à informação, contribuiu para esse desmanche da proximidade que alimenta constantemente o processo de sedação do indivíduo. Assim, um estudo daqueles que utilizam as plataformas de relacionamento de forma que é possível lembrar que elas também podem servir como uma extensão do que o corpo exprime passa a ser imprescindível. O destaque que Guilherme Boulos, líder do MTST e filiado ao PSOL, teve nas mídias digitais enquanto candidato à prefeitura da Cidade de São Paulo em 2020, mostrou a necessidade de compreender como essas ferramentas são capazes de convocar, mobilizar e registrar o que sempre foi um espaço público de debates e sempre teve e terá como importância a magia da presença, as ruas.

Metodologia e Referencial Teórico

Este artigo tem como objetivo compreender como as campanhas de rua foram potencializadas enquanto ambientes comunicacionais geradores de vínculos por meio das plataformas de relacionamento. Para dar conta desta tarefa, utilizamos o método da etnografia digital que “favorece a percepção da rede como um elemento da cultura e não como uma entidade à parte, em uma perspectiva que se diferencia da anterior (...) pela integração dos âmbitos online e online” (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011, p.

² No artigo “O fake é fast? Velocidade, desinformação, qualidade do jornalismo e media literacy”, escrito por Michelle Prazeres e Rodrigo Ratier, é questionado o uso do termo *fake news* por ter um significado redutor. Assim, busca-se usar o termo *desinformação*, que abrange: “enviesamento, descontextualização, sensacionalismo, falsa controvérsia, teorias da conspiração, erro jornalístico, boato ou rumor, sátira, paródia e artigos de opinião erroneamente entendidos como informação” (PRAZERES; RATIER, 2020).



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

42), permitindo enxergar como as plataformas digitais são usadas e quais são as apropriações daqueles a usam, conforme foi constatado na análise.

O período analisado abrange desde o início da propaganda eleitoral, 27 de setembro, até o dia 29 de novembro, fim do segundo turno, disputado entre Guilherme Boulos e o ex-prefeito Bruno Covas. Ainda que a campanha tenha contado com conteúdos produzidos para serem divulgados exclusivamente em cada mídia digital nesse período, as publicações a serem analisadas serão as do Instagram, plataforma social de Boulos com maior número de seguidores, que hoje conta com 1,7 milhões. Os quadros escolhidos como forma de exemplo para retratar aquilo que a campanha trouxe, que será explicado posteriormente, foram majoritariamente registros de atos na rua, mostrando como a etnografia digital também pode ser visto como uma ferramenta metodológica que dá suporte à etnografia, pois são “capazes de proporcionar o acesso dos pesquisadores da área às caracterizações específicas da contemporaneidade” (ROCHA, 2006, p. 26).

O artigo baseia-se na concepção de Pross (1997), de que, por trás de todo início e fim de um processo comunicacional, há a presença de corpos que exprimem gestos, interagem uns com os outros, carregam histórias, anseios e desejos. Ademais, nas noções de vínculo e ambiente, exploradas por Baitello Jr. (2008), que, uma vez que os meios de comunicação não são reduzidas a apenas a transmissão de uma informação, o desenvolvimento e criação de elos com o que está ao nosso redor é intensificado. Nas ideias de Wulf (2014), que exemplificam o que podemos criar ou a forma que passamos a agir enquanto comunidade quando desejamos nos sentir pertencentes. Assim como na desmistificação de conexão técnica como rede e a exposição dos males de uma cultura da paranoia intensificadas pela mídia terciária, refletidas por Contrera (2017), também contribuem para o entendimento do nosso comportamento e intensificação dele quando nos deparamos com alguém que enxergamos como diferente de nós, como Lorde (1980), traz.

Por uma Comunicação Saturada de Memória

No primeiro turno da eleição para Prefeito de 2020, a Cidade de São Paulo contou com 14 candidatos que – por conta da legislação eleitoral, que distribui o tempo de propaganda na televisão de forma proporcional à bancada de cada partido – possuíam diferentes durações de presença nesta mídia. Enquanto Celso Russomanno (PTB) teve 52 segundos e Bruno Covas (PSDB) teve 3 minutos e 33 segundos, sendo esses os dois candidatos com maiores intenções de voto inicialmente, Guilherme Boulos e sua vice, Luiza Erundina (PSOL), tiveram 18 segundos de tempo de horário eleitoral na televisão. O que leva a acreditar que

o líder do MTST precisou investir ainda mais em outros meios para conquistar eleitores. As alternativas eram as redes (pelas mídias digitais) e as campanhas de rua, embora reduzidas em função da COVID-19.

Tendo em vista que um dos grandes concorrentes de Guilherme Boulos foi Celso Russomano, o início da campanha de Boulos foi voltado a tirar os eleitores de Russomano e trazer para si, além de encontrar o seu público-alvo e atrair aqueles que ainda não tinham decidido seu voto. Já em um dos primeiros atos de lançamento da campanha, que tomou a praça Franklin Roosevelt³, isso se tornou perceptível, uma vez que o local escolhido contou, em 2012, com um festival denominado “Existe Amor em SP”, que foi um palco de mobilização contra Russomano, conforme indicado na legenda da publicação no Instagram de Boulos que registrou o começo de sua caminhada ao segundo turno.

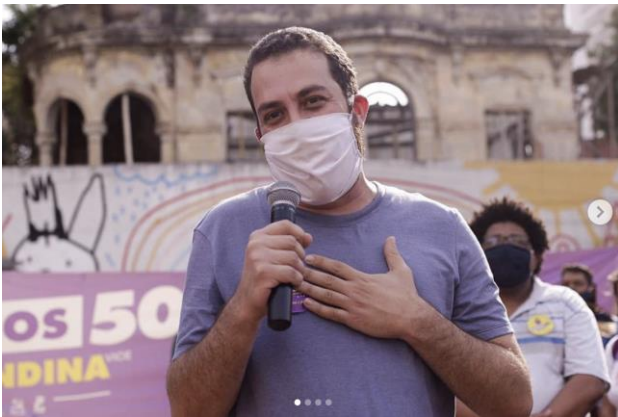


Figura 1: Reprodução do Instagram de @guilhermeboulos.official - Ato na

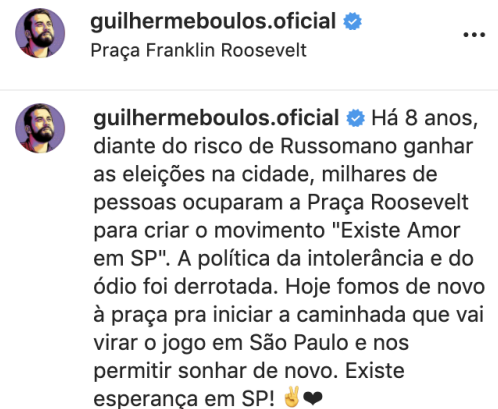


Figura 2: Legenda usada para a referente à figura anterior.

Aqui, ao invés de oferecer apenas um conteúdo informacional, que por vezes é considerado o elemento constitutivo de um processo de comunicação, a ideia de ambiência que consiste na presença de corpos com histórias ocupando um ambiente, como trabalhada por Baitello Jr. (2008), é levantada. Ao retomar a Praça Roosevelt como local de ocupação por aqueles que já mostraram seu descontentamento com Russomano uma vez, a publicação desperta a identificação entre aqueles que estiveram no festival 8 anos antes e com aqueles que o repudiam e passaram a saber da importância do local agora por meio da legenda. A lembrança desse local como resistência a uma política de intolerância e ódio deixa, com a repetição de histórias, performances sociais, imagens e emoções, de ser exclusiva e se transforma em uma memória

³ Conferir publicação original em: < <https://www.instagram.com/p/CFpyu3bJijW/> >. Acesso em: 10 jul. 2021.



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

coletiva, que, por fim, como indica Christoph Wolf (2014), torna-se um dos pontos de referência para a construção de uma comunidade, atraente para aquilo que o ser humano sempre busca, o pertencimento. Aqui, portanto, passa a ser possível enxergar que um processo de comunicação é saturado de memória e que, quando não ocorre a des-historicização dele, o processo de vinculação é facilitado e incentivado, pois “buscamos no outro, nos outros corpos, a união de durações finitas que construam histórias infinitas” (BAITELLO JR., 2008, p. 99).

Política é Tempo Presente

Apesar da necessidade de estarmos vinculados, pouco admitimos a porosidade inerente dos seres humanos, que nos permite que sejamos penetrados pela presença do outro. Com o avanço da mídia digital, na qual o espaço comunicativo é cada vez mais marcado pelos discursos monológicos, tem-se a perda do tempo presente, marcado pela essência do diálogo que se tem com uma ou diversas pessoas. Ademais, retomando a ideia de Contrera (2017), há um fortalecimento da ideia de rede como conexão técnica, que por si só é um modelo ideal e cheio de metáforas de ataques que sustenta uma cultura da paranóia e da fantasia da hiper proteção, cuja segurança só é obtida através do isolamento ao que é estranho, nesse caso, grupos excluídos socialmente. Assim, enquanto líder do Movimento dos Trabalhadores Sem Teto (MTST), que advoga pelo direito à moradia digna e reforma urbana, principalmente, Boulos teve que quebrar sua imagem erroneamente associada à invasão de propriedade privada, intensificada pelos meios de comunicação que alimentam essa cultura da paranóia e a exclusão social em detrimento da diminuição da possibilidade de nos reconhecermos pelas nossas diferenças ao praticar a alteridade. Ainda no primeiro turno, foi possível observar como os quadros “Fala na Lata”⁴, “Se vira nos 50”⁵ e sua live de 24 horas⁶ transmitida pelo Youtube, porém também divulgado em seu Instagram, contribuíram, por meio da recuperação do tempo presente, para essa questão.

Quadro que vem em um formato de pegadinha, o “Fala na Lata” apresentou de maneira criativa uma forma de Boulos dialogar com os eleitores que não simpatizavam com ele. A apresentadora Anah Laise, que os entrevistou, questionou qual era o motivo de não gostarem do candidato e se, logo após que a responderam,

⁴ Conferir vídeo em: < <https://www.instagram.com/p/CG255pkJ79c/> >. Acesso em: 10 jul. 2021.

⁵ Conferir um dos registros em: < <https://www.instagram.com/p/CGaBISJpXWP/?hl=af> >. Acesso em: 10 jul. 2021.

⁶ Conferir um dos anúncios da live em: < <https://www.instagram.com/p/CHhyxKIpW62/> >. Acesso em: 10 jul. 2021.

conversariam com o Boulos sobre essa questão, que assistiu, sem que os entrevistados soubessem, tudo dentro de uma van. Quando afirmaram que sim, Boulos saiu do automóvel e conversou com eles focando em quebrar os preconceitos que tinham sobre o MTST.



Figura 3: Capa do quadro “Fala na Lata” postado no Instagram de @guilhermeboulos.ofical.



Figura 4: Trecho do vídeo referente à figura anterior.

Entre as falas que se destacam, inicialmente, está a afirmação apresentada na figura 4, uma vez que o homem dá a entender, quando diz, “só se ele estiver aqui, se ele estiver aqui eu falo”, que não estaria disponível ou até mesmo interessado para conversar com Boulos em outro momento ou local. Além disso, considerando que, com a economia centrada no lucro a partir da exclusão social de grupos oprimidos, um de nossos comportamentos ao lidar com o nosso medo e aversão quando somos expostos às diferenças humanas é ignorar o outro, como explica Audre Lorde (1980). Portanto, a presença do corpo e o elemento surpresa passa a ser visto como essencial, nesse caso, para que haja um diálogo, já que o avanço das plataformas digitais também nos deixa menos dispostos a tais encontros.

Em relação ao “Se Vira nos 50”, que faz alusão ao quadro de Domingão do Faustão, “Se Vira nos 30”, Boulos foi às ruas para responder aqueles que desejavam saber sobre o que faria caso fosse eleito prefeito, simulando um debate. Com apenas 50 segundos para responder, equivalente ao número que seus eleitores apertaram na urna ao votar, o candidato, após realizar essa dinâmica em diversos lugares, passou a aceitar as perguntas daqueles que assistiam a transmissão do debate ao vivo, permitindo que Boulos engajassem tanto com os que estavam no mesmo espaço físico com ele quanto quem não estava. Diferentemente de uma amputação do corpo, o que se vê é justamente a extensão dele por meio do aparato eletrônico. O mesmo



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

ocorreu na live de 24 horas que mostrava a rotina do candidato, contudo, as ideias trocadas em tempo real que não dispersavam do tempo presente era entre os próprios usuários que comentavam a live, baseado no que Boulos contava e fazia.

Corpos Completos de Anseios

Deve-se enfatizar que Guilherme Boulos não caminhou sozinho durante essa campanha, tendo sua vice, Luiza Erundina, ao seu lado também como protagonista. O resgate da memória e do tempo presente na comunicação foi essencial para o desenvolvimento da campanha, assim como o resgate da possibilidade de sonhar. Desde o início, muito foi reforçado que quem votasse 50 estaria votando com esperança e para uma virada com um futuro repleto de mudanças, uma aposta que parece alta quando se considera as comuns amputações de projetividade em nossa sociedade, que implica, tanto as vivências registradas, quanto os anseios que um corpo pode ter:

Pode-se simplificá-la como uma sonegação do direito de sonhar (...) diferenciada dos padrões previstos e programados pelas estratégias da civilização centrada no escoamento da produção serial de mercadorias. (...) é possível amputar as memórias projetando sobre elas estereótipos que somente oferecem acesso aos registros selecionados pelos organismos e mecanismos que conduzem à produtividade, às performances heroico-míticas que pautam a serialização e oferecem modelos ideias e idealizáveis (BAITELLO JR., 2008, p. 105).

Entretanto, tendo em mente que, assim como a porosidade é inerente ao ser humano, a projeção futura de si mesmo e todos os outros corpos também é. Com isso, a junção de Boulos e Erundina, que já foi prefeita do município de São Paulo entre 1989 e 1992, permitiu uma série de publicações que evocassem o que muito é percebido quando se protesta, que tudo que se expressa no presente, projetando mudanças ou a permanência das coisas, é narrado, eventualmente, como história (PROSS, 1997) como ocorreu na série de quadrinhos “Virada para o Futuro”⁷, inspirado no filme norte-americano “De Volta Para o Futuro”.

Aparecendo no primeiro e no segundo turno, a série de quadrinhos mostrava, a partir de uma viagem de Boulos ao passado, uma parcela das coisas que Erundina tinha feito enquanto prefeita, além de apresentar quais eram os desafios que existiam e ainda permaneciam na cidade de São Paulo, como a questão de moradia tão levantada pelo candidato. Pensando na exaustão dos usuários digitais pela quantidade excessiva de

⁷ Conferir exemplo de uma das ilustrações em: < <https://www.instagram.com/p/CHjmByzpc3/> > Acesso em: 12 jul. 2021.



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

imagens e a falta de leitura provocada pelas estratégias de emburrecimento, o uso do quadrinho, que já não tem o perfil de ser composto por textos complexos e longos, dividido em partes, colaborou para transmitir a luta contínua dos dois candidatos que possuem pautas em comum. Com a restituição do direito a sonhar que há quando se retoma a extensão do processo comunicacional que saem de corpos com memórias, angústias e sonhos, e param em outros, é abandonado o que se formou a partir de preceitos liberais, a hipnogenia. A ruptura dessa, por sua vez, que “transfere ao meio toda a responsabilidade, mas também toda a capacidade de decisão, deixando seus agentes no espaço-tempo de uma quase hipnose, abrindo mão de sua intencionalidade, de sua história e de seus sonhos...” (BAITELLO, 2008, p. 97), quebra o pensamento sentado, despertando a autonomia e possibilitando o desejo de se mobilizar por uma causa, seja a pessoa a favor dela ou não.

Novamente, assim como no protesto não se pode esperar que a pessoa tenha o conhecimento apurado de tudo que reivindica, pois, consecutivamente, haveria um baixo número de pessoas seriam atingidas (PROSS, 1997) e, o que importa é exatamente quantidade de corpos quando se vai a rua, o uso de emoções é inevitável. Como observado, a esperança foi muito utilizada, mas, ao lado dela, teve o amor. Depois de encontrar uma forma segura para que Luiza Erundina, fosse para ruas de maneira que não ficasse extremamente exposta ao COVID-19, com o “Erundinamóvel”, conforme apelidaram, isso ficou ainda mais evidente. Enquanto comunicar é cultivar vínculos e o alimento disso é o afeto, tomar o amor como matéria-prima dos processos comunicacionais facilita a construção de um ambiente que, quando nos situamos nele, a fragilidade de estar só é reduzida (BAITELLO, 2008). Por isso, a aparição da vice, que até então não era esperada, mostra mais uma vez que, em um ambiente grávido de vínculos, as pessoas são movidas pelos gestos de proximidade e emoção.



Figura 5: Trecho do vídeo postado no Instagram de @guilhermeboulos.oficial, nele, Luiza Erundina diz: “Eu estou vivendo, hoje, um clima e um ambiente de 32 anos atrás!”.⁸

Resultado e Considerações Finais

Compreender o corpo como o início e fim de todo processo comunicacional, como propõe Pross, permite o desenvolvimento de ambientes com fortes formações de vínculos, que pode vir a ser interessante para o desenvolvimento de campanhas políticas. Com a fortificação do pensamento sentado por meio de políticas liberais, que consiste justamente na anulação do corpo, característico de uma “era da iconofagia” em que vivemos (BAITELLO JR., 2014), a utilização das plataformas digitais que mostrem que somos capazes de mover corpos enquanto somos constantemente lembrados que cada um tem suas histórias, vidas e sonhos, é um processo fundamental para despertar um pensamento em movimento, que procura interpretar e se mobilizar.

O diálogo, cada vez mais dificultado pela perda do tempo presente, mostra também que não basta uma simples recuperação do corpo, mas dele com todo seu potencial e uso de sentidos. Para retomarmos o tempo presente, o ouvir é indispensável. Por isso a importância dos estudos que vêm sendo levantados a fim de um aprofundamento do potencial de vinculação de ambientes marcados por ondas sonoras. Enquanto isso, para que não percamos o outro de vista, devemos nos desapegar da tão equivocada ideia e medo de estarmos desprotegidos quando em rede que não seja técnica.

⁸ Conferir vídeo em: < https://www.instagram.com/p/CH8wFw_JR3Y/ >. Acesso em: 13 jul. 2021.



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

REFERÊNCIAS

BAITELLO JR., N. **A era da iconofagia**: reflexões sobre a imagem, comunicação, mídia e cultura. São Paulo: Paulus, 2014.

BAITELLO JR., N. **As capilaridades da comunicação**. A serpente, a maçã e o holograma: esboços para uma teoria da mídia. São Paulo: Paulus, 2010. p. 103-113.

BAITELLO JR., N. Corpo e Imagem: Comunicação, Ambientes e Vínculos. In: RODRIGUES, D. **Os valores e as atividades corporais**. São Paulo: Summus 2008, p. 95-112.

CONTRERA, Malena S. **Vínculos**. Palestra proferida no Grupo de Pesquisa. Comunicação e Cultura do Ouvir. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 9 nov. 2017.

INSTAGRAM. Perfil de Guilherme Boulos. <https://www.instagram.com/guilhermeboulos.oficial/?hl=pt-br>.

LORDE, Audre. Idade, raça, classe e sexo: as mulheres redefinem a diferença. In: _____. **Irmã Outsider**. Autêntica, 2019. p. 141-153.

PROSS, Harry. **A Sociedade do Protesto – volume I**. São Paulo: Annablume, 1997.

PRAZERES, Michelle; RATIER, Rodrigo. O fake é fast? Velocidade, desinformação, qualidade do jornalismo e media literacy. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 17, n. 1, p. 86-95, jun. 2020.

WULF, Christoph. A Criação Mimética e a Circulação de Emoções: um estudo de caso. Separata de: WULF, Christoph; JR, Norval Baitello. **Emoção e Imaginação**: os Sentidos e as Imagens em Movimento. 1. ed. [S. l.]: Estação das Letras e Cores, 2014. p. 199-213. ISBN 8560166912.