



**Comunicação,
Diversidade e
Tolerância**

**Livro do XV
Congresso
Ibero-Americano de
Comunicação 2017**

**Maria Immacolata Vassallo de Lopes
Gisela G S Castro
(Organizadores)**

**São Paulo / Lisboa
ECA-USP / FCH-UCP
1ª edição
2018**

**Livro do XV Congresso Ibero-
Americano de Comunicação
IBERCOM 2017**

**COMUNICAÇÃO,
DIVERSIDADE E
TOLERÂNCIA**

Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Gisela G S Castro

Organizadores

Rubens de Falcon - Mercúrio Tecnologia

Projeto Gráfico e Diagramação

PROMOÇÃO, REALIZAÇÃO E APOIO



Catálogo na Publicação

Serviço de Biblioteca e Documentação

Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

C749L

Congresso Internacional IBERCOM (15. : 2017 : Lisboa)

Livro do XV Congresso IBERCOM 2017 [recurso eletrônico] / organização Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Gisela G. S. Castro – São Paulo: ECA-USP ; Lisboa: FCH-UCP, 2018.

150 p.

ISBN 978-85-7205-194-1

1. Comunicação – América Latina – Congressos 2. Comunicação – Península Ibérica – Congressos I. Lopes, Maria Immacolata Vassallo de II. Castro, Gisela G. S. III. Título.

CDD 21.ed. – 302.2

APRESENTAÇÃO

Organizada pela Associação Iberoamericana de Comunicação (ASSIBERCOM) em parceria com o Centro de Estudos de Comunicação e Cultura (CECC), a décima-quinta edição do Congresso Ibercom ocorreu na Faculdade de Ciências Humanas (FCH) da Universidade Católica Portuguesa (UCP) em Lisboa, em novembro de 2017 com o objetivo de reafirmar o espaço ibero-americano de reflexão e debate dos estudos de Comunicação.

O evento teve como Tema Central “Comunicação, Diversidade e Tolerância” e se dedicou a explorar, a partir de diferentes eixos temáticos, processos e produtos comunicacionais - nos seus desdobramentos históricos, locais e globais; nas produções de memórias; nos modos de consumo e suas experiências; nas implicações em esferas políticas e econômicas; nas dinâmicas socioculturais; nos novos cenários de mídias - conectados em um mundo marcado crescentemente pela diversidade, debatendo o papel da comunicação na promoção da tolerância e do respeito às diferenças.

Durante dois dias, doutores, mestres e estudantes de pós-graduação apresentaram trabalhos que contemplavam os eixos temáticos acima relacionados em articulação com a ementa de uma das DTI (Divisões Temáticas Ibercom), conforme abaixo. Esses trabalhos foram reunidos no e-book Anais do XV Congresso Ibercom 2017, disponível para download gratuito em <http://www.assibercom.org>.

DTIs - Divisões Temáticas Ibercom

DTI 1 - Epistemologia, Teoria e Metodologia da Comunicação

DTI 2 - Comunicação, Política e Economia Política

DTI 3 - Comunicação e Cidadania

DTI 4 - Educomunicação

DTI 5 - Comunicação e Identidades Culturais

DTI 6 - Comunicação e Cultura Digital

DTI 7 - Discursos e Estéticas da Comunicação

DTI 8 - Recepção e Consumo na Comunicação

DTI 9 - Estudos de Comunicação Organizacional

DTI 10 - Comunicação Audiovisual

DTI 11 - Estudos de Jornalismo

DTI 12 - História da Comunicação e dos Meios

DTI 13 - Folkcomunicação

No presente volume, reunimos o texto da conferência magna que abriu o evento e os trabalhos apresentados nos dois Painéis Temáticos que movimentaram a programação do XV Congresso Ibercom no período das manhãs. Agradecemos aos palestrantes que gentilmente atenderam ao nosso convite e enviaram seus textos, lamentando a ausência de um único autor cujo trabalho não foi disponibilizado para o Livro do XV Congresso IBERCOM.

Cada autor e autora selecionados representa o que há de mais significativo nos estudos de Comunicação em seus respectivos locais de origem no espaço ibero-americano. Dialogando com a temática do evento e prestando atenção à paridade entre gêneros, fizemos questão de organizar essa obra tendo uma grande autora na abertura e outra importante mulher estudiosa no fechamento deste volume.

Na certeza de que a leitura irá contribuir para estimular o candente debate sobre os dois grandes eixos temáticos sobre os quais se debruçaram os autores convidados – a saber: a) Mídia e Populismos; e b) Cultura, Cidadania e Participação – desejamos a todos e todas uma boa e proveitosa leitura.

São Paulo, abril de 2018.

Maria Immacolata Vassallo de Lopes – Presidente da Assibercom
Gisela Grangeiro da Silva Castro – Secretária-Geral da Assibercom

SUMÁRIO

POPULISMO MEDIÁTICO E (IN)TOLERÂNCIA NA DIVERSIDADE GLOBAL.....	1
Isabel Ferin Cunha	
MEDIA Y POPULISMOS: LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA COMO ANTÍDOTO.....	27
Enrique Bustamante	
A IRRADIAÇÃO DO POPULISMO.....	36
Muniz Sodré	
O ESCÂNDALO DA “PROSTITUTA FELIZ” E A CULTURA MUDIÁTICA DA AVERSÃO	45
João Freire Filho	
REPENSAR LA COMUNICACIÓN COMO PRÁCTICA SOCIOCULTURAL.....	77
Raúl Fuentes Navarro	
MUJERES, PARTICIPACIÓN, CIUDADANÍA Y CULTURA	87
Aimée Veja Montiel	
SOBRE OS AUTORES.....	99

POPULISMO MEDIÁTICO E (IN)TOLERÂNCIA NA DIVERSIDADE GLOBAL¹

Isabel Ferin Cunha²

Resumo: Tendo como metáfora o êxodo dos refugiados sírios no ano de 2015/2016, iniciamos a exposição dissertando sobre a complexidade da globalização e a compressão do tempo espaço nas nossas sociedades, impulsionados pelos média e pelas tecnologias da informação. Abordamos os desafios advindos da atividade, dos usos e dos consumos destes dispositivos, nomeadamente, fomentados pelas televisões, em sinergia com as redes sociais. Focamos os aspetos positivos da mediatização da sociedade global, como a existência de uma “esfera pública global”, e os negativos, que se traduzem no crescimento do populismo, do autoritarismo e da intolerância. Apresentamos as mudanças provocadas pelas tecnologias digitais, com especial ênfase nos processos democráticos e no trabalho, e destacamos o papel dos algoritmos e dos big data no condicionamento da informação. Salientamos que a crescente globalização, e o uso de dispositivos tecnológicos, impulsionam a partilha de vivências, materiais e virtuais, mas não evitam o recrudescimento dos “medos” sociais ancestrais, que olham o Outro como ameaça. Num período temporal em que a percepção negativa sobre o futuro se tornou dominante, o objetivo é enfrentar/interrogar os desafios/mudanças que estão em curso, avançando com algumas propostas teóricas e práticas de intervenção.

Palavras-chave: Média; Tecnologias digitais; Crise da Democracia; Populismo Mediático; Migrações; Medo.

Intróito

Provisoriamente não cantaremos o amor,
que se refugiou mais abaixo dos subterrâneos.
Cantaremos o medo, que esteriliza os abraços,
não cantaremos o ódio, porque este não existe,
existe apenas o medo, nosso pai e nosso companheiro,
o medo grande dos sertões, dos mares, dos desertos,
o medo dos soldados, o medo das mães, o medo das igrejas,
cantaremos o medo dos ditadores, o medo dos democratas,
cantaremos o medo da morte e o medo de depois da morte.
Depois morreremos de medo
e sobre nossos túmulos nascerão flores amarelas e medrosas.
Carlos Drummond de Andrade
Congresso Internacional do Medo
(por indicação do amigo Adilson Citelli)

No ano de 2015/2016 assistimos à designada “Crise dos refugiados sírios” que se tornou num “fenómeno global”. No êxodo dos refugiados sírios, que tentavam atravessar o mediterrâneo e chegar aos países do centro da Europa, uma das questões mais

¹ Texto baseado na Conferência Magna proferida pela autora no XV Congresso IBERCOM, realizado na Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, em 16 de novembro de 2017.

² Professora Associada c/ Agregação, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

surpreendentes foi o uso dos dispositivos móveis. O relatório do Centro de *Pesquisa Pew* apresenta a pegada digital dos migrantes, que transportavam um smartphone, entre o Oriente Médio e a Europa³, a partir do momento em que saíram das suas casas até à chegada ao país onde pararam ou se queriam estabelecer. O registo dos contactos mostra que os migrantes utilizaram este dispositivo, e as redes sociais, para comunicar com familiares que, muitas vezes, ficaram para trás, mas também para procurar mapas e informações sobre cruzamentos nas fronteiras, ou locais de apoio à sua viagem, como acampamentos, *check points* e outras. O relatório dá informações precisas sobre a nacionalidade (principalmente nacionais da Síria e Iraque), os movimentos e tempos de permanência nos países que atravessaram (Turquia e Grécia) e sobre a duração da viagem que empreenderam até aos locais de permanência.

Figura 1 – “Refugiados sírios utilizam a Net nos campos provisórios de acolhimento”



Fonte: Relatório Pew Research 2017⁴

Este episódio, tomado como exemplo, consubstancia as mudanças promovidas pela revolução digital no milénio. Primeiramente, este acontecimento ilumina o papel central da imaginação (Apadurai, 2004) como promotora da mobilidade, neste caso, a fuga à

³ Cfr: <http://www.pewglobal.org/2017/06/08/digital-footprint-of-europes-refugees/> (último acesso: março/2018).

⁴ Cfr. <http://www.pewglobal.org/2017/06/08/digital-footprint-of-europes-refugees/> (último acesso: março/2018).

“insuportável” guerra. Em seguida, demonstra a compressão do espaço-tempo (Harvey, 1990), na velocidade e flexibilidade dos percursos geridos por dispositivos móveis dos refugiados. Em terceiro lugar, confronta-nos com as diferentes faces do “medo”, desde as vigilâncias, não escrutinadas, instituídas por empresas online globais (Deuze, 2012; Trottier, Fuchs, 2015) ao controlo e embate com a “estranheza” de um Outro, nas fronteiras e locais de chegada (Georgius, 2014; Georgiou, Zaborowski, 2016).

Utilizaremos, deste modo, o êxodo dos refugiados sírios e iraquianos como uma “metáfora síntese” dos tempos que atravessamos. Num mundo fragmentado e polifónico não há espaço para a linearidade. Desta forma as questões que abordaremos neste texto não têm uma linha de continuidade, mas surgem conectadas no nosso quotidiano global. Procuramos apresentar leituras plurais e transversais embora nos situemos na Europa, mais especificamente, no Sul.

Um tempo complexo em aceleração

Vivemos um tempo complexo, de mudanças tecnológicas, políticas, económicas e sociais aceleradas. As dimensões espaço/tempo que estão associadas às extensões espaciais do mundo, por meio das tecnologias de informação e comunicação, alteraram-se radicalmente com consequências ainda não totalmente perceptíveis para a experiência coletiva e individual. Os processos de globalização tornaram o mundo único mas, simultaneamente, acentuaram clivagens ideológicas, sociais e políticas, polarizando pontos de vista, em função da geografia, posição na hierarquia social, estatuto do trabalho, raça, género e outros. A globalização distribuiu, mundialmente, dividendos económicos, retirou ao ocidente a supremacia económica e financeira, desnacionalizou e internacionalizou empresas e corporações, a partir da mobilidade do capital e da participação bolsista. Simultaneamente, fez emergir uma elite com fidelidades globais transversais, fundada na defesa de interesses financeiros e cooperativos, e impulsionou a mobilidade de milhões de trabalhadores em busca de melhores condições de vida e acesso aos benefícios da modernidade.

Embora esteja em causa o sistema de dominação implementado pelo ocidente, a democracia, como forma de governação mais justa, continua em expansão, ainda que sob diferentes ameaças. Os riscos são diversos, da captura do estado democrático pelos

interesses económicos e financeiros nacionais e internacionais à utilização dos rituais democráticos para validar a apropriação dos recursos por oligarquias várias, que evocam o interesse do povo para se perpetuarem no poder. A globalização originou novas patologias da democracia, que se socorrem de instrumentos sofisticados, financeiros e tecnológicos, muitas vezes recorrendo a artimanhas legais, como *offshores*, incentivos fiscais e outros, recrutando pessoal altamente especializado, em operações internacionais que os estados não têm condições de pagar. Na figura abaixo, e na perspectiva da Freedom House (2017), caracteriza-se as tendências globais pelas quais a democracia se manifesta como ativa, passiva ou nula:

Figura 2 – Freedom House "Ameaças globais à democracia e a liberdade de expressão"



Fonte: Ameaças à Democracia e à liberdade de expressão em 2017⁵

A corrupção, como fenómeno de apropriação indevida de recursos públicos, tornou-se um problema endémico para as democracias, envolvendo, sob diversas formas, um número crescente de governantes. Crimes como tráfico de influências, utilização privilegiada de informação, crimes económicos contra o estado, para além de fuga ao fisco e branqueamento de capital, são acusações frequentes a governantes, constituindo, segundo diversos barómetros políticos internacionais, graves riscos à manutenção das democracias.

Está-se, assim, perante um clima propício aos populismos políticos e aos autoritarismos, que encontram, nos deserdados da economia globalizada, ou naqueles

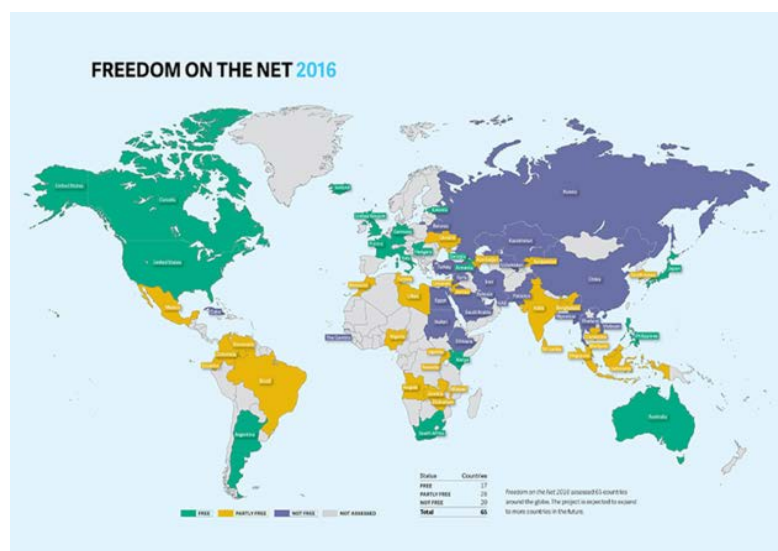
⁵ Cfr. <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/freedom-world-2017> (último acesso: março/2018)

que se consideram ameaçados na sua identidade nacional e religiosa, um terreno adequado para a sua expansão.

Acresce, a este cenário, o papel dos *media* e das tecnologias de informação e comunicação, na emergência de formas diferenciadas de “conhecer”, de construir “identidades” (coletivas e individuais), de mudar quotidianos e de atuar politicamente. O tráfico de conteúdos e de informação, circulando com crescente intensidade e densidade, substitui vertiginosamente os temas na “atenção” dos cidadãos, ao mesmo tempo em que dificulta a seleção e a verificação dos fenómenos (Chomsky, 2002; Deuze, 2012). Os dispositivos digitais e a Inteligência Artificial promovem a alteração das mediações e criam lógicas próprias de apropriação e uso das dimensões tempo e espaço, impulsionando a compressão do tempo, a instantaneidade e a espacialidade disruptiva (Harvey, 1990).

Vive-se nas redes sociais e para as redes sociais. Elas sustentam negócios e acalentam identidades, sociabilidades e imaginação, para além de permitirem viver, em simultâneo, muitas vidas. Grandes acontecimentos, eventos e causas mobilizam multidões a partir destes dispositivos e geram atitudes e opiniões que constituem a partilha de uma “esfera pública global” que, na generalidade, não geram movimentos efetivos globais. A figura abaixo ajuda a exemplificar a atuação global da net no planeta (Freedom House, 2017):

Figura 3 - Freedom House "Táticas globais de desinformação na net em 2016"



Fonte: Manipular as redes sociais para destabilizar a Democracia⁶

⁶ Cfr. <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2017> (último acesso: março/18).

A orientação para o mercado dos *media mainstream*, a concorrência e a necessidade de captação de audiências, favorece uma diretriz populista incitando os meios de comunicação, e os seus profissionais, a assumirem o papel de advogados do povo. O Jornalismo, dando ênfase ao designado *newsroom* populista (Aalberg *et al.*, 2017), por meio de programas e géneros populares – *talk shows*, telefonemas agressivos em programas de opinião, intervenções em programas políticos e entrevistas a políticos, parlamentos populares e outros – confronta as instituições democráticas e os governantes, descontextualizando ações e restringindo os *soundbytes* e *imagebytes* políticos.

Os desafios do populismo político e mediático

Na última década, a mercantilização dos *media* e a hegemonia das grandes empresas globais da internet (Microsoft, Google, Facebook, YouTube, Amazon, Alibaba e outras) alteraram a dinâmica de produção de conteúdos e o acesso à informação. As dificuldades observadas pelos *media mainstream* refletem a crise global da comunicação – de um tempo dito de pós-televisão – gerada por fatores tecnológicos advindos da revolução digital, do nascimento de redes interativas, da transmedia, da multiplicidade de produtores de conteúdos, que originam uma cultura participativa. Em contrapartida, as empresas tecnológicas tendem a monopolizar e a dominar os conteúdos recorrendo à utilização dos *big data* e ao desenvolvimento de algoritmos de autoaprendizagem.

A natureza e linguagem dos *media* e dos dispositivos digitais, as redes sociais e as tecnologias de informação e comunicação contribuem, na generalidade, para um “clima” favorável ao desenvolvimento do populismo. Esta discussão não é nova, se tivermos em conta, e como exemplos, as críticas da Escola de Frankfurt (nos finais dos anos 30 do século passado), os escritos de Umberto Eco nos “Apocalípticos e Integrados” (anos 60) ou as análises à cultura popular de Douglas Kellner (década de 90). O populismo surge não como uma causa ou consequência dos *media*, mas como fomento de predisposição comportamental, advinda de incentivos a atitudes, e processos de funcionamento, que tendem a privilegiar determinados elementos catalisadores de sentimentos e

reinvidicações, proporcionando efeitos cognitivos acumuláveis ao nível individual e coletivo (Mazzoleni, 2008).

Por exemplo, nos *media mainstream*, os indicadores favoráveis à emergência de um ambiente populista estão associados à necessidade de “ganhar audiências”. São indicadores que perpassam formatos e géneros de natureza muito diferente, tais como o Jornalismo, o Entretenimento e a Ficção, e que utilizam dispositivos técnicos e discursivos com o objetivo de atrair a atenção dos cidadãos comuns. “Chamar a atenção” envolve recorrer a estratégias de seleção e formatação, onde se privilegia os *issues* sensacionalistas, que enfatizam o conflito e o confronto, apelam à emoção ou provocam a indignação moral. O mesmo objetivo utiliza, ainda, estratégias de repetição, omissão e truncagem, iluminando ou apagando determinados elementos capazes de suscitar mais atenção. Estas estratégias definem o populismo mediático e estão em consonância com o que, na Europa, se tem escrito sobre mediatização, desde a segunda década do novo milénio (ex. Hepp, 2012; Couldry, Hepp, 2013).

Há inúmeras e diferentes compreensões do populismo político, sustentadas, igualmente, por múltiplas diferentes teorias, paradigmas e metodologias de aferição deste fenómeno. Na Europa, como nas Américas (Norte e Sul), o populismo, de direita e de esquerda, tem vindo a crescer, manifestando-se na implantação partidária e em eleições de líderes com estas características. O que determina o populismo é a equação política que envolve três atores: o povo; as elites/ou outros inimigos do povo e o “chefe/salvador” carismático. A relação articula-se a partir dos pressupostos: um “povo puro” (um povo monolítico) dominado por “elites corruptas” (nacionais ou internacionais) e um “chefe populista” capaz de repor, a partir de uma estratégia de comunicação direcionada, a soberania popular (Ernst, 2014).

A emergência do populismo político, na Europa e nos EUA, está mais claramente associada à globalização. Diferentes autores e analistas (ex. Inglehart, Norris, 2016) atribuem a migração de eleitores dos partidos do centro para propostas políticas populistas, ao facto de, nos últimos vinte anos, um grupo significativo de trabalhadores, de classe média, ter perdido os seus empregos, ou visto baixar os seus rendimentos, em consequência da deslocação de fábricas e indústrias para países de mão-de-obra barata. As políticas de austeridade implementadas após a crise do *sub-prime* na Europa e nos EUA (Piketty, 2014; Cunha, 2015) e a acumulação de frustrações, neste grupo de cidadãos,

levou-os a buscar alternativas políticas e a abandonarem os partidos do centro democrático, onde tradicionalmente votavam. Por outro lado, a transformação do mercado de trabalho, ditada pela incorporação de tecnologias de informação e comunicação, teve como resultado o aumento de desemprego na juventude qualificada e a disparidade entre os muito mal e os muito bem remunerados (Stiglitz, 2012).

As promessas do populismo na Europa encontram, neste contexto, um campo fértil para se expandir. Primeiramente, propõem restaurar as soberanias nacionais, isto é, travar o projeto Europeu e a burocracia homogeneizante das instituições europeias, sediadas em Bruxelas, a quem são atribuídas muitas das culpas das políticas de austeridade do pós Grande Crise. Seguidamente, pretendem restabelecer as fronteiras e proteger os interesses nacionais, nomeadamente económicos, financeiros e culturais. Em terceiro lugar, anseiam estancar as migrações e controlar a entrada de refugiados – grupos a que são atribuídas culpas pela desvalorização e precarização do trabalho – bem como a descaracterização da cultura nacional. Por último, manter uma comunicação direta com o “povo”, recorrendo a redes sociais (Twitter, Facebook, YouTube, etc.) e denunciando a “má informação” dos *media mainstream* opositores. Agenda semelhante, com adequações aos Estados Unidos, encontram-se nas promessas eleitorais, e na forma de atuar do candidato e presidente Trump: estabelecer a soberania; defender os interesses norte-americanos sob a égide do “*America first*”; comunicar, via Twitter, e atacar a imprensa que não o apoie; alijar responsabilidades internacionais, como o Tratado de Paris e outros tratados, ou filtrar os candidatos à imigração.

O populismo, na América Latina, tem uma genealogia diferente, o que determina outra articulação face à globalização (Moisés, 2010). Há uma tradição populista latino-americana advinda do período da luta contra as potências coloniais ocidentais, a que se junta resquícios de ditaduras recentes e processos nacionais de descolonização. A luta pela soberania popular tende a denunciar as elites nacionais corruptas que gerem não só os seus interesses particulares, como funcionam como correia de transmissão dos interesses internacionais globalizados (Souza, 2017). O processo passa, por conseguinte, pelo combate ao sistema-mundo capitalista, patriarcal e religioso instaurado pelo ocidente e pelo reforço de políticas identificadas como “nativistas” ou “indigenistas”, com vista a criar uma nova ordem nacional e internacional, como acontece, neste momento, na Venezuela.

Nestes contextos, geograficamente diferenciados, os *media* e as tecnologias da comunicação adquiriram um papel cognitivo e societal inequívocos. O “populismo mediático” e a mediatização surgiram associados a fatores como: a emoção face à razão; o parecer ao ser; a visão maniqueísta; o individual face ao coletivo e a efemeridade. Identificam-se ainda outros elementos que estão presentes em diversos formatos, desde o jornalismo ao entretenimento, tais como a desvalorização da ciência e do conhecimento, a vulgarização de comportamentos anticívicos e preconceituosos, a descredibilização das instituições em geral, a publicitação de discursos intimistas e particulares (Mazzoleni, 2008).

Quem controla os algoritmos

A expansão mundial das tecnologias digitais é um fenómeno crescente como demonstram os relatórios anuais internacionais (*Digital Dividends 2016*) que registam que a metade da população mundial tem acesso à internet. O aumento exponencial dos dispositivos digitais, da capacidade de acesso individual, e das tecnologias de programação, aumentou a interdependência dos indivíduos e a partilha de conteúdos que refletem um aumento exponencial, na conexão entre empresas, pessoas e governos.

A revolução digital trouxe benefícios privados tais como comunicação e informação mais fáceis, maior acessibilidade, produtos digitais gratuitos e novas formas de lazer. Também criou um profundo senso de conexão social e a ideia de comunidade global, promovendo os imaginários e acentuando as mobilidades, físicas e mentais, entre culturas, religiões, continentes e regiões. Os dispositivos digitais promoveram a compressão tempo e espaço, a simultaneidade e o imediatismo e instituíram uma nova experiência do quotidiano, onde a imaginação se tornou uma alavanca poderosa para a aquisição de identidades e vivências.

No entanto, a socialização dos aspetos positivos destas tecnologias de informação e comunicação só se efetivam se existir uma boa governação que invista na educação, e na saúde dos cidadãos, criando um clima de confiança económica. As tecnologias digitais – internet, telefones celulares e todas as outras ferramentas para coletar, armazenar, analisar e compartilhar informações digitalmente – são potenciadores de bem-estar, melhores empregos e mais qualificados apenas se os países tiverem condições de complementar os

investimentos em tecnologia, com reformas económicas e sociais. Por outro lado, o mundo digital exige contrapartidas, não só em infraestruturas e recursos humanos, como no planeamento e gestão de serviços generalizados ao público.

Dadas as condicionantes enunciadas, nem todos os países têm condições de acompanhar e beneficiar do desenvolvimento digital e tecnológico. Os países mais beneficiados serão aqueles que já apresentam, à partida, condições necessárias, e suficientes, de desenvolvimento económico, social e tecnológico. Paralelamente, no último quinquénio aceleraram-se os riscos inerentes ao desenvolvimento do digital (Richey, Taylor, 2018), nomeadamente no campo da política, do trabalho e da distribuição de renda, mesmo entre aqueles que têm melhores condições para se beneficiarem destes avanços tecnológicos. Os ataques informáticos à democracia cresceram, em momentos eleitorais, recorrendo a campanhas sofisticadas de marketing que perpassam meios de comunicação *mainstream* e, principalmente, a partir das redes sociais como o Facebook, YouTube e o Twitter. As notícias falsas, que têm acompanhado as campanhas eleitorais, no Ocidente, produzidas maioritariamente na Rússia e em países do Leste europeu, constituem um desafio para os decisores políticos e colocam em risco aquelas campanhas e o funcionamento de governos eleitos. Estas notícias, que os cidadãos comuns não conseguem discernir de factos verídicos, tendem a favorecer interesses populistas e a impulsionar ganhos publicitários de empresas intermediárias como a Google e o Facebook. Este fenómeno constitui ainda uma forma de “guerra de informação”, para a qual as democracias ocidentais não estavam preparadas e só muito recentemente ocasionou políticas de contrainformação.⁷ De salientar que dois fatores impulsionam a receptividade às notícias falsas: a descredibilidade dos meios *mainstream* e a crescente dificuldade, dada a imensidão de fontes existentes, em confirmar a informação veiculada (Tambini, 2017).

As tecnologias digitais alteraram, igualmente, o mundo do trabalho, desvalorizando os saberes consolidados nas instituições tradicionais de ensino, promovendo o conhecimento “*in progress*” nas empresas. A automação de tarefas repetitivas, a inteligência artificial e a chamada “internet das coisas” agravará, num futuro

⁷ EU Commission Consultation “*Public consultation on fake news and online disinformation*” Acedido em março de 2018 (https://ec.europa.eu/info/consultations/public-consultation-fake-news-and-online-disinformation_en)

próximo, estas circunstâncias, prevendo-se uma redução de milhões de empregos em tarefas deste tipo, mas também em áreas mais qualificadas.

A informatização de tarefas e o desenvolvimento da Inteligência Artificial (IA) devem-se à capacidade de compilar informação, de proveniência e natureza diversas, e de processar esses dados em função de objetivos definidos. Os *big data* e os algoritmos estão, por esta razão, no centro da discussão dos processos de comunicação de massa e da informação. Como se sabe *big data* é um conceito abrangente que inclui estratégias e táticas que envolvem conjuntos de dados maciços e diversas tecnologias. O impacto destes dados sente-se em todas as indústrias, incluindo a indústria dos *media*, e de conteúdos, que os utiliza com vista a processar um grande volume de dados e a “fabricar” notícias (Lewis, 2014). Estes dados acumulam valor inestimável pois permitem não só identificar e construir conteúdos como direcioná-los para audiências e consumidores. As empresas dos *media* coletam esses inúmeros dados, a cada minuto, de todas as áreas de atividade humana digitalizada, que posteriormente reprocessam e cruzam, isoladamente, ou em conjunto, dando origem a bibliotecas, videotecas, galerias de fotografias, bancos de imagens e gráficos.

Os algoritmos que constituem a codificação da programação na internet permitem buscas, acessos e pesquisas, colocação de anúncios, mas também são a base da construção de conteúdos como os videogames, as narrativas algorítmicas, *sites* de namoro on-line e outros (Pew Research Center Internet & Technology, 2017). As fórmulas algorítmicas direcionam os acessos aos conteúdos e estão no interior dos conteúdos digitais. Por exemplo, a conta de uma rede social cria um perfil do seu utilizador a partir das suas escolhas (*likes*) e devolve, à mesma conta, informação que consolida ou amplia — dentro do mesmo campo semântico — as preferências registadas. Estes procedimentos automáticos e técnicos consolidam perfis e restringem a pluralidade, condicionando o acesso a fontes diversificadas de informação.

Cada vez mais, os algoritmos adquirem capacidade de autoaprendizagem e substituem-se, progressivamente, aos programadores. Os técnicos que criam os algoritmos, e as empresas, ou governos que os gerem, têm, por conseguinte, um imenso poder oculto que é normalmente ignorado, não só por quem utiliza a internet mas também por quem reflete sobre estes dispositivos. Em simultâneo, aumentam os predadores (*hackers*) que utilizam a internet com fins antissociais (por exemplo os grupos

terroristas), a partir de ciber-ataques, *dark net* ou, ainda, criando negócios como as notícias falsas.

Os *big data* e os algoritmos constituem um desafio social difícil de identificar, e combater, isoladamente pelos cidadãos e estados económica e politicamente mais frágeis. Embora as suas consequências afetem todos os cidadãos, e tenham poder para condicionar a sociedade, as dinâmicas permanecem ocultas. Por outro lado, a influência destes instrumentos cresce proporcionalmente ao desenvolvimento da programação informática e à autoaprendizagem das máquinas de programação, obscurecendo metodologias, procedimentos e interesses de indivíduos, grupos, empresas e estados.

Coloca-se assim, mais um desafio à democracia, às suas instituições, nomeadamente à liberdade de informação e expressão, bem como à organização das sociedades.

O medo perante o desconhecido

A complexidade das relações sociais alcançou uma densidade que parece escapar ao controlo e impossibilitar uma representação satisfatória na vida cultural, política e económica. A multiplicidade dos processos sociais, a pluralidade de centros de poder simbólico e material e a aceleração das mudanças transformaram o quotidiano numa encruzilhada de opções incertas. Indivíduos e coletividades enfrentam diariamente a angústia da decisão, num ambiente onde coabitam culturas e referentes diversos, cada um possuidor de valores e símbolos próprios. A ansiedade, face aos processos decisórios e às consequências das opções, criou inseguranças e eliminou certezas inerentes ao predomínio de uma matriz cultural única. Em contramão, a promoção e o elogio do “risco”- como fator de afirmação individual e coletiva, no mundo económico e financeiro - constitui a valorização da autonomia e a manifestação da superação dos “medos”, instalados no quotidiano (desemprego, doença, velhice, morte, criminalidade, Outro, pobreza e outros), na organização social (demografia, diversidade étnica e outros) e nas relações entre países e regiões (competição, inovação tecnológica e outros) (Bordoni, 2017).

O medo é uma emoção que o ser humano experimenta, de forma individual ou coletiva, principalmente quando se refere a algo que está fora do seu horizonte espaço-temporal e da ordem cultural de pertença. O medo aguça-se num cenário de “crise civilizacional”, principalmente nos países ocidentais, onde o sistema-mundo vigente se

discute, as normas e hierarquias são contestadas, a moral “tradicional” é entendida como ameaçada e se perde a matriz de valores anteriormente aceites como imutáveis e eternos. Se a superação e o controle do medo, bem como de sentimentos que lhe estão associados, como a angústia e a ansiedade, levam a buscas individuais ou coletivas que se traduzem em formas de organização do poder político, em experiências religiosas e expressões artísticas, o seu descontrole traz a radicalização destas buscas, engendrando conflitos e a polarização social.

A globalização acentuou os riscos da interdependência global, do colapso energético, das epidemias, do fim da biodiversidade, do esgotamento dos recursos naturais e do descontrolo tecnológico (Beck, 2010). As inovações tecnológicas e a revolução digital removeram as barreiras espaciais e acentuaram a presença do Estranho, do Outro, principalmente na percepção das sociedades ocidentais. Por outro lado, há um crescente questionamento, que envolve académicos, cientistas, ativistas políticos, ambientalistas e cidadãos comuns, sob a globalização e o sistema-mundo de matriz ocidental e capitalista.

A “crise civilizacional” e a ameaça ao sistema-mundo dominante levam a que os “medos” controlados, domesticados e comutados no interior da cultura ocidental irrompam de forma descontrolada. Historicamente, o papel da cultura foi organizar um conjunto de símbolos e de estruturas de significado socialmente definidos, e, simultaneamente reinterpretá-los e modifica-los, de forma a adequá-los a novos tempos e exigências sociais. Estes mecanismos permitiram, sempre, que os indivíduos e as coletividades negociassem alguns aspetos conotados com liberdades, em troca de maior segurança individual e coletiva, promovendo a neutralização do medo. O temor instaurado pelos riscos sociais perceptíveis, e pelas consequências das opções tomadas, ou a empreender, individuais ou coletivas, geraram comportamentos defensivos, tais como a xenofobia, o racismo, a discriminação, o securitarismo e solidariedades extremadas, tais como os fanatismos políticos e religiosos.

Num momento de “crise civilizacional” e cultural, onde a reconfiguração de instituições (família, escola entre outras) e de liberdades (morais, éticas e valores consolidados) está em curso, a percepção do medo tende a aumentar.

Os *media*, em função das suas linguagens redutoras e simplificadoras, adquirem, neste contexto, um poder considerável na ordenação da realidade e das percepções sobre

a realidade, estimulando imaginários e oferecendo modelos sociais, inclusivamente do medo. Onde as instituições se encontram em colapso, emergem os dispositivos digitais e os seus conteúdos, que asseguram pertenças, apontam caminhos e devolvem segurança a partir de um exorcismo simbólico coletivo do medo. Temáticas que apelam ao medo e infundem sentimentos de insegurança são enquadradas em rotinas de quotidiano, naturalizando o impacto mas, simultaneamente, gerando a acumulação cognitiva dessa informação.

O Outro, sobretudo aquele ou aqueles que são identificados como diferentes, na cor da pele, nas crenças religiosas, nas opções sexuais, ou nos comportamentos, constituem-se como alvos preferenciais dos discursos de ódio e da intolerância, não só nas redes sociais como em muitas notícias nos *media mainstream* (Nacos, Bloch-Elkon, Shapiro, 2011). Nas sociedades ocidentais, sobretudo nos países europeus, os migrantes e os refugiados, principalmente os advindos de países islâmicos, consubstanciam os “medos” inerentes à ideia de Estranho. Contraditoriamente, o acesso universal à internet e a revolução digital têm impulsionado enormemente os discursos de ódio e intolerância, exacerbando a polarização da sociedade.

O Outro como ameaça

A hegemonia colonial e o pós-colonialismo geraram, no ocidente, sociedades multiétnicas e multiculturais que enfrentam novos desafios como a exclusão, a pobreza, a discriminação, o racismo e a intolerância. Ao longo da segunda metade do século XX, apesar da progressiva deslocação dos centros económicos e financeiros do ocidente, principalmente dos países europeus, para outras regiões, nomeadamente para a Ásia, a atratividade europeia manteve-se. Extintos os impérios, os países europeus, em fase de industrialização acelerada, incentivaram e acolheram mão-de-obra advinda dos antigos territórios coloniais, com poucas qualificações, mas familiarizada com a cultura dos países receptores. Apesar das atribulações sofridas por cada migrante, o percurso desenhado para os recém-chegados envolveu a atribuição de direitos e a assunção de deveres, que sublinhassem a sua pertença a estes espaços, sem esquecerem os países de origem.

Convém lembrar que a Europa sempre foi um espaço de migrações, não só dentro do seu território mas também para o exterior, nomeadamente para as Américas, desde o

século XVII, em consequência de conflitos religiosos, políticos e económicos. Contudo, as migrações na Europa, na sua mais recente configuração económica e política, datam da década de 60 do século XX, onde migrantes do sul e de leste se cruzam com migrantes advindos de regiões colonizadas pelos europeus, nos países do centro da Europa, nomeadamente na Alemanha, Bélgica, Espanha, França, Holanda e Inglaterra. Na segunda metade do século XX, e até aos anos 80/90, as políticas de migração mantiveram, como objetivo, o acolhimento e a inclusão a partir de conceitos como a multiculturalidade, pluriculturalidade e integração. O ideal do *melting pot* americano espalhou-se e foi assumido pelas políticas e projetos da União Europeia (UE), não só relativamente aos migrantes não-europeus como aos europeus. No entanto, a UE teve dificuldade em coordenar e unificar as diversas matrizes de acolhimento existentes no continente, tais como a alemã, assente na figura do “trabalhador convidado”; a francesa que privilegiou historicamente o conceito de “assimilação” e a britânica, promotora de convivências de cariz “multicultural” (Wenden, 2005). O projeto europeu também criou mecanismos de integração e exclusão, a partir da delimitação de fronteiras na Convenção de Schengen⁸ que regulou a liberdade de circulação dentro dos países integrantes desse acordo.⁹

O “olhar” sobre as migrações e o Outro começou a alterar-se, na Europa, com a mudança do paradigma económico e político, na década de noventa, nomeadamente a partir do colapso da União Soviética, da mercantilização dos *media*, da progressiva desindustrialização e da aceleração do jogo financeiro globalizado. O elevado desemprego, o envelhecimento da sociedade, e dificuldades de adaptação a uma economia tecnológica e digital, promoveram, por um lado, programas de atração de migrantes qualificados e ricos (por exemplo os vistos Gold, o emprego de engenheiros e informáticos). Por outro lado, foram implementadas medidas de restrição à imigração pouco qualificada e dificuldades crescentes à implementação de programas de apoio a imigrantes e seus descendentes (Wenden, 2016).

A desregulamentação e mercantilização dos *media* na Europa, com início na década de 80 do século XX, identificou nos migrantes e no Outro, em geral, uma matéria-prima

⁸Cfr.:

https://ec.europa.eu/homeaffairs/sites/homeaffairs/files/elibrary/docs/schengen_brochure/schengen_brochure_dr_3111126_pt.pdf (último acesso: março/18).

⁹ O Espaço Schengen, como é designado o conjunto dos territórios dos países signatários, possui um sistema de informação único — Sistema de Gestão Integrado das Fronteiras (FRONTEX, efetivado em 2005) e Sistema Europeu de Vigilância das Fronteiras (EUROSUR) — que controla e vigia as entradas nesses países de nacionais de países terceiros.

noticiosa de valor acrescentado, capaz de gerar maiores audiências a partir da ideia de “pânico moral” (ex. Cohen, 1972; Hall *et al.*, 1978). O Outro nos *media mainstream*, principalmente na televisão, foi objeto de intensa mediatização, a partir da normalização de imagens, discursos e temas, que privilegiaram a criminalidade, a violência e o desvio, e onde os estereótipos ocidentais sobre os migrantes e as minorias foram intensamente cultivados no quotidiano noticioso (Deltombe, 2005).

Com o objetivo de controlar as migrações, a estratégia política adotada, no final da década de noventa e início do milénio, foi criar mecanismos de suporte a países “tampão” no Norte de África, como a Líbia, a Síria e o Marrocos, de forma a conter as migrações para Europa.¹⁰ Com a crise económica e financeira de 2007-2008, o Parlamento Europeu acentuou contenção da imigração e apoiou o retorno de imigrantes, aos seus países de origem, promulgando a *Directiva de Retorno*.¹¹ A instabilidade gerada no Médio Oriente e países do Golfo, após as guerras da década de noventa, o ataque terrorista do 11 de Setembro de 2001, bem como os atentados da mesma natureza que se seguiram em solo europeu, alteraram radicalmente a perceção pública sobre as migrações, principalmente as de origem muçulmana.¹²

Sem esquecer as sequelas pós-coloniais dos países do Norte de África, atribui-se à Primavera Árabe, e à queda dos ditadores em países “tampão” do Norte de África, bem como à guerra civil na Síria, a aceleração de uma nova fase das migrações.¹³ Cerca de 2 milhões de refugiados procuraram chegar à Europa, a partir da travessia do Mediterrâneo,

¹⁰ Desta estratégia são exemplos as conferências Europa-África – em Rabat 2006 e Lisboa 2007 - que discutiram acordos de regulação dos fluxos migratórios e negociaram programas, com vista a desenvolver as regiões de origem dos imigrantes (Medina Ortega, 2007)

¹¹ Cfr: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=LEGISSUM%3Ajl0014> (último acesso: março/2018). Esta directiva tinha como objetivo promover “o regresso voluntário de imigrantes ilegais e estabelecer normas mínimas no que diz respeito ao período de detenção e à interdição de entrada na UE”.

¹² <http://www.pewglobal.org/files/pdf/7-6-06.pdf> (último acesso: março/2018).

¹³ Relatório de 2015, Organização Internacional das Migrações: o ano de 2015 constituiu um marco assinalável no crescimento de deslocamentos forçados, causados por conflitos regionais no norte de África e Ásia. A guerra na Síria deslocou nos últimos 6 anos, cerca de 9 milhões de pessoas. Destes refugiados a maioria foi acolhida pela Turquia (cerca de 3 milhões), Líbano (1,5 milhões) e Jordânia (1 milhão). Relatório de 2015 da Organização Internacional das Migrações observa que: 1) o número de migrantes internacionais – pessoas que residem em um país diferente do país de nascimento – não para de crescer, situando-se atualmente em cerca de 250 milhões; 2) os fluxos de migração Sul-Sul (entre países em desenvolvimento) são superiores aos movimentos Sul-Norte (dos países em desenvolvimento para os países desenvolvidos); 3) a Alemanha tornou-se o destino de eleição para os imigrantes internacionais a nível mundial, superando os Estados Unidos; 4) Os países do Golfo (Emirados Árabes Unidos, Katar e Kwait) são os países com maior percentagem de imigrantes estrangeiros; 5) A maioria dos imigrantes vive em cidades e metrópoles, nomeadamente em Sydney, Singapura, Londres, Amesterdão, Frankfurt e Paris.

onde as tragédias humanas são frequentes e mortíferas, e sobretudo à Alemanha, destino de eleição dos migrantes internacionais.

A opinião pública, na Europa, sobre a chegada dos refugiados, maioritariamente de religião islâmica, não evoluiu de forma favorável, observando-se uma crescente atitude de desconfiança, associada ao medo de relações que favoreçam o terrorismo, mas também ao receio que a abundância de mão-de-obra venha baratear o trabalho, diminuir os apoios sociais aos cidadãos locais, bem como favorecer a perda de identidade nacional. É também, crescente a opinião de que a diversidade não torna, necessariamente, os países melhores e que a Europa, como um todo, deveria ter outras soluções para proteger os refugiados (*Pew Research Center*, 2016).¹⁴

A cobertura, pelos *media mainstream*, da crise dos refugiados/imigrantes, iniciada em 2015, na Europa, não decorreu de forma linear. Num primeiro momento, existiu um equilíbrio entre securitização e humanismo, embora sejam lembradas as consequências negativas desta chegada em massa de pessoas e sobressaia o desconhecimento dos contextos políticos, económicos, sociais e religiosos onde este fenómeno se processou.¹⁵ Num segundo momento, e em consequência das tragédias humanitárias e naufrágios no mediterrâneo, os *media mainstream* abriram espaço às descrições emotivas e olharam de forma positiva para as consequências da chegada dos refugiados/emigrantes. Os ataques terroristas de novembro de 2015, em Paris, alteraram radicalmente a cobertura noticiosa desta temática, cujo foco se deslocou para as implicações geopolíticas negativas e para as ameaças identitárias advindas do ingresso de um tão grande número de pessoas de origem e religião, islâmica (Georgiou, Zaborowski, 2016)¹⁶.

Uma casa comum onde a comunicação é técnica

O crescente mal-estar europeu face às migrações e à diversidade, de que as inúmeras estatísticas dão conta, e os movimentos políticos populistas e nacionalistas, de

¹⁴ Cfr.: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/09/16/european-opinions-of-the-refugee-crisis-in-5-charts/> (último acesso: março/2018).

¹⁵ Cfr.: <http://www.tvi24.iol.pt/internacional/petra-laszlo/jornalista-da-pontapes-a-refugiados-que-tentam-entrar-na-hungria> (último acesso: março/2018).

¹⁶ Cfr.: <https://rm.coe.int/media-coverage-of-the-refugee-crisis-2017-web/168071222d> (último acesso: março/2018).

esquerda e de direita refletem¹⁷, vêm do início da década de noventa, do século passado. O cosmopolitismo das grandes cidades europeias, em consonância com a crescente globalização ocasionada pelos transportes, mobilidades, tecnologias e cultura de massa, ao contrário de criar coesão social, proporcionou a eclosão de comunidades, virtuais ou físicas, enclausuradas e ensimesmadas, vivendo quotidianos ilhados no mar da globalização. Por outro lado, o reconhecimento de autonomia às minorias e às comunidades migrantes, permitindo que vivessem segundo valores e comportamentos estranhos às sociedades onde se inseriram, orientou as relações entre comunidades imigrantes e destas com as sociedades europeias dominantes para as comunicações técnicas. Quer isto dizer que o contacto entre pessoas de diferentes comunidades “guetizou-se”, isto é as diferentes comunidades fecharam-se – por diversas razões – em espaços de exclusão e diminuíram drasticamente as relações interpessoais entre pessoas de comunidades diversas. A comunicação entre os diferentes grupos/comunidades, e entre estes e o Estado, passou a assentar em instituições/dispositivos funcionais, como a escola, a polícia, centros de emprego e centros de saúde. Simultaneamente, o estreitamento do espaço público, e a supremacia da intimidade, nas sociedades ocidentais, bloqueou as inter-relações entre indivíduos e grupos sociais, promovendo a transferência da comunicação para os dispositivos técnicos e digitais. A partilha de espaços e expectativas orientou-se para o consumo material e simbólico. Neste contexto, as relações sociais e a individualidade tendem a ser imaginadas - a partir dos meios e das tecnologias - e não vivenciadas, fazendo com que cada comunidade, dada a sua experiência ensimesmada e única, se veja como “verdadeira” e “pura” (Sennett, 1993; Touraine, 1997).

Os *media* e as novas tecnologias de informação e comunicação, tornaram-se o elo, por excelência, entre estas comunidades e a sociedade onde se inserem. Ao mesmo tempo, os seus conteúdos polarizados em estereótipos, e cada vez mais direcionados, alimentaram preconceitos culturais e cultivaram identidades de resistência, que desembocaram em exclusões, autoexclusões, exílios e auto-exílios de comunidades e

¹⁷ A Alemanha reportou o maior número total de imigrantes (1 543,8 mil) em 2015, seguido pelo Reino Unido (631,5 mil), França (363,9 mil), Espanha (342,1 mil) e Itália (280,1 mil). Em 2015, na Bulgária, Irlanda, Grécia, Espanha, Croácia, Chipre, Polónia, Portugal, Roménia, Letónia e Lituânia, o número de emigrantes superou em número o número de imigrantes. A população com maior percentual de pessoas nascidas no estrangeiro é o Luxemburgo (45,9%), seguido por Suíça (29,6%), Suécia (18,5%), Áustria (17,4%), Estónia (15,8%), Alemanha (14,5%) e Reino Unido (13,4%) (http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Migration_and_migrant_population_statistics) (último acesso: março/2018).

indivíduos (Chouliaraki, Stolic, 2017). As emoções experienciadas e mediatizadas acumularam-se, de forma efémera, sem proporcionarem uma comunicação efetiva entre comunidades diferenciadas e a sociedade dominante. Apesar de os indivíduos poderem viver várias vidas em vários lugares e experimentar lugares culturalmente diversos, num único lugar, muitos acalentaram ou recriaram as suas “identidades primordiais”, por rejeição ou oposição à integração nos locais em que escolheram viver. Os *media*, as tecnologias móveis e os dispositivos digitais promoveram e consolidaram estes percursos, que se acentuaram nas periferias dos grandes centros urbanos, reforçados pelas crises do capitalismo neoliberal e a crítica à sociedade ocidental dominante.

Convém recordar que a ideia de inclusão, no ocidente, esteve associada, simultaneamente, à integração compulsória de povos dominados (conquistados, colonizados ou escravizados) à nação vencedora, e à vontade/capacidade dessa nação de integrar esses povos. Neste processo histórico, destacaram-se duas perspectivas de integração que influenciam, até hoje, as políticas de inclusão mundiais: a assimilação e a segregação (entendida como desenvolvimento em paralelo).

As migrações pós-coloniais, e os conflitos internacionais do século XX, aumentaram a atenção dos estados e das instancias internacionais às políticas de inclusão de migrantes, as quais privilegiaram o desenvolvimento de instrumentos de partilha de cidadania e de usufruto de oportunidades aos recém-chegados. Nesta linha, situaram-se os programas desenhados nos anos cinquenta do século XX, pelas instituições internacionais (ONU, UNESCO, o Banco Mundial, a União Europeia) que visaram estabelecer uma plataforma mínima de direitos e valores universais como a Carta das Nações Unidas (1945); a Carta da Organização das Nações para a Educação, a Ciência e a Cultura (1945); a Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948) e a Convenção Internacional sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Social (1965). Outras instituições internacionais, criadas também com o objetivo de apoiar o desenvolvimento e a inclusão, como o Banco Mundial (1967) ou o Fundo Monetário Internacional (FMI), acabaram por sucumbir perante interesses económicos e financeiros globais organizados.

Em que medida a diversidade social exige inclusão? Numa perspectiva pós-colonial, a inclusão comporta sempre uma perspectiva de dominação, na medida em que, à partida, envolve a definição de um padrão de normalidade que regula aquilo que é

possível aceitar. Esta orientação teórica centra-se na crítica ao domínio ocidental e à prevalência de um sistema-mundo, capitalista, patriarcal e colonial, homogeneizador de estilos de vida e aniquilador de organizações de sociedades fundadas em diferentes paradigmas (Grosfoguel, 2008). Outras críticas, provenientes da academia e da sociedade ocidentalizada, vão, igualmente, no sentido de discutir a pertinência da inclusão e reivindicar a exclusão como resiliência a padrões sociais do sistema-mundo capitalista dominante (Moller, Espanha, 2002).

A dissociação, crescente, do mundo material e simbólico, da economia e da cultura, tende a dificultar coesão entre comunidades no interior dos países. Apenas, e graças à democracia processual, comunidades coabitam respeitando códigos e legislação estabelecidos, que incluem a tolerância institucionalizada e o respeito pelas liberdades pessoais e coletivas: um frágil equilíbrio que os atentados terroristas no ocidente põem em causa de forma crescente e quotidiana (Touraine, 1997).

Recordamos, mais uma vez, que a ideia de tolerância surgiu nas sociedades ocidentais, como uma atitude individual, uma aquisição comportamental que está associada aos Direitos Humanos, ao iluminismo e ao racionalismo do século XVIII. A expansão do conceito está associada à colonização e à globalização ocidental, à difusão do ideário democrático, ao princípio da liberdade política e da democracia pluralista em oposição a todas as formas totalitárias e autoritárias (Bobbio, 2004). A crise da “civilização ocidental”, e o questionamento da dominação ocidental, fizeram emergir formas de populismo, nacionalismo, fundamentalismo religioso e de xenofobia que ameaçam a concepção de “tolerância à ocidental” enquanto comportamento e valor. As ameaças advêm da rejeição do sistema-mundo ocidental, da economia globalizada, que paulatinamente atirou para o “lixo” milhões de pessoas tornadas trabalhadores inúteis; da ideologia neoliberal que dissolve as sociedades reais em mercados e redes globalizadas, mas também de comunidades aterrorizadas pelas bruscas mudanças culturais que procuram, na pureza das suas origens, o reconhecimento da pessoa humana.

Por não ser um conceito linear, a tolerância é acusada, por grande número de países não-ocidentais, de comportar e impor comportamentos e valores que são estranhos às culturas, assumindo perspectivas de dominação política, económica e cultural. Neste cenário, onde o relativismo cultural é uma ameaça constante, afirma-se não ser tolerável tudo que negue a liberdade e a humanidade da pessoa humana e possa sancionar crimes

e violações de direitos humanos (Barroco, 2014). Por outro lado, não se deve ignorar que a noção dos direitos do homem, e a das liberdades fundamentais, fazem parte dos valores universais do século XXI e não podem ser considerados valores estranhos impostos por uma sociedade dominante (Chelikani, 1999). No entanto, a aceitabilidade destas noções terá que contemplar outras culturas e noções jurídicas; uma outra comunicação face a face, e interpessoal, e uma outra forma de aceder, utilizar e gerir os dispositivos digitais.

Estamos por isso face a um “caderno de encargos” que nos desafia enquanto sociedade e humanidade. Da capacidade de alterarmos a comunicação técnica, tornando-a mais interpessoal, e mais centrada na pessoa humana, depende uma sociedade com mais qualidade, justiça e sustentabilidade. Neste sentido, torna-se importante promover uma outra pedagogia face aos *media* e à formação cultural do cidadão global, insistir nas múltiplas literacias que promovam um pensamento crítico e competências que vão do uso dos dispositivos, à criatividade, resolução de problemas, avaliação de riscos e gestão das emoções. Teremos, também, de estar atentos à geração *Millennials*, aquela que envolve os nascidos entre 1980 e 2000, que parece terem incorporado alguns valores e comportamentos “revolucionários”, face aos seus pais e avós, tais como o bem-estar individual e familiar, estilos de vida partilhados e não consumistas, pondo por isso em causa os fundamentos do capitalismo baseado no consumo.

Não há mais tempo e espaço, nas nossas sociedades, para uma comunicação centrada, exclusivamente, em objetivos institucionais e técnicos. Enquanto cidadãos, pesquisadores e docentes temos que reinventar a comunicação colocando no centro a pessoa humana e o seu ecossistema. O “caderno de encargos” é extenso e são múltiplas as literacias a adquirir, para enfrentar os desafios colocados pelas tecnologias centradas na comunicação técnica. Para reverter e recentrar a comunicação na pessoa humana, na comunicação interpessoal e na sustentabilidade do mundo que partilhamos, somos todos convocados a colocar em causa o nosso quotidiano, a nossa participação e atuação cívica, mas também rever interpretações do mundo, teorias, conceitos e métodos de pesquisa e docência. O objetivo que enunciamos envolve o desenvolvimento de competências até ao momento dispersas e que agrupamos em “*hard skills*/competências duras” e “*soft skills*/competências brandas”. Por “competências duras” entendemos aquelas que estão vinculadas à utilização do raciocínio abstrato, ao cálculo matemático e estatístico, ao conhecimento técnico, à resolução de problemas e às capacidades de liderança vertical.

As “competências brandas” privilegiam o raciocínio emocional, a comunicação intrapessoal e interpessoal, a valorização da criatividade e da imaginação, a resolução de problemas a partir da comunicação humana e da liderança horizontal. Neste sentido, há a necessidade de reinventarmos o quotidiano e abdicarmos, para sobrevivermos, de muitos dos “hábitos” e “confortos” que fazem parte das nossas rotinas físicas ou intelectuais, o que se traduz no reforço da responsabilidade social e individual, em práticas de cidadania ativa, na opção por uma economia partilhada com vista a promover a sustentabilidade e criar a ideia de que “*Less is More*/Menos é Mais”. Ao mesmo tempo, deveremos reaprender noções de espaço e tempo, reequacionar o consumo e o desperdício, ter como princípio a sustentabilidade ambiental, utilizar as ferramentas humanas que nos são dadas pelos sentidos, refletir sobre o sucesso, o bem-estar e as metas que elegemos como objetivos de vida. Um grande esforço deverá ser alocado na área das múltiplas literacias, com ênfase nas mediáticas e digitais direcionadas para as crianças, jovens e mulheres. A finalidade deste processo deverá apontar para uma educação crítica, que tenha em conta o consumo e o uso das tecnologias de informação e comunicação responsável. Compreendemos que este processo deverá proceder da utilização dos dispositivos digitais e das redes sociais, a partir da mobilização do “capital social” individual e coletivo, bem como das dimensões cognitivas e socioemocionais da sociedade.

No campo das Ciências Sociais e Humanas e particularmente em Comunicação é imperativo contrariar a padronização, a industrialização e a mercantilização do conhecimento técnico e científico, bem como as metodologias e processos de fazer e avaliar a ciência. A aposta é centrar a pesquisa e a ação na Pessoa Humana,¹⁸ elegendo conteúdos estratégicos para as Ciências da Comunicação que valorizem o conhecimento das Instituições, Valores, Crenças e Comportamentos, com base na mobilização da Teoria Crítica Social. Na nossa perspectiva, é estratégica, também, associar os Estudos da Comunicação e da Informação numa área de âmbito generalista como Estudos Sociais da Ciência e da Tecnologia, objetivando promover e universalizar literacias mediáticas e digitais, que passem pela capacitação dos profissionais e utilizadores no sentido de identificar os grupos *media mainstream*, analisar produtos, programar e ler algoritmos. Neste sentido, propõe-se o ensino laboratorial em Ciências da Comunicação, a partir de estudos de caso e da resolução de problemas, onde a contextualização e os cenários

¹⁸ Esta expressão não é ocasional, pois utilizando-a procuramos independência face às teorias do sujeito, do ator, do indivíduo e outras.

possam ser desenhados, cotejados e avaliados na sua complexidade técnica, política, económica e social. Fazer teoria, a partir de estudos empíricos, implica, por sua vez, o acesso a bases bibliográficas e de dados, nacionais e internacionais, assim como uma adequada gestão de informação que mobilize uma capacidade teórica crítica apurada e objetiva.

Posto isto, propomos que a estratégia em Ciências da Comunicação deva orientar-se para a pesquisa-ação, privilegiando os estudos de caso interdisciplinares e mantendo como finalidade o marco comparativo – local, nacional ou internacional – com vista à resolução de problemas humanos e à sustentabilidade do planeta.

Este “caderno de encargos”, embora envolvendo o “dever-ser” da “utopia”, exige, paralelamente, que os parâmetros de aferição mantenham a qualidade, fiabilidade e rigor teórico e conceitual sem, contudo, visar o produtivismo acéfalo e as exigências da comunicação técnica neoliberal capitalista, pautada pela competição sem escrúpulos e o sucesso individual a todo o custo. Pelo contrário, trata-se de uma proposta que privilegia a Comunicação e que pretende recapturar os *media* e as tecnologias digitais para recolocá-las ao serviço das sociedades e da pessoa humana, valorizando o trabalho colaborativo, cooperativo e criativo centrado no interesse de uma sociedade sustentável e na equidade entre cidadãos (Quijano, 2005; Santos, Menezes, 2010; Grosfoguel, 2013).

Referências

- AALBERG, T., ESSER, F., REINEMANN, C., STROMBACK, J., VREESE, C.H. de. *Populist Political Communication in Europe*, London/New York: Routledge, 2017.
- APADURAI, A. *Dimensões Culturais da Globalização*, Lisboa: Teorema, 2004.
- BARROCO, M.L. Reflexões sobre a liberdade e (in)tolerância, *Serv. Soc. Soc.*, São Paulo, n. 119, jul./set., p. 468-481, 2014.
- BECK, U. *Sociedade de risco: rumo a uma outra modernidade*, Tradução Sebastião Nascimento, São Paulo: Editora 34, 2010.
- BJERKE, P., FONN, B. K. A hidden theory in financial crisis journalism?: The case of Norway, *Nordicon Review*, vol. 36, 2, p.113-127, 2015.
- BOBBIO, N. *Dicionário de Política*, Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.
- BORDONI, C. *State of Fear on a Liquid World*, London: Routledge, 2017.
- CHELIKANI, R. V. B. J. *Reflexões sobre a tolerância*, Rio de Janeiro: UNESCO/ Editora Garamond Ltda, 1999.

CHOMSKY, N. *O Controle da Mídia*, São Paulo: Graphia, 2002.

CHOULIARAKI, L., STOLIC, T. Rethinking media responsibility in the refugee 'crisis': a visual typology of European news. *Media, Culture and Society*, v. 39, nº 8, p.1162-1177, 2017. Acedido em março de 2018

(http://eprints.lse.ac.uk/84874/1/Chouliaraki%20%26%20StolicRethinking%20humanuty%20and%20responsibility_Finalv1.pdf)

COHEN, S. *Folk, Devils and Moral Panic*, London: Routledge. 1972.

COULDRY, N., HEPP, A. Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments, *Communication Theory*, v. 23, nº 3, p. 191-202, 2013.

CUNHA, I. F. Da "desmocratização" da Europa: democracia, media e corrupção política. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, INTERCOM, 38(1),p. 37-63, 2015.

DELTOMBE, T. *L'Islam Imaginaire: La construction médiatique de l'islamophobie en France, 1975-2005*, Paris: La Découverte, 2005.

DEUZE, M. *Media life: digital media and society*, New York: Polity, 2012.

DIGITAL DIVIDENDS: World Development Report 2016, World Bank. Acedido em março de 2018 (<http://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016>).

Economist Intelligence Unit's Democracy, 2015. Acedido em março de 2018 (https://www.economist.com/media/pdf/DEMOCRACY_INDEX_2007_v3.pdf)

ERNST, N. Understanding Media Populism: An international and intermedia comparison. *Paper for NCCR Doctoral Program Democracy Studies*, First Research Colloquium Fall 2014.

FREEDOM HOUSE. *Populist and Autocrats: the Dual Threat of Democracy*. Freedom House, Report, 2017. Acedido março de 2018 (<https://freedomhouse.org/report/freedom-world/freedom-world-2017>).

FREEDOM HOUSE. *Freedom on the Net 2016*. Acedido em março de 2018 (<https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2017>)

GEORGIU, M., ZABOROWSKI, R. *Media coverage of the "refugee crisis": A cross-Europe perspective*, 2016. Council of Europe report DG1(2017)03. Acedido em março de 2018 (<https://rm.coe.int/1680706b009>).

GEORGIU, M. Diaspora in the Digital Era: Minorities and Media Representation, *Journal on Ethnopolitics and Minority Issues in Europe*, v. 2, nº4: p.80-99, 2014. Acedido em março de 2018 (<http://www.ecmi.de/fileadmin/downloads/publications/JEMIE/2013/Georgiou.pdf>).

GROSFOGUEL, R. Para descolonizar os estudos de economia política e os estudos pós-coloniais: Transmodernidade, pensamento de fronteira e colonialidade global, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº 80, Março, p. 115-147, 2008.

GROSFOGUEL, R. Como lutar decolonialmente?. Entrevista. *Periódico Diagonal*, 2013. Acedido em março de 2018 (<https://www.diagonalperiodico.net/saberes/como-luchar-decolonialmente.html>).

HALL, S. *et al. Policing the crisis: Mugging, The State, The Law and Order*. London: The MacMillan Press, 1978. Acedido em março 2018 (<https://colectivociajpp.files.wordpress.com/2012/08/stuart-hall-etc-policing-the-crisis-mugging-the-state-and-law-and-order-critical-social-studies-1978.pdf>).

HARVEY, D. A compressão do tempo-espaço e a condição pós-moderna. In: *A condição pós-moderna*, São Paulo: Loyola, Cap. 17, p. 257-276, 1989.

HEPP, A. *Cultures of Mediatization*, Cambridge: Polity Press, 2012.

INGLEHART, R., NORRIS, P. *Trump, Brexit and the rise of Populism: Economic have-nots and cultural backlash. HKS Working Paper No. RWP16-026*, 2016. Acedido em março de 2018 (https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2818659).

JOHNSTON, M. *Syndromes of corruption: wealth, power and democracy*, Cambridge: Cambridge University Press, 2005.

LEWIS, S.C. Journalism in an Era of Big Data: cases, concepts, and critiques, *Journal of Digital Journalism*, v. 3, nº 3, p. 321-330, 2014. Acedido em março de 2018 (<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2014.976399>).

MAZZOLENI, G. Populism and the Media. In: Albertazzi, D., McDonnell, D. (Eds.), *Twenty-First Century Populism: The Spectre of Western European Democracy*, Basingstoke and New York, NY: Palgrave Macmillan, p.49-64, 2008.

MOISÉS, J. A. (Ed.). *Democracia e Confiança: por que os cidadãos desconfiam das instituições públicas*, São Paulo: EDUSP, 2010.

MOLLER, I.H., HESPANHA, P. Padrões de exclusão e estratégias pessoais, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº 64, p. 55-79, 2002.

NACOS, B., BLOCH-ELKON, Y., SHAPIRO, R. Y. *Selling Fear: Counterterrorism, The Media, and Public Opinion*, Chicago: University of Chicago, 2011.

PEW RESEARCH CENTER INTERNET & TECHNOLOGY, 2017. Acedido em março de 2018 (<http://www.pewinternet.org/2017/02/08/code-dependent-pros-and-cons-of-the-algorithm-age/>).

PIKETTY, T. *O capital no século XXI*, Lisboa: Temas e Debates, Círculo dos Leitores, 2014.

QUIJANO, A. *A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas*, 2005. Acedido em março de 2018 (http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/sur-sur/20100624103322/12_Quijano.pdf).

RICHEY, S., TAYLOR, J. B. *Google and Internet: Politics and the Power of Internet*, New York: Routledge, 2018.

SANTOS, B., MENEZES, M. P. *Epistemologias do Sul*, São Paulo: Editora Cortez, 2010.

SENNET, R. *O Declínio do Homem Público — As Tirantias da Intimidade*, São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

SOUZA, J. *A Elite do atraso: da escravidão à Lava Jato*, Rio de Janeiro: Leya, 2017.

STARR, P. The end of the Press: Goodbye to the age of newspapers (hello to a new era of corruption), *The New Republic*, March 4, p.28-35, 2009. Acedido em março de 2018 (https://www.princeton.edu/~starr/articles/articles09/Starr_Newspapers_3-4-09.pdf).

STIGLITZ, J. *The Price of Inequality*, New York: Norton, 2012.

TAMBINI, D. Fake News: Public Policy Responses, *Media Policy Brief 20*, London: Media Policy Project, London School of Economics and Political Science, 2017.

TOURAINÉ, A. *Iguais e diferentes: poderemos viver juntos?* Lisboa: Instituto Piaget, 1997.

TROTTIER, D., FUCHS, C. (Ed.) *Social Media, Politics and the State*, New York: Routledge, 2015.

WENDEN, C. V. *Atlas de Migrations dans le Monde*, Paris: Éditions Autrement, 2005.

WENDEN, C. V. *Migrations une nouvelle donne*, Paris: Maison de Sciences de L'Homme, 2016.

MEDIA Y POPULISMOS: LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA COMO ANTÍDOTO¹

Enrique Bustamante²

Se nos propone en esta sesión desarrollar el tema de medios y populismo, un campo que estaría a caballo entre la teoría política y el estudio de la comunicación, una temática evolutiva, siempre ambigua y sometida a intereses políticos cambiantes, internacionales y nacionales, pero que se ha hecho mucho más compleja en tiempos de crisis política y económica, y de transformaciones profundas paralelas de la comunicación social.

Abordaré sucintamente el primer término de la ecuación, esa etiqueta de populismo que en la política real suele convertirse en un arma arrojada entre la derecha y la izquierda, entre las corrientes neocom y las socialdemócratas, entre los nacionalismos de signo contrario, entre quienes defienden el anquilosamiento de una democracia meramente representativa y quienes promueven fórmulas sistemáticas de democracia directa no siempre compatibles con el tempo y la racionalidad del debate en la esfera pública.

Me limitaré a señalar que en la teoría política el concepto de populismo ha sido interpretado ya de formas muy diversas e incluso contradictorias, en función de los estudios de caso que centraban el análisis, de los contextos históricos nacionales e internacionales y, naturalmente también, de las tomas de posición ideológicas de los investigadores, irremisiblemente contaminados como ocurre en todas las ciencias sociales, por sus opciones ante la realidad social.

Así, podríamos rememorar, como se ha hecho en algunos balances (Paula Biglieri, Flavia Freidenberg), que el populismo ha sido interpretado como un estadio en el desarrollo económico nacional (por ejemplo en la promoción de la sustitución de importaciones) o como un obstáculo a la modernidad, como una “anomalía democrática” (Gino Germani) o como un elemento consustancial a la democracia, en menores o mayores dosis; como un estilo de liderazgo paternalista o como un “discurso político de

¹ Síntesis de la intervención realizada en el Painel Temático 1 – Mídia e Populismos, XV Congresso IBERCOM, Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, em 17 de novembro de 2017.

² Catedrático de Comunicación en la Universidad Complutense de Madrid. Presidente de la Asociación Española de Investigación en Comunicación (AE-IC).

confrontación”, como un resorte de resistencia numantina en pro de privilegios del pasado o como el estallido de nuevos sectores sociales marginados del poder. Como señaló Néstor García Canclini, es en todo caso y siempre un acto de “usar la cultura para edificar el poder”.

En su formulación más simple y propagandística, el populismo como promesa de remedios simples a problemas sociales complejos, habría que señalar que no es posible concebir mayor populismo que el practicado por la Unión Europea durante los años inmediatamente posteriores a las crisis económica con sus consignas de lucha unilateral contra el déficit público y la consiguiente austeridad a ultranza, especialmente en el recorte brutal de condiciones laborales y del estado de bienestar, política expandida en años recientes a muchos países de América Latina.

El populismo mediático:

Pero si esta carcasa oculta más que esclarece con frecuencia el análisis político profundo, otro tanto ocurre con su traslación al terreno de la comunicación social. De esta forma podríamos considerar radicalmente populista la argumentación ideológica dominante que sostiene que la libre competencia en el mercado de las ideas a través de los grupos empresariales, generalmente estructurados en grandes unidades concentradas, e incluso organizados en “campeones nacionales” de creciente potencia nacional o global, es la mejor vía para la libre expresión de las ideas y el derecho a la comunicación democrática. Razonamiento perfectamente compatible muchas veces con la intromisión sistemática de partidos y gobiernos en los medios públicos (gubernamentalización, manipulación) y privados (licencias de radiotelevisión, ayudas, publicidad oficial, favoritismos regulatorios, omisiones ante concentraciones abusivas).

En el extremo contrario, gobiernos y movimientos apellidados como populistas en los medios privados dominantes, como los que reinaron durante dos décadas en buena parte de Latinoamérica, por su discurso contra el mercado mediático, han mostrado en muchas ocasiones que sus propuestas de ruptura aparente con el orden comunicacional clásico no sólo no han desbaratado el sistema mediático mercantil tradicional (cambiando meramente las orientaciones clientelares de sus privilegios) sino que también han mantenido el carácter subordinado y manipulador de los medios públicos o comunitarios. Orientaciones que a pesar de no transformar en profundidad y establemente las

características del sistema de medios, pero que en ocasiones contribuían a democratizarlo temporalmente, como algunos cambios constitucionales y algunas leyes de medios en Bolivia, Ecuador o Argentina de la primera década de este siglo (Silvio Waisbord, Bernardo Sorj).

El asunto se vuelve aun más confuso si consideramos procesos político-mediáticos recientes, como las campañas feroces de gobiernos capitalistas autoritarios contra los medios comerciales, como las de Donald Trump en los Estados Unidos o de Vladimir Putin en Rusia, o las derivas autoritarias contra la libertad general de prensa en países como algunos europeos reconvertidos del socialismo real (Hungría, Polonia). En sentido más laxo, pero no menos peligroso tendencialmente, la razón de estado de la seguridad nacional frente al terrorismo viene siendo utilizada descaradamente en muchos países occidentales de tradicional libertad de prensa como argumento ciego para recortes sucesivos de los derechos ciudadanos, como es el caso de la llamada “ley mordaza” en España.

En paralelo, la crisis ha servido como pretexto general para el cuestionamiento y el abaratamiento de las políticas culturales sociales, para la defensa del acceso a una cultura de calidad, y para debilitar fuertemente o eliminar a veces su corolario internacional, la cooperación cultural exterior en beneficio de las culturas menos potentes.

Pero la transición a la Era Digital ha venido a exigir nuevos análisis capaces de examinar y cuestionar los procesos de mutación en curso –culturales, comunicativos, políticos, simbólicos en suma- (Andreu Casero, Antoni Gutiérrez-Rubí, John Keane, Ramón A. Feenstra), más allá de las mitologías que se repiten y renuevan con cada innovación tecnológica, y obligan a reformular las políticas públicas nacionales y de cooperación, las herramientas y plataformas de apoyo y estímulo a la diversidad, así como los desarrollos e instrumentos que deben aplicarla. Porque la reintermediación experimentada por la cultura en nuevos agentes globales de enorme poder, nuevos actores de fuerte integración vertical, desde la producción a la distribución y la venta, ayudados por el *big data* y las economías de red, alternativos aparentemente contra las *majors* clásicas pero cada vez más aliados necesariamente con ellas (“HollyWeb”); y que, a la contra de los discursos predicadores sobre la “larga cola”, renuevan y refuerzan las estrategias de superventas y la transnacionalización de sus contenidos simbólicos, captando en último caso talentos periféricos para mejor desterritorializar sus raíces culturales.

Con la agravante de que esos agentes siguen todavía amparados por la inercia del discurso utópico sobre la participación “social” (redes “sociales”, televisión “social”...), y su carácter “emergente”, gozando de privilegios legales y reglamentarios inusitados frente a la cultura tradicional. Mientras que acentúan o propician en no pocos casos los ataques a la privacidad, a la transparencia y veracidad de las informaciones y los intercambios simbólicos, y buscan la mercantilización completa del espacio público. Y cuando su uso abusivo del big data, considerado como la panacea del mercado, en lugar de favorecer la respuesta a la riqueza de gustos diversos, tiende a reforzar la dominación absoluta clónica de los productos comunicativos de éxito masivo.

Pero en positivo, en Europa y en Latinoamérica e incluso en los USA, hay que destacar que se está revitalizando el interés, las investigaciones y las reivindicaciones frente a la abusiva concentración mediática construida, que hipoteca y pervierte toda concepción democrática del espacio público; y en muchos de esos países se está poniendo de nuevo en la agenda ciudadana la cuestión de los medios de servicio público y del Tercer Sector, su reforzamiento, su regeneración democrática y participativa. Reivindicaciones que cada vez aparecen más como núcleo central y estratégico de la revisión profunda en curso de una democracia representativa protocolaria y formalista, permeada por los lobbies y las élites, fabricante masiva de crecientes desigualdades sociales e internacionales y procuradora de la pasividad social que exige ese modelo de crecimiento.

La bandera de la diversidad simbólica:

Diez años después de la entrada en vigor de la Convención por la promoción de la diversidad de las expresiones culturales (UNESCO, 2005, vigencia en 2007), es necesario rememorar las huellas jurídicas (institucionales, culturales) de esta larga trayectoria que se enfrenta a la concepción meramente económica y comercial de los flujos simbólicos en nuestra sociedad.

En primer lugar, hay que recordar que esa contienda comienza formalmente con los países no alineados del entonces llamado “tercer mundo”, especialmente de los países latinoamericanos en los años sesenta y setenta, y culmina en 1980 con la publicación del Informe MacBride por la UNESCO, una obra cumbre del pensamiento humanista sobre la comunicación y la cultura que constituirá el canto de cisne de esas corrientes, tras la

retirada de los USA, Reino Unido y Nueva Zelanda de la UNESCO, y la ofensiva de los grandes grupos multimedia en el “congreso” de Talloires.

Tras una travesía del desierto de más de veinte años, la Convención sobre la protección y la promoción de Diversidad de las Expresiones Culturales, aprobada el 20 de Octubre de 2005 en la conferencia de la UNESCO en París, retomó el testigo histórico de esta batalla, proclamando la “necesidad de incorporar la cultura como elemento estratégico a las políticas de desarrollo nacional e internacional”.

Además de legitimar para ello la aplicación de políticas culturales nacionales y de cooperación internacional, y la exigencia de pluralismo en los medios de comunicación, especialmente la promoción de los medios de servicio público, la Convención resaltaré la obligación de las “partes” firmantes de crear un entorno que incite a: “crear, producir, distribuir y difundir sus propias expresiones culturales, y tener acceso a ellas, prestando la debida atención a las circunstancias y necesidades específicas de las mujeres y de distintos grupos sociales, comprendidas las personas pertenecientes a minorías y los pueblos autóctonos” (artículo 7).

El Informe de la UNESCO de 2015 resulta relevante en este repaso, tanto como balance de lo conseguido como de enunciación de un nuevo programa internacional más avanzado en términos de diversidad cultural. Sus cuatro objetivos resumen así los retos centrales de la lucha actual: Lograr un sistema sostenible de gobernanza cultural; conseguir un flujo equilibrado de bienes y servicios culturales; integrar la cultura en marcos de desarrollo sostenible; y promover los derechos humanos y las libertades fundamentales.

Junto a las variables tradicionales contempladas por la UNESCO, de lenguas, regiones y países, etnias y religiones, resulta trascendental el señalamiento de la igualdad (de género, entre clases sociales, entre minorías) en cada sociedad como factor fundamental de la diversidad cultural; así como la reafirmación de que, para perseguir todos estos objetivos, es esencial contemplar la situación de los medios de comunicación, con su eje en los medios de servicio público y comunitarios pero también en la diversidad del sistema mediático en su conjunto.

Porque como señaló hace años Armand Mattelart, “no puede haber diversidad cultural sin diversidad mediática. No puede haber diversidad cultural sin políticas de

comunicación". diversidad comunicativa no es posible la diversidad cultural. O, dicho en palabras de Jesús Martín Barbero, "la comunicación es constitutiva de la vida cultural".

La Cultura y la Comunicación como cuarto pilar del desarrollo sostenible:

En la Convención para la promoción de la diversidad de 2005 la UNESCO aseguraba que la cultura "nutre las capacidades y valores humanos y constituye, por lo tanto, uno de los principales motores del desarrollo sostenible de las comunidades, los pueblos, las naciones". A partir de aquí se suceden las proclamas: En 2005 la ONU llama a la diversidad cultural "para promover la paz, el desarrollo y los derechos humanos"; en Septiembre de 2010, adopta la resolución "Cumplir la promesa: Unidos para lograr los OMD (Objetivos del desarrollo del milenio" y subraya el papel de la cultura para el desarrollo sostenible; finalmente, en una enumeración no exhaustiva, en su Congreso Internacional de 2013 en Hangzhou, proclamaba a la cultura como "la llave para un desarrollo sostenible", exigiendo su ubicación como "clave" de las políticas públicas.

También, en términos de conciencia regional y local, la Agenda 21 de la Cultura, en su declaración de 2004 (más de 550 ciudades) reafirmaba este principio esencial, y en el congreso de México de Noviembre de 2010 y en la cumbre de Bilbao de Marzo de 2015 del CGLU (Congreso Mundial de Ciudades y Gobiernos) se volverá a reiterar el papel clave de la cultura en las ciudades sostenibles.

Probablemente como consecuencia de los debates despertados en este terreno por los Objetivos del Milenio del 2000, la Agenda 2030 (2015) para el desarrollo sostenible incluía a la cultura, junto a las tres dimensiones fundamentales, la económica, la social y la ambiental, en muchos de sus objetivos esenciales, aunque indirectamente, de forma que el manifiesto de ocho redes que en representación de la "comunidad mundial de la cultura" reprochaban a la ONU no adoptar "el potencial completo de la cultura" en el desarrollo. Pero, como ha subrayado la Directora General de la UNESCO, Irina Bokowa, sigue siendo una gran novedad el acento puesto por la ONU en su Agenda 2030 para el desarrollo integral de los pueblos, cuando por vez primera "reconoce que la cultura y la diversidad cultural desempeñan una función primordial a la hora de afrontar el desarrollo sostenible".

En paralelo, una prolongada tradición académica, especialmente anglosajona, ha argumentado y reclamado este reconocimiento de la cultura como “cuarto pilar del desarrollo” sostenible (David Throsby; Jhon Hawkes).

Por su parte, la UNESCO, reivindicando de nuevo su papel global, a finales de 2017, en su nuevo Informe Mundial sobre la Cultura para el Desarrollo urbano sostenible, reafirmaba que la cultura hace que las ciudades sean atractivas, creativas y sostenibles” y, en consecuencia, es “clave del desarrollo urbano”.

También desde hace años, una corriente internacional importante de la investigación y el debate sobre la comunicación social ha venido reclamando el papel de la comunicación social para el cambio y la transformación social, indisolublemente ligado a la función de la cultura (Víctor Mari Saéz; Benjamin Ferron; Erica Guevara...). Una reivindicación que no puede separarse de la paralela sobre el papel de la cultura y que pierde muchas veces fuerza al no integrarse estrechamente en la exigencia conjunta e inseparable de la Cultura y la Comunicación como pilar esencial del desarrollo, no sólo económico sino también político democrático, porque sin la participación activa de la sociedad civil no es posible un desarrollo integral ni la conjunción armónica entre los restantes pilares citados.

Algunas conclusiones y propuestas:

No parece ciertamente casualidad que el ascenso de los peores populismos contra la calidad de la democracia y el desarrollo integral de las sociedades se haya producido cuando el sistema mediático y cultural se degradaba profundamente en muchos países, con agigantamiento de las desigualdades socioeconómicas y culturales, y cuando decaían las políticas culturales y comunicativas que paliaban esos desequilibrios, apoyando la diversidad y el acceso universal a los bienes simbólicos. En definitiva, el único antídoto contra el populismo mediático, y el político que lo ampara, es la bandera de la cultura y la comunicación democráticas. Y, en ese sentido, la única solución pasa por recuperar los viejos principios de pluralismo y de diversidad simbólica (en la creación-difusión y en el acceso), de participación y debate público democrático.

El sistema mediático contemporáneo y el espacio de los bienes simbólicos que lo comprende (cultura), se han hecho ciertamente mucho más complejos y sutiles en sus procesos de funcionamiento que el limitado espacio mediático del pasado, pero ello no ha eliminado ni debilitado sino reforzado la necesidad de defender y actualizar las exigencias

clásicas que fundamentaban el derecho a la comunicación pública y la diversidad cultural:

- La inevitable consideración conjunta de esa realidad social como un sistema, compuesto de múltiples elementos en interacción obligada exige equilibrios conjuntos que abarcan a las mediaciones públicas y privadas, a los medios tradicionales en trance de digitalización y a los nuevos medios digitales.
- La necesidad de un polo público potente de medios, capaz de garantizar la producción y el acceso a una cultura y una comunicación de calidad para todos los ciudadanos supone la consecución de medios estatales de servicio público de peso social a todos los niveles territoriales y de medios comunitarios del tercer sector, todos ellos con independencia editorial rigurosa, participativos, innovadores, con financiación suficiente para cumplir sus misiones. En la era digital, ese servicio público tiene obligatoriamente que proyectarse hacia un servicio multimedia y multiplataforma, capaz de combinar las demandas mayoritarias con las de las minorías y de los ciudadanos individuales.
- Un servicio público comunicativo así concebido debe ser el pivote esencial de ese “Internet de servicio público” que algunos autores como Cristian Fuchs han reclamado frente al predominio aplastante de la lógica del capital en las redes “sociales” hegemónicas en la actualidad a escala global.
- Para garantizar ese conjunto armónico es necesario mantener y adecuar las regulaciones nacionales e internacionales que protegían al pluralismo en la creación y el acceso a la cultura y la información, empezando por la legislación antitrust ex ante frente a los oligopolios crecientes en la cultura y la comunicación, analógica y digital; también para proteger a los creadores y las PYMES, a la producción independiente, a los creadores innovadores y minoritarios, a la creatividad de las minorías sociales.
- El complemento vital de este tejido comunicativo es la creación, o restauración en parte, de políticas culturales ambiciosas, sostenidas y sostenibles, articuladas con las políticas de comunicación, con el foco puesto en la diversidad de creación y

sobre todo en el acceso universal de los ciudadanos a los bienes simbólicos.

- Pero si la diversidad solo puede ser intercultural y global, la cooperación al desarrollo cultural y comunicativo entre países, entre sociedades, entre regiones, es una condición sine qua non y no una simple reacción humanitaria, porque sólo puede lograrse mediante el diálogo igualitario entre todas las culturas.

A IRRADIAÇÃO DO POPULISMO¹

*Muniz Sodré de Araújo Cabral*²

D. João VI encomendou ao pintor Jean-Baptiste Debret o retrato de sua aclamação, em 1818, como monarca do Reino Unido de Portugal, Brasil e Algarves. É tida como a primeira imagem mentirosa da História do Brasil: o monarca aparece cercado de povo, que na realidade esteve ausente da cerimônia. Essa ficção constitui, de certo modo, um “populismo”: não havia “povo” sob a monarquia lusa no Brasil, mas ele podia ser retoricamente simulado. Uma simulação não esconde o real, como uma dissimulação, mas produz mentirosamente uma realidade. Nessa mentira, o sujeito do populismo “ama” abstratamente o povo (por uma espécie de derramamento afetivo) e dele se coloca, também abstratamente, como uma espécie de parente. Do coração do populismo — de todo populismo — parte um apelo perverso à familiaridade.

Entretanto, nós nos dispomos a falar aqui, hoje, de outro tipo de mentira ou talvez (se for excessiva essa palavra) de um tipo de ficção que sempre produziu fortes efeitos políticos. Referimo-nos à ficção do “povo”, entronizada na imagem por Debret. O fictício, senão o factício está em que essa suposta unidade política de um conjunto demográfico, o povo, apresenta um problema conceitual. De fato, a ideia de “povo”, indispensável ao conceito de regime republicano, não tem a transparência que se pretende à primeira vista.

Para começar, aceitemos que povo se defina como uma forma coletiva de subjetivação. Mas o conceito clássico de povo é um produto da filosofia moral do Iluminismo. Associar povo a “nação” foi uma estratégia de desenvolvimento e consolidação do poder de Estado contemporâneo. Nessa dupla, como acentua Mairé, “é o povo que é dominante, a tal ponto que não se poderia, hoje como ontem, alimentar uma ambição política para si mesmo ou para todos, se não se tem como uma evidência que o povo é soberano. Esse povo aparece, com efeito, como o referente obrigatório, a fonte e a norma de toda política desde que ressoaram na Europa e no mundo os ‘ideais’, como se diz, da gloriosa Revolução francesa (...) O povo não é, pois, uma população, é um

¹ Palestrante do Painel 1 – Media e Populismos, XV Congresso IBERCOM, Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, em 17 de novembro de 2017.

² Professor Emérito da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Membro do Conselho Deliberativo (CD) do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), órgão ligado ao Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação para incentivo à pesquisa no Brasil.

princípio, e a ideologia do povo é o conjunto sistemático das significações de todas as espécies deduzidas desse princípio”.³

Na Grécia clássica, *demos* era como se chamava cada uma das diferentes tribos constitutivas de Atenas. Reunidas, fizeram valer o poder das diferenças: *demos/kratos*, democracia. Nessa constelação, *demos* e *ethnos* (a subjetivação mítica e clânica) coincidem. Na modernidade ocidental, entretanto, ocorre uma separação: *povo* é gente concebida como *demos* (e não como *ethnos*) — é o princípio político que transforma a população (gente amontoada ou agregada) em sujeito de uma soberania, de um determinado poder frente ao Estado. Daí a importância política dessa noção, por favorecer a identidade hegemônica tutelada pelo Estado. O poder do Estado liberal consegue perpetuar-se graças ao mito de potência que se constitui ao redor do povo, visto como uma essência de liberdade garantida por leis e direitos.

Do ponto de vista político-antropológico, a prevalência do *demos* sobre o *ethnos* pertence ao âmbito do conceito de *humanidade*, que é exclusivamente ocidental. Humanidade é uma ideia renascentista, consentânea ao momento decisivo da história moderna chamado por Fernand Braudel de “longo século XVI”, quando se intensifica a ação dominadora dos europeus sobre os outros povos numa escala planetária. Essa ideia atribui ao homem uma mesma e única razão, o que não passa, conforme Gaston Bachelard, de “síntese estatística”, uma vez que o estuda “de um ponto de vista geral, desprezando as flutuações desse estudo”.

Mas essa ideia de “humanidade” — fachada ideológica para a legitimação da pilhagem dos mercados do Sudeste Asiático, dos metais preciosos nas Américas e da mão-de-obra na África — consolida-se conceitualmente, na medida em que contribui para sustentar o modo como os europeus conhecem a si mesmos: “homens plenamente humanos” e aos outros como “*anthropos*” — outro modo de dizer *ethnos* — não tão plenos. Em outras palavras, o *demos* é humanamente pleno, o *ethnos* está a meio caminho da escada evolutiva. O *humano* define-se, assim, de dentro para fora, renegando a alteridade a partir de padrões hierárquicos estabelecidos pela cosmologia cristã e implicitamente referendados pela filosofia secular. Desta provém o juízo epistêmico de que o *Outro* (*anthropos*) não tem plenitude racional, logo, seria ontologicamente inferior ao humano ocidental.

³ Mairé, Gérard. *Peuple et Nation*. In *Histoire des Idéologies*. Hachette, 1978, p. 57.

Essa é a mesma antropologia idealista responsável pela naturalização de conceitos como a propriedade privada, os mecanismos do mercado, o processo do trabalho e do capital, que receberam de Marx uma crítica decisiva. Nesse movimento, a análise marxista desmontou a armação conceitual que sustenta a ficção do “povo”, mostrando que a referência ideal dessa ideia aparece quando historicamente se rompe a comunidade tradicional e emerge a concentração urbana de massas desenraizadas. Diz Baudrillard: “A análise marxista desmascarou o mito do Povo e revelou o que ele ocultava idealmente: o salariado e a luta de classes”.⁴

Mas o mito é politicamente renitente e atualiza-se de modo diverso na variação das realidades nacionais. Entre nós, brasileiros, ele se tornou forte no interior do patrimonialismo, que é a forma assumida pelo poder no Brasil, tanto no plano da organização estatal quanto no das relações sociais. É a forma que herdamos do transplante do aparelho de Estado ibérico. Um texto original para a compreensão do patrimonialismo é o *Livro da virtuosa benfeitoria*, escrito na primeira metade do século XV pelo infante e depois Regente D. Pedro (1392-1449), que encorajou os descobrimentos no litoral oeste africano e no Oceano Atlântico.

No *Livro*, D. Pedro propugna um tipo de sociedade em que “benfeitorias (doações, benefícios, favores) do príncipe são trocadas por lealdade e submissão permanentes por parte dos súditos”. A benfeitoria implica uma verdadeira doutrina do favor. O príncipe é mais naturalmente dotado para tal doutrina do que os outros homens, “os quais, ainda que a saibam e queiram pô-la em obra, por constrangimento de míngua, cessam de fazer o que desejam”. Ao governante, portanto, cabe fazer do favor, da mercê, um “projeto honroso”.

O notável em todo esse texto é a sua clareza como fonte ideológica do Estado patrimonialista português nascente, colocando sem rodeios e com tintas filosóficas, a categoria do favor privilegiado, persistente até hoje como forma social na vida brasileira. Por cooptação, outros podem passar a integrar tal comunidade ou estamento unido em torno do interesse empresarial de um governante. Essa sociedade empresarial, administrada por um príncipe com a ajuda de um estamento constituído por soldados, burgueses e letrados, conflui para o Estado patrimonialista. Moral, leis e religião convergem para uma forma social de natureza patrimonialista, isto é, uma “maneira”

⁴ Baudrillard, Jean. Le miroir de la production. Galilée, 1985, p.59.

político-social em que a circulação de riquezas obedece a critérios familiares, clânicos ou grupais.

A tese do transplante para o Brasil dessa ordem social patrimonialista característica da Dinastia de Aviz, é muito bem exposta por Faoro.⁵ É a forma de poder – em que funcionários e bacharéis usam as leis e a burocracia como instrumentos de opressão das classes subalternas como biombo para o “mais-gozar” do grupo dirigente – que se transplanta para o Brasil: “A reprodução do poder, o refazimento na colônia das estruturas de poder que existiam em Portugal tem como vínculo essa gente sem muito dinheiro, mas com alvarás no bolso, sesmarias na terra e nomes que assustam e forçam o respeito lá na corte e cá na colônia”.⁶

A colonização obedeceu desde cedo à lógica de um capitalismo politicamente orientado para fundar na América do Sul um prolongamento do Estado português. Figuras importantes do estamento dirigente se transferem para o Brasil, que é de fato um “negócio do rei”, integrado na estrutura patrimonial financiado por banqueiros e grandes comerciantes europeus, especialmente genoveses e marranos. Acena-se para os despossuídos com a possibilidade de uma boa vida no Novo Mundo, onde participariam do grupo dirigente. Aos escravos, cada vez mais insuficientes em número, caberia trabalhar para atender às exigências fiscais da coroa.

O espírito de centralidade patrimonialista, que a princípio só se fazia sentir no litoral, expande-se para os sertões com abertura das minas. Nobres da terra (senhores rurais), cristãos-novos, mascates e administradores compõem a oligarquia dirigente. Os funcionários valem-se dos seus cargos como se fossem títulos, de maneira privatista, arbitrária e ineficiente, razão por que o Estado burocrático-patrimonialista, autônomo frente à sociedade, é percebido como algo à parte, um “monstro sem alma”, “titular da violência”.

O Brasil chega ao século XIX com um Estado de formato despótico e obscurantista entregue ao domínio do militar reinol, enquanto o senhor rural se encontra isolado, confinado às localidades. O que permanece inalterado é o eixo da política: o reino deveria servir ao desfrute e gozo do estamento dominante. O império instituiria, assim, no Brasil, o

⁵FAORO, R. Os donos do poder – A formação do patronato político brasileiro. Globo/USP, 1973.

⁶DÓRIA, F.A. Os herdeiros do poder. Revan, 1994, p. 44.

Estado-Nação. A independência manteve a burocracia da Corte de D. João VI, e o Estado burocrático-patrimonialista continuou, como no período colonial, intermediário de todas as atividades econômicas, orientando em favor de seus clientes e patrocinadores, o “negócio” da nação.

Quem são esses? Em primeiro lugar, a Inglaterra; depois, no plano interno, a elite ou patriciado brasileiro, descendente dos primeiros capitães-donatários das terras, governadores gerais e altos funcionários do governo colonial. Trata-se em geral de famílias originariamente vinculadas à classe dominante portuguesa— seja a antiga nobreza do tempo da Dinastia de Borgonha, seja a burguesia alçada à nobreza nos tempos de Aviz.

O poder oligárquico do senhor rural, por sua vez, assumia a forma da família extensa, cujos contornos aparecem mais claramente no Nordeste (séculos XVIII e XIX), quando se pensa no modelo clássico da família do proprietário da *plantation*, o senhor de engenho de açúcar típico. Este é o chefe de uma família que inclui filhos e netos, irmãos sem posses, sobrinhos, parentes afastados e bastardos. Na senzala, à sombra da casa-grande, vive o escravo, o degrau mais baixo da escada. Povo, no sentido da filosofia das Luzes, não existia — daí a ficção de Debret no quadro da aclamação de D. João VI.

Na mitologia patrimonialista, o povo nacional é figurado como uma “família” piramidal, com as elites no topo, estratos sociais intermediários e, na base da pirâmide, a vasta “parentela” da plebe. A figuração é imaginária, mas dá margem a hierarquias reais, tanto em níveis de renda quanto em gradação da cor da pele. Real é, portanto, a desigualdade, alimentada por um sistema tributário caótico, que beneficia os mais ricos e penaliza os mais pobres. O tranquilo convívio com a desigualdade por parte das elites dirigentes é uma herança da sociedade escravagista. E a dinâmica do populismo é um dos sucedâneos da estrutura escravista, que comportava um perverso relacionamento simbólico de obrigações mútuas.

Todo patrimonialismo implica um complexo de relações mantido por família, clã ou grupo afim, que visa à preservação do conjunto pela distribuição interna de bens. O fator econômico é importante, mas a essência da razão patrimonialista é político-cultural: a manutenção daquele grupo específico, sua intrínseca familiaridade. A reinterpretação dessa forma social ibérica atende convenientemente aos discursos e às narrativas de invenção da identidade nacional. Durante todo um século a partir da Independência, o estabelecimento da identidade nacional, a definição de brasilidade tinha de fato grande

importância política para uma classe dirigente destinada a perpetuar a nação como “negócio”, não mais do rei de Portugal, mas das oligarquias rurais em coalizão com os burocratas que administravam o Estado agroexportador.

Entende-se deste modo por que a questão identitária tem sido tão importante para a intelectualidade desde o fato da independência — Machado de Assis, o Modernismo, o Cinema Novo. O liberalismo que levou segmentos da elite monarquista a reivindicar a abolição da escravidão não estava comprometido com a realidade social e humana da maioria populacional, que era constituída pelos africanos e seus descendentes, e sim com a adequação das ideias nacionais ao ideário culto da Europa. O homem concreto, a diversidade humana — os afrodescendentes, os indígenas, os sertanejos, as populações ribeirinhas etc. — seria socialmente discriminada e excluída, mas formalmente realocada num padrão culto de inspiração européia.

Para as elites dirigentes, era preciso ter um perfil identitário com alguma valorização frente à Europa e, ao mesmo tempo, manter nos lugares dominados os negros e os índios, esses que efetivamente constituíam as possibilidades concretas de povo no sentido de formas autóctones de subjetivação. Mas essas não são possibilidades de *um* povo, e sim de *povos* (formas diversas de subjetivação coletiva), senão comunidades, uma vez que a diversidade, enquanto o imprevisível humano, é a marca da autoctonia sul-americana e, como consequência, fonte de temores para os grupos estamentários no poder. Esses grupos, ameaçados pela ambigüidade identitária, tendem a elaborar discursos de síntese monoculturalista — “povo nacional”, “cultura nacional” etc. — para a sua legitimação histórica. São discursos que se empenham na elaboração de uma imagem de unidade conciliatória e não conflitante, ao passo que a realidade sócio-histórica é feita de contradições e diversidade.

É no interior dessa máscara ideológica — forjada pela incapacidade das burocracias dirigentes de apreenderem a realidade histórica dos povos nacionais — que surgem e se desdobram os populismos de diversos tipos. O populismo é primo-irmão do nacionalismo vesgo — o nacionalismo que se esgota na entoação do hino e na entronização das fobias a tudo que seja “outro”. Há primeiro os populismos políticos, que se aproveitam e reinterpretam fragmentos do patrimonialismo das elites e do Estado: cooptam indivíduos, abandonam as instituições; ao invés de políticas estruturantes, política social compensatória. Alguns se caracterizam pelo histórico caudilhismo populista, outros, a

maioria deles, chafurda no mais estreito clientelismo eleitoral. O capitalismo de famílias é, em geral, um capitalismo de compadres, senão um capitalismo de quadrilhas.⁷

Hoje, há mesmo populismos de “esquerda”, a exemplo do nacional populismo apoiado nesse rebaixamento conceitual que é identificar consumo com cidadania: No Brasil, em 2013, o discurso populista — isto é, não estruturante, mas compensatório — comemorava a ascensão da “classe C”, formada por 108 milhões de brasileiros, (54% da população), consumidores de 1,17 trilhão de reais por ano em carros, viagens, artefatos eletrônicos etc. Estimava-se que, em 2023, 58% da população estariam na dita classe C. Ora, em 2017, registravam-se 14 milhões de desempregados, 60 milhões de endividados e pelo menos quatro milhões de retornados às classes D e E. Na realidade, apenas mascarada pelo incremento temporário do consumo, a desigualdade de renda no Brasil não caiu entre 2001 e 2015.

Desigualdade é a palavra-chave para a desmistificação dos populismos. Sem política de estrutura — isto é, sem política capaz de afetar os modelos institucionais — no contexto de uma desigualdade visceral, a ascensão de classe é como o fruto maduro num galho, suscetível de desabar a qualquer flutuação do vento. E não é preciso sequer consultar o vocabulário da esquerda para se conhecer o antídoto do populismo: a agenda global do ex-presidente americano Barack Obama é clara na defesa da redução da desigualdade, no investimento maior em educação, no engajamento cívico da sociedade, no diálogo (dentro e fora da rede), na tolerância e na valorização das diferenças.

Mas os populismos se espalham, e aqui podemos fazer uma pequena síntese: produto saído do que Gramsci chamava de “pequena política”, o populismo, à direita ou à esquerda, celebra o senso comum afetivo, identificando sabedoria prática com mediocridade política. Na Europa, na América, nas Américas, o nacional populismo é primo-irmão do protofascismo.

⁷ No exercício do poder, o patrimonialismo brasileiro define-se por fisiologismo político e familialismo. Tem largo alcance uma única declaração do ex-parlamentar Pedro Correa, condenado por corrupção, a propósito da longevidade dessa prática: “O meu trisavô paterno foi presidente do Parlamentarismo Imperial, foi primeiro-ministro do Brasil. Foi presidente do Banco do Brasil, senador, presidente da Província do Maranhão e de São Paulo. Já naquela época existia [corrupção], e existia porque o sujeito para se eleger era complicado” (*O Globo*, 7/1/2018). Nesse mesmo depoimento, ele sugere uma metáfora para a associação da política à família: “Esse negócio da gente de política é assim, noivado, namoro e casamento. Não tem divórcio. Divórcio na política é tapa na cara”.

Culturalismo midiático

O fenômeno desborda a política na forma de populismos culturalistas, pelos quais responde a mídia hegemônica. No Brasil, a televisão massiva arrebanhou público explorando uma representação imaginária e rebaixada do povo nacional. Desde o início, a tevê caracteriza-se por um imaginário de “praça pública”, exatamente no sentido trabalhado por Bakhtin, isto é, a praça como “feira livre” das expressões diversificadas da cultura plebéia (melodramas, festas de largo, danças, circo etc.). Ou então, como lugar de manifestação do espírito dos bairros de uma cidade, com suas pequenas alegrias e violências, grosserias, ditos sarcásticos, onde a exibição dos altos ícones da cultura oficial confronta-se com o que diz respeito ao vulgar ou “baixo”: os costumes e gostos, às vezes exasperados, do populacho. A isso denominamos “estética do grotesco”.

Mas é preciso frisar que nada disso é exclusivo da televisão terceiro-mundista, especialmente a brasileira. Na modernidade tardia que experimentamos, expande-se um imaginário teratológico e escatológico, provavelmente como consequência das mutações identitárias e da instabilidade das representações, constantes fontes de ameaças para o universo das elites. As sombras da banalidade e da bestialização acompanham igualmente esse imaginário, que o crítico italiano Omar Calabrese chamou de “neobarroco”, mas que se encaminha em seus formatos de entretenimento público para a estética do grotesco chocante. Monstruosa é quase sempre a representação da diversidade humana, contrastada com a elite consumidora. Os feios, os disformes, os miseráveis, os discriminados — seres tendencialmente colocados na lata de lixo do esteticamente correto — são exibidos como conformações “dissipativas” da imagem humana. Neles, pretende-se que a periferia se reconheça; deles, a elite pode distinguir-se: a televisão é o lugar da síntese, a internet é o lugar em que o racismo pode sair do armário.

Não faltou quem pudesse ver nesse tipo de programação televisiva a realização de uma espécie de projeto de cultura nacional-popular, que não teria sido conseguida pelo cinema ou qualquer tipo de espetáculo. Mas quem “viu” na verdade perdeu de vista que essas variadas formas de populismo culturalista compõem um quadro hegemônico, em que as instituições lúdicas das culturas dos povos são expropriadas de sua fermentação alternativa ou de seu comunitarismo diverso em favor de uma integração indiferenciada no mercado oficial dos espetáculos urbanos, onde pontifica a mídia, impondo uma forma

acabada da mercadoria como modo dominante de relacionamento entre os indivíduos e o mundo.

Agora, a mediação eletrônica coincide com o momento histórico de enfraquecimento do liberalismo político e do trânsito da ideia racional de povo em favor de uma ainda obscura massa populacional, redefinida e fixada pelo mercado ampliado. O poder exercido sobre essa massa decorre principalmente das organizações empresariais que acumulam e concentram gigantescas quantidades de informação sobre consumidores reais e virtuais. No antigo lugar da velha retórica argumentativa, entram os *bytes, gigabytes, terabytes* (quantificadores do volume de informação num sistema computacional) que compõem os arquivos dos bancos de dados sob o rótulo de *Big Data*. No ciberespaço, o povo, para se usar uma corrente expressão jurídica, é uma massa falida. Na realidade, não se fala mais em “povo” sequer: o “usuário” é a ficção populista da vez.

O ESCÂNDALO DA “PROSTITUTA FELIZ” E A CULTURA MIDIÁTICA DA AVERSÃO¹

João Freire Filho ²

A partir do começo do século XIX, o tema da prostituição feminina se tornou onipresente no campo das artes e foi inserido em ascendentes redes de saber e poder. Escritores, criminologistas, médicos, políticos e lideranças religiosas travaram polêmicas e congregaram esforços para conferir uma identidade às prostitutas “clandestinas” e “públicas”, vinculadas a diferentes estratos sociais. Na elaboração daqueles catálogos de variantes pitorescas e de subdivisões tétricas da prostituição, revezavam-se o pretenso olhar clínico, o voyeurismo, a sentimentalidade, o temor e o nojo de uma plêiade de cidadãos ilustrados do sexo masculino. As elites administrativas e intelectuais fizeram da *mulher pública* não apenas um objeto de desejo, mas também de investigação e de debate, revestindo-a de relevância simbólica e de significados sociais. O universo do meretrício passou a funcionar, então, como uma *tela cultural* onde eram projetadas inquietudes acerca dos efeitos do desenvolvimento do capitalismo industrial e da modernização dos costumes.

As hipóteses a respeito da gênese do comportamento feminino perverso ou desviante se multiplicaram ao longo do século XIX, assim como as propostas para retificar o mal ou, pelo menos, conter o seu avanço. A “questão social da prostituição” logo se firmou, também, como uma das obsessões da emergente imprensa brasileira. Os médicos e os juristas mais afinados com os princípios editoriais de cada veículo dispunham de amplo espaço para discutir o assunto premente: Quais seriam as fraquezas subjetivas, as casualidades funestas e as desigualdades estruturais que arrastavam as mulheres para o comércio do sexo?

A abordagem do tema não ficou restrita, todavia, à divulgação de contraditórias teses científicas. No início do século XX, os jornais cariocas passaram a fomentar uma

¹ Palestrante do Painel Temático 2 – Cultura, Cidadania e Participação, XV Congresso IBERCOM, Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, em 18 de novembro de 2017.

² Professor associado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Membro do Comitê de Assessoramento (CA) do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), órgão ligado ao Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação para incentivo à pesquisa no Brasil.

“pedagogia do medo” (OTTONI, 2008, p. 295), publicando — na primeira página e na seção policial — frequentes relatos do fim trágico de habitantes do meretrício (descrito como um ambiente asqueroso, em que predominavam a jogatina, a violência e o alto consumo de álcool e de drogas). Manchetes em letras garrafais precediam as notícias sobre tentativas de assassinato e de homicídios de prostitutas; com o intuito de fisgar a atenção até mesmo de leitores semianalfabetos, os editores estampavam fotos e ilustrações de vítimas esfaqueadas, cobertas de sangue, com a cabeça decepada ou a face desfigurada, com o corpo desnudo ou vestido rasgado. Além de incrementar a vendagem dos periódicos, as matérias sensacionalistas acerca das consequências fatais da devassidão cumpriam um papel educativo, “informando aos leitores como as mulheres não deveriam ser” (idem, p. 285).

Apesar de não ocupar mais um lugar tão central na mídia, a prostituição ainda permanece como assunto palpitante, mobilizando ansiedades e fantasias, notadamente em períodos de grande mudança social e turbulência política. No restante deste artigo, analiso um exemplo marcante da sobrecarga de emoções e de sentimentos gerada pela irrupção da temática da prostituição na esfera pública. Concentro-me, mais especificamente, na extraordinária repercussão do testemunho de uma prostituta que, contrariando duradouros estereótipos, declarou-se feliz e exigiu respeito, em vez de mostrar tristeza e arrependimento (os meios mais óbvios para a conquista da simpatia e da boa vontade alheia).

Com ares de “guerra cultural”, o debate em torno da declaração da *prostituta feliz* envolveu a classe política, a comunidade científica, porta-vozes de distintas correntes e entidades religiosas, representantes de associações de profissionais do sexo e militantes feministas (com pontos de vista antagônicos sobre as causas e as implicações da prostituição). Por meio da análise dos diversos engajamentos naquela polêmica, é possível delinear um vívido panorama de aspirações sociais, conflitos morais e polarizações políticas que se evidenciaram, recentemente, na vida pública brasileira.

Uma felicidade obscena

Em 02 de junho de 2013, Dia Internacional da Prostituta, o Ministério da Saúde anunciou o lançamento da campanha “Sem vergonha de usar camisinha” — uma

iniciativa fadada a figurar entre as diversas contendas morais e disputas políticas que alvoroçaram o país naquele mês histórico.

A ação governamental possuía duas finalidades interligadas: fomentar a autovalorização das prostitutas e promover a prevenção de doenças sexualmente transmissíveis. Todo o material da campanha — cinco vídeos e seis *banners* — tinha sido elaborado com a participação efetiva de profissionais do sexo, durante uma Oficina de Comunicação em Saúde ocorrida em João Pessoa, na Paraíba, de 11 a 14 de março.

Uma das peças exibia a foto da presidente do Núcleo de Estudos da Prostituição de Porto Alegre (NEP), a gaúcha Nilce Machado, com 53 anos à época. Enquadrada em plano médio, ela encara o observador com altivez e um sorriso discreto. Seus cabelos ruivos se harmonizam com a blusa vermelha sem mangas; o mesmo padrão cromático prevalece nas dezenas de flores de estilo *naïf* que adornam o cartaz. A composição do *banner* cria uma atmosfera jovial; transmite confiança, sem insinuar uma disposição hostil. À esquerda de Nilce, sobressai uma frase que ela proferira na oficina de comunicação ministerial: “Eu sou feliz sendo prostituta”.

Estampada na predominante tonalidade escarlate, a declaração de Nilce Machado se assemelha aos *slogans* de diversas propagandas que condensam, em fórmulas memoráveis, anseios de independência, autonomia, liberdade de escolha de trajetórias e estilos de vida. Ocorre que, desta feita, a atraente divisa ética e a corriqueira estética comercial foram incorporadas a uma peça com protagonista incomum. Não nos deparamos, ali, com os mesmos rostos exultantes de sempre: uma adolescente *empoderada*, ostentando o seu novo visual atrevido, ou uma executiva charmosa e dinâmica que se aventurou a montar o próprio negócio. Quem anuncia a sua felicidade é uma mulher que ganha a vida prestando serviços sexuais para múltiplos clientes. Uma *prostituta*, grupo social que carrega um fardo histórico de estigmas, suspeitas e rejeições. A perplexidade foi redobrada por tratar-se, no caso, da imagem e das palavras de uma prostituta verídica, de meia-idade e de baixa renda, cuja aparência carecia dos retoques cosméticos e da remodelagem corporal das garotas de programa que animam telenovelas e consecutivas séries brasileiras, como *Oscar Freire 279* (Multishow, 2011), *Preamar* (HBO, 2012), *Uma Rua Sem Vergonha* (Multishow, 2013), *Lúcia McCartney* (GNT, 2016), *O Negócio* (HBO, 2013-) e *#MeChamaDeBruna* (FOX+ Premium, 2016-).

Com veiculação planejada apenas para a Internet, a campanha “Sem vergonha de usar camisinha” predefinira como público-alvo as próprias trabalhadoras sexuais. Todavia, a imagem da “prostituta feliz” acabou atingindo audiência muitíssimo mais ampla e diversa, circulando por um ambiente midiático híbrido, formado pela interação entre veículos informativos tradicionais e plataformas *on-line*. A apropriação do convencional arcabouço publicitário logo se revelou perturbadora. Receios e aspirações sociais adquiriram materialidade na figura da *prostituta feliz*, tratada como símbolo de mudanças significativas nos rumos do Brasil durante a administração petista.

À medida que ia propagando-se por um circuito comunicacional expandido, o desconcertante cartaz ganhava novas interpretações e repercussões afetivas, movendo diferentes atores sociais, instigando-os a tomar partido, a manifestar publicamente a sua opinião. Nas tribunas parlamentares, nos púlpitos religiosos e nos fóruns virtuais, contrapunham-se, com frequência, noções de dignidade e modelos da vida feliz. A complexa trama de discursos emocionais realçava alinhamentos e engajamentos diversos: 1) adesão ao imaginário liberal secular; 2) fidelidade a doutrinas eclesiásticas; 3) vinculação com movimentos sociais (feminista, LGBT e de defesa dos direitos das profissionais do sexo).

Conforme atestaram as reações mais imediatas à campanha do Ministério da Saúde, a declaração e a pose assertiva de Nilce Machado contrariam a visão preponderante sobre as agruras do trabalho sexual. Uma parcela ruidosa da população espera (*considera provável* ou *deseja fervorosamente*) que prostitutas vivam num estado de profunda tristeza e desencanto, exibindo publicamente a vergonha de sua ocupação indecorosa, o abatimento de quem sofre com o desprezo alheio, a humildade de quem se imbuíu do sentimento da própria insignificância, entre outras posturas emocionais típicas da pessoa que soube absorver e incorporar a atribuição de um *status* social e moral inferior. Na pior das hipóteses, conserva-se a expectativa de que as prostitutas tenham, no mínimo, a decência de externar as apropriadas *emoções negativas*, da mesma forma que uma noiva é obrigada a empreender todo um *trabalho emocional*, se preciso for, para demonstrar entusiasmo e parecer radiante ao longo dos preparativos e da realização da cerimônia de casamento:

Com base na sua compreensão das regras gerais de como as noivas devem ver, sentir e parecer, a noiva se modela. Ela age como uma noiva. Quando tudo vai

bem, ela experimenta uma unidade entre o evento (o casamento), a forma adequada de pensar sobre isso (levar a sério) e a maneira correta de sentir-se a respeito disso (feliz, eufórica, fortalecida). Quando isso acontece, o ritual funciona. (HOCHSCHILD, [1983] 2012, p. 61)

De acordo com o modelo sociológico proposto por Hochschild ([1983] 2012, 2005), uma noiva, ao definir seu estado afetivo, necessita contar com uma ideia prévia de quais são os sentimentos culturalmente disponíveis para serem experienciados — emoções “pré-reconhecidas”, “pré-nomeadas” e “pré-articuladas”. A noiva procura adequar seu sentimento, de maneira intuitiva, a um sentimento mais próximo encontrável no “dicionário emocional” compartilhado coletivamente. Ao estabelecer a correspondência entre os dois elementos, ela descobre que alguns sentimentos são possíveis de serem sentidos (“*feel-able*”) e outros não (na China, exemplifica a autora, a atração romântica e sexual entre pessoas do mesmo sexo não é considerada simplesmente “imprópria” — ela é totalmente inconcebível). Como outros glossários, o “dicionário emocional” reflete o consenso entre as autoridades de um determinado tempo e lugar. Expressa a ideia de que, no âmbito de determinado “grupo linguístico” emocional, existem certas experiências emotivas, cada uma com sua própria ontologia. Além de buscar a compreensão de seus sentimentos nos verbetes do dicionário hipotético, a noiva também deverá moldar suas emoções de acordo com uma “bíblia emocional” — um conjunto de prescrições embutidos na sabedoria que recebe de sua cultura:

A noiva vive em uma *cultura emocional*. O que a noiva espera ou deseja sentir neste dia? Ela nos diz que um casamento “é, supostamente, o dia mais feliz de sua vida”. Na medida em que ela comunga este desejo com a maioria das outras jovens mulheres heterossexuais estadunidenses, ela interiorizou uma regra de sentimento compartilhada: neste dia, sinta a maior felicidade que você já experimentou. (HOCHSCHILD, 2005, p. 6-7)

Diferentemente da noiva evocada por Hochschild, Nilce Machado, a *prostituta feliz*, não internalizara, pelo visto, a regra de que convém às profissionais do sexo exhibir, em determinadas aparições públicas, uma postura retraída e encabulada ou um semblante arrependido. Coerente com o mote da campanha ministerial, ao posar para o cartaz polêmico, Nilce rechaçou ostensivamente a *vergonha*, “a emoção que nos faz querer sumir” (BIDDLE, 2009, p. 114) — o que equivale a dizer que, naquele momento, ela rejeitou ser reduzida à condição de objeto da jurisdição alheia (idem, p. 113); recusou esconder-se ou desaparecer sob a intimidante reprovação de observadores revoltados, cuja habitual

atitude sentenciosa faz com que, amiúde, o alvo da rejeição enojada se sinta *repulsivo*, *abjeto*, devido a uma “introjeção mimética”: “Se o outro está com asco, eu devo ser repugnante” (p. 115).

Deixando a vergonha de lado, Nilce Machado afirmou que, sendo prostituta, experimentava a *felicidade* — sentimento que, em diversos países, concorre com o *amor* pelo *status* de “condição emocional mais importante na vida” (LUTZ, 1998, p. 145). Proclamar-se feliz trabalhando no comércio do sexo soou, para muitos ouvintes condolentes, como uma demonstração de autoengano — uma alardeada ilusão, capaz de atrair mais mulheres para o meretrício. Outros opositores da campanha interpretaram a manifestação pública de felicidade como mera provocação — um acinte das prostitutas, bafejado pela administração petista. Entre os críticos da campanha, houve quem admitisse, contudo, a possibilidade de que a declaração de Nilce constituísse um relato sincero de um real estado de espírito — conjectura que não tornava o seu depoimento menos intolerável. A origem do escândalo, no caso, era a sugestão (referendada pelo governo federal) de que a felicidade podia ser efetivamente encontrada na imoralidade, na volúpia de um prostíbulo. Essa existência gratificante radicalmente dissociada de uma vida íntegra foi repelida como sendo uma felicidade *obscena*, em todos os sentidos: além de afigurar-se “suja”, “poluída”, “corrompida”, dinamizando as síndromes de *pureza* e *perigo* esmiuçadas por Douglas (2014), o seu anúncio constituía o presságio de um declínio moral mais abrangente, derivado de pressões sociais para o alargamento do universo de condutas e de estilos de vidas considerados normais e respeitáveis.³

O reconhecimento oficial da existência de prostitutas felizes provocou reações e contraofensivas políticas. Parlamentares proclamaram, de imediato, a sua indignação. O assunto entrou em pauta no dia 03 de junho, na Comissão de Direitos Humanos e Minorias, presidida pelo pastor Marco Feliciano (PSC-SP). O primeiro a pronunciar-se foi o deputado João Campos (PSDB-GO): “Esse governo tem a capacidade de buscar uns temas que me assusta. Eu sou feliz sendo prostituta, diz campanha do Ministério da Saúde do

³ A palavra *obsceno* provem do latim *obscoenum*, de *obs*, “sobre” + *caenum*, “imundície”; o termo pertencia, originariamente, à linguagem augural — isto é, ao vocabulário técnico da antiga arte da adivinhação. Autores romanos mencionam uma categoria especial de pássaros, *obscenae aves*, cujo canto era interpretado pelos sacerdotes com o intuito de prever o futuro; a palavra logo foi usada para caracterizar criaturas ominosas e objetos sinistros, que traziam ou anunciavam mau agouro.

governo Dilma Rousseff. Não tem outra política pública decente para fazer?”.⁴ Logo em seguida, tal qual um antigo áugure romano, Campos divulgou previsões sombrias: “Já vejo os títulos das próximas campanhas. Sou adúltero, sou feliz. Sou incestuoso, siga-me. Sou pedófilo, sou feliz, sou realizado.”⁵

A fim de exacerbar a hostilidade contra a iniciativa do governo federal, João Campos converteu a *prostituta feliz* em signo tangível da ruína moral vindoura. Sua estratégia retórica promove um medo desdobrável e amplifica a indignação. Do alto da tribuna, o parlamentar anunciou: não tardará para que o Estado reconheça e ampare o direito à felicidade do incestuoso e do pedófilo, personagens emblemáticos da galeria dos imorais. A alusão à presidência de Dilma Rousseff sinaliza qual é a gênese da depravação: como se alertara, reiterada vezes, ao longo da disputa eleitoral de 2010, a agenda do PT contraria preceitos religiosos e põe em questão a ordem familiar.

Na esteira de Campos, outros parlamentares condenaram a peça publicitária do Ministério da Saúde: “Estamos combatendo a prostituição infantil e vem uma campanha incentivando. Você está combatendo, tirando das ruas, aí vem a campanha dizendo que é feliz”, criticou a deputada Liliam Sá, coordenadora do PSD Mulher, no Rio de Janeiro. O fervor da indignação se une, aqui, a um apelo à compaixão: fiquemos atentos, a cruzada para salvar almas inocentes corre perigo! O aviso da sabotagem podia tocar fundo no coração dos homens de bem, tornando a ação ministerial ainda mais abominável. Mas não eram somente as crianças que se encontravam sob ameaça: o advogado Costa Ferreira (PSC-MA), outro pastor-deputado da Igreja Assembleia de Deus, se mostrou preocupado em defender o *papel natural* das mulheres: “A mulher não nasceu para ser prostituta, nasceu para ser mãe de família”.⁶

Não surpreende que a celeuma em torno da *prostituta feliz* tenha sido desencadeada na Comissão de Direitos Humanos e Minorias (CDHM), durante a presidência de Marcos Feliciano — deputado federal do Partido Social Cristão (PSC-SP), pastor e fundador da Catedral do Avivamento (igreja neopentecostal vinculada à

⁴ <http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/2013-06-04/evangelicos-criticam-campanha-eu-sou-feliz-sendo-prostituta.html>. (último acesso em março/2018).

⁵ Pastor da Igreja Assembleia de Deus e ex-delegado de polícia, o deputado João Campos coordenava, desde 2009, a Frente Parlamentar Evangélica. Ganhara, então, notoriedade como autor do Projeto de Decreto Legislativo nº 234/2011 — favorável a medidas terapêuticas para a “cura gay”, na definição sintética dos opositores.

⁶ <http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/2013-06-04/evangelicos-criticam-campanha-eu-sou-feliz-sendo-prostituta.html>. (último acesso em março/2018).

(resultante da superação de estigmas) constitui uma força motivacional indispensável para que profissionais do sexo evitem condutas prejudiciais à própria saúde e zelem pelo próprio bem-estar.

Alegando não ter sido previamente consultado, Alexandre Padilha determinou — no mesmo dia 04 de junho — a demissão do responsável pela criação da campanha “Sem vergonha de usar camisinha”, o infectologista Dirceu Greco, professor titular de medicina da UFMG e diretor do Departamento de DST, AIDS e Hepatites Virais do Ministério da Saúde.⁹ Greco lamentou que o governo tivesse abdicado de sua política de direitos humanos para atender a demanda de forças conservadoras. Segundo ele, a concepção da campanha ministerial seguira, estritamente, os preceitos do conhecimento científico, isento de orientação normativa:

Ela [a reação contrária] veio de grupos muito específicos, que falam assim: “Você não pode aparecer, não pode ser feliz. A prostituição é pecado”. Eu estava falando sobre saúde pública e o outro lado fala sobre religião e moralidade.¹⁰

O diretor exonerado recebeu manifestações de apoio de representantes da comunidade científica.¹¹ Presidente da Sociedade Brasileira de Bioética (SBB) no biênio 2011-2013, o médico e professor do Departamento de Saúde Coletiva da UnB Cláudio Lorenzo se valeu do conceito nietzschiano de *moralina* para reprovar a atitude do ministro Padilha:

Segundo o filósofo, essa *moralina* não é senão uma moral superficial e hipócrita que se infiltra no tecido social e nas estruturas do Estado, como expressão de ódio e de apetite de vingança pelos diferentes. Ela inspira então ações estratégicas para enquadrar os diferentes em seu padrão de moralidade. (...) É ela também que inspira a postura de ignorar estrategicamente a existência das prostitutas e ignorando-as, permitir que sofram violência, que sejam exploradas no trabalho, e que se lhes negue o direito à autoestima e à felicidade. A *moralina* brasileira parece querê-las sempre no lugar de Madalenas apedrejadas, à espera de redenção.¹²

⁹ <http://oglobo.globo.com/brasil/ministerio-da-saude-demite-responsavel-por-campanha-sou-feliz-sendo-prostituta-8590614>; <http://oglobo.globo.com/brasil/padilha-nega-pressao-por-demissao-de-diretor-responsavel-por-peca-sou-feliz-sendo-prostituta-8604687>. (último acesso: março/2018).

¹⁰ <http://g1.globo.com/globonews/noticia/2013/06/campanhafoitiradadecirculacaoporpressaoedeforadizdirceugreco.html>. (último acesso: março/2018).

¹¹ <http://www.viomundo.com.br/denuncias/padilha-colocou-o-falso-moralismo-acima-de-evidencias-cientificas-mortes-desnecessarias-virao.html>. (último acesso: março/2018).

¹² <http://www.sbbioetica.org.br/Noticia/191/presidente-lanca-nota-sobre-exoneracao-do-prof-dirceu-greco-da-direcao-do-departamento-dstaids%C2%B9>. (último acesso: março/2018).

Em sua conta no Twitter¹³ e em uma entrevista para a revista *Fórum*, Alexandre Padilha negou que pressões morais ou religiosas tenham influído nas modificações na campanha “Sem vergonha de usar camisinha”:

Enquanto for ministro da Saúde do país a assinatura do Ministério da Saúde não vai entrar em um cartaz que diz, “Sou feliz sendo prostituta”. Porque não cabe ao Ministério da Saúde priorizar nas suas campanhas algo que é uma percepção individual. A frase não é nem dialogando com o fato de se existe prostituta feliz ou se existe prostituta triste. A frase é inversa, inclusive, fala que o motivo da felicidade é ser prostituta. Acho que há várias prostitutas que são felizes e várias outras prostitutas que são tristes.

O ministro prosseguiu argumentando que ordenara a alteração parcial da campanha com base, exclusivamente, na constatação de sua *ineficiência comunicativa* — ou seja, de sua ineficácia para atingir os objetivos de conscientização pública:

E aqui não tem nenhum conteúdo moral. Tem o fato de que não cabe ao Ministério da Saúde entrar na ala do que é percepção individual. E as prostitutas que não são felizes sendo prostitutas? Eu não vou dialogar com elas? Qual a mensagem que eu estou passando de proteção do corpo, de cuidado ao corpo. (...) Toda mensagem do Ministério da Saúde tem que ter um comando ao cidadão ou de defesa do seu direito ou de onde ele busca aquele serviço. (...) Naquela peça, por exemplo, não tinha nenhuma mensagem sobre o uso da camisinha...¹⁴

A despeito das explicações do ministro, líderes da Frente Parlamentar Evangélica não tardaram em capitalizar em cima da reformulação da campanha. Em sua conta no Twitter, o deputado Marco Feliciano festejou a demissão de Dirceu Greco: “Perfeito, Ministro da Saúde exonera diretor após campanha para prostitutas”; “Recebi uma ligação do Ministro Padilha, um homem de bem, falando sobre o caso e aconselhei a tomar cuidado com assessores. Parabéns.”¹⁵

No decurso daquele debate, testemunhávamos a composição de interessantes alianças. Em primeiro lugar, a aproximação entre profissionais do sexo e autoridades científicas que rejeitavam, ostensivamente, qualquer viés moral na abordagem da prostituição, em contraste com a tendência estabelecida no século XIX, quando

¹³<http://oglobo.globo.com/brasil/padilha-negapressao-por-demissao-de-diretor-responsavel-por-pecas-ou-feliz-endo-prostituta-8604687>. (último acesso: março/2018).

¹⁴<http://www.revistaforum.com.br/blogdorovai/2013/06/11/padilha-explica-porque-nao-permitiu-o-sou-feliz-sendo-prostituta/>. (último acesso: março/2018).

¹⁵<http://www.leijaja.com/politica/2013/06/05/feliciano-comenta-exoneracao-de-assessor-de-ministro/https://twitter.com/marcofeliciano/status/342101973417463808>. (último acesso: março/2018).

representantes das novas especializações médicas se debruçaram sobre os corpos insólitos e as sexualidades ilegítimas, à procura de anomalias físicas e defeitos congênitos que predispunham à depravação (SPONGBERG, 1997). Em seguida, houve o alinhamento entre pentecostais e católicos, superando, momentaneamente, uma longa história de disputas doutrinárias. No *site* da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), por exemplo, Dom Redovino Rizzardo cumprimentou os “irmãos evangélicos” que contestaram o lançamento de uma “campanha tão humilhante, sintoma da degeneração a que pode chegar a sociedade”.¹⁶ Com a sua atitude firme, os evangélicos tinham assumido uma bandeira outrora empunhada pelos católicos (atualmente, retraídos no “silêncio” e na “penumbra”, eximindo-se de defender nas ruas os valores que professam nas igrejas). “O coração humano foi feito para a felicidade, que não consiste na satisfação pura e simples de emoções, paixões e instintos”, pontificou Dom Rizzardo, preocupado com a natureza aparentemente anárquica e amoral do prazer e do bem-estar subjetivo. Na avaliação do sacerdote, o lema das prostitutas — “quem faz o que gosta e como gosta é feliz” — expressava a desorientação ética e moral que ocorre quando o lugar da ideia de um “Deus-juíz”, responsável por manter a ordem na sociedade, é ocupado por “outros deuses”, como o hedonismo, o narcisismo e o consumismo. Demonstrara sensatez, portanto, o ministro Padilha, ao extirpar a “falácia” estampada na propaganda governamental.

Inumeráveis fóruns religiosos prolongaram, na Internet, a polêmica em torno da campanha “Sem vergonha de usar camisinha” — entre eles, o *Holofote Notícias*, “veículo informativo que tem por fim divulgar fatos de interesse da sociedade, analisados sob a ótica cristã, e manter a comunidade evangélica ciente dos males que a rondam”. O administrador do *site* Paulo Teixeira (“cristão evangélico da igreja Assembleia de Deus”, “blogueiro e articulista, desde 2007”, “licenciado em matemática pela Universidade Castelo Branco e graduando em história pela UNIRIO”¹⁷) enalteceu a perseverante batalha dos parlamentares evangélicos contra os inimigos da família cristã:

Mais uma vergonha protagonizada por essa gente que ora faz apologia ao (sic) homossexualismo, ora à (sic) sexualização infantil, ora à (sic) prostituição. Agradecemos a Bancada Evangélica que reagiu, obrigando a campanha a ser

¹⁶ http://www.cnbb.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=12338:sou-feliz-sendo-prostituta&catid=373&Itemid=204.

¹⁷ <http://holofote.net/quem-somos/>.

retirada do ar. Evidentemente que o Ministro Alexandre Padilha, provável candidato do PT ao governo de São Paulo, não ia bater de frente com os cristãos, pois não quer que o tema seja usado na campanha de 2014, como foi com Fernando Haddad, em 2012, quando concorreu à Prefeitura de São Paulo. Haddad era Ministro da Educação quando preparou o kit gay (material sobre homossexualismo, lesbianismo e bissexualismo) do MEC para distribuir para milhares criancinhas de escolas públicas de todo o Brasil.¹⁸

As profissionais do sexo contra-atacam

O relançamento da campanha “Sem vergonha de usar camisinha” com foco restrito na importância do uso de preservativo indignou, por sua vez, as associações de profissionais do sexo, além de outros movimentos sociais. “A valorização da autoestima é essencial. Não concordamos com a nova abordagem do governo”, reclamou a presidente da Rede Brasileira de Prostitutas, Gabriela Leite, pioneira na defesa dos direitos das trabalhadoras sexuais e criadora da grife Daspu.¹⁹

Solidamente inserido, hoje em dia, na literatura especializada e no imaginário popular, o conceito de *autoestima* foi introduzido no vocabulário da emergente disciplina da psicologia por volta da virada do século XX, firmando-se, a partir dos anos 1930, como chave conceitual para o desvendamento dos “mistérios interiores” do comportamento humano (HEWITT, 1998). Décadas após a sua proposição no campo da psicologia, o uso do constructo ainda permanecia restrito ao domínio das reflexões e dos experimentos científicos. Nos anos 1960, contudo, em meio a exaltações da afetividade positiva e de incontáveis formas de autoconhecimento, autoafirmação e crescimento pessoal, a noção de autoestima conseguiu captar o interesse de diferentes atores e instituições sociais, propagando-se de modo notável. A formação da autoestima ingressou no rol das preocupações de pedagogos, escritores e grupos de autoajuda, correntes terapêuticas e líderes dos movimentos negro e feminista. Foram sedimentadas conexões importantes entre a autoestima e a superação de problemas individuais e sociais — “O conceito deixou de ser meramente parte do jargão dos psicólogos, convertendo-se em ferramenta real para mudar a vida de alguém” (WARD, 1996, p. 13-14).

¹⁸ <http://holofote.net/soufelizsendoprostitudadizcampanhadominsiteriodasaude/>.

¹⁹ <http://www.estadao.com.br/noticias/geral,prostitutas-vao-exigir-suspensao-de-campanha,1041195>. (último acesso: março/2018).

Desde a década de 1970, o *déficit* de autoestima passou a ser tratado, cada vez mais, como uma condição que transcende o individual e aflige gerações, comunidades e até mesmo nações inteiras. A definição cunhada por Nei Lopes, no seu *Dicionário escolar afro-brasileiro*, é bastante reveladora a esse respeito:

Autoestima – Sentimento de amor-próprio, dignidade; moral elevado; ânimo forte; disposição para enfrentar as adversidades da vida. A atuação dos militantes negros tem se dirigido para o fortalecimento da autoestima dos afrodescendentes, seriamente abalada pela escravidão e pelo racismo (LOPES, 2006, p. 24).

Fiel à concepção de que a ausência de autoestima torna os indivíduos e os grupos sociais inseguros e vulneráveis, restringindo sua capacidade de tratar devidamente dos próprios interesses, a Rede Brasileira de Prostitutas oficializou a desavença com o Ministério da Saúde. No dia 07 de junho, emitiu uma “Nota sobre censura, intervenção e alteração de campanha de prevenção de AIDS pelo governo federal”. Ao efetuar modificações substanciais em uma campanha supostamente construída em parceria com as prostitutas, o Ministério teria ignorado os diversos elementos que contribuem para a prevenção, “limitando-se a incentivar imperativamente o uso da camisinha, como se fosse um gesto puramente objetivo e mecânico, dissociado de subjetividades, direitos e vulnerabilidades”.²⁰ A seleção de somente uma mensagem específica entre aquelas articuladas na oficina na Paraíba representava uma recusa do princípio da igualdade, negando às profissionais do sexo “o direito de expressar seus sonhos e ideais, de cidadania, afirmação de identidade e visibilidade social, deixando de reconhecê-las como cidadãs e usuárias do SUS”. O governo, de maneira “arrogante”, impunha àquelas trabalhadoras apenas os papéis de “vítimas ou vetores” — logo, de um “sujeito sem voz, que só tem o direito de ser resgatado pelo Estado provedor do único elemento (‘pegue a sua camisinha na unidade de saúde’) que irá salvá-las da Aids”.

A *arrogância* aparece como um conceito-chave da nota veiculada pela Rede Brasileira de Prostitutas. O emprego do adjetivo “arrogante”, no repúdio ao posicionamento do Ministério da Saúde, exprime o *mal-estar da desvalorização social*, o desgosto das trabalhadoras sexuais diante de um injusto rebaixamento — do *status* de parceiras à condição de tuteladas.

²⁰ <http://www.umbeijoparagabriela.com/?p=2988>. (último acesso: março/2018).

No contexto da crítica ao Antigo Regime na França, o vocábulo *arrogância* servia para caracterizar atitudes e condutas de membros da aristocracia que ostentavam um sentimento de superioridade inata. Os embates por igualdade jurídica e política rejeitaram radicalmente tal pretensão, formulando declarações de direitos que aboliam privilégios e prometiam *dignidade, autonomia e liberdade* para setores populacionais mais amplos. A *arrogância* figurava, no léxico revolucionário, como um tipo de ascendência que supõem formas de apropriar-se dos bens ou das pessoas por meio da sedução, manipulação ou brutalidade. Longe de assinalar apenas uma infração superficial nos códigos sociabilidade (o comportamento de um indivíduo soberbo que, devido à presumida superioridade moral, social ou intelectual, assume postura desdenhosa em relação aos outros), o termo *arrogância* passou a designar, também, a ação política de “atribuir-se o que lhe não pertence”; de “tomar ou exigir a qualidade, direito, foro” que não lhe compete, conforme registra a primeira edição do *Dicionário da Língua Portuguesa*, de Antonio de Moraes Silva, lançada no emblemático ano de 1789 (SILVA, 1789, p. 195). Revestida de retóricas e de gestos distintos daqueles das sociedades do passado, a *arrogância* perdura na democracia, inscrevendo-se em relações sociais, psicológicas e políticas de dominação, fundadas no pressuposto da inferioridade (racial, étnica, religiosa, sexual ou identitária) de determinados segmentos populacionais.

No entendimento da Rede Brasileira de Prostitutas, o Ministério da Saúde dera provas de *arrogância* exatamente por atribuir a si mesmo o direito exclusivo de identificar, expressar e defender os interesses das profissionais do sexo, destituídas de voz própria, tratadas como meros objetos de políticas públicas. A censura específica ao texto “Sou feliz sendo prostituta” só reforçara o objetivo do governo de colocar-se numa “posição superior”. Os representantes do poder público demonstraram a presunção de desacreditar que *felicidade* e *prostituição* possam ser realmente compatíveis — a despeito dos relatos afirmativos das trabalhadoras sexuais, dotados da autoridade da experiência pessoal autêntica.

A proposta de deslegitimar a declaração de felicidade das prostitutas soava ainda mais revoltante por contradizer a noção, amplamente difundida, de que sentimentos só podem ser conhecidos de fato por intermédio da autorrevelação — quer dizer, da disposição do indivíduo de querer discutir a emoção que experimenta em seu interior. Os indivíduos que compartilham da crença na subjetividade das emoções tendem a reagir

com veemência contra qualquer tentativa de outrem de “dizer o que eles estão sentindo”; apenas os próprios sujeitos podem manifestar-se, com propriedade, a respeito de sua condição emocional (LUTZ, 1998, p. 71-72).

O desfecho da nota da Rede Brasileira de Prostitutas faz alusão a disseminadas suspeitas de que Alexandre Padilha agira com base em ambições eleitorais (viabilizar a candidatura ao governo de São Paulo, mais especificamente). Outras notas de repúdio foram divulgadas, prontamente, por várias entidades: Movimento Nacional de Direitos Humanos (MNDH); Associação Brasileira de Saúde Coletiva (Abrasco); Centro Brasileiro de Estudos da Saúde (Cebes); Associação Brasileira Interdisciplinar de AIDS (ABIA); Associação Brasileira de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais (ABGLT); Articulação de Organizações de Mulheres Negras Brasileiras (AMNB) etc.

Prostitutas que colaboraram na feitura da campanha enviaram notificação extrajudicial ao Ministério da Saúde, no dia 12 de junho, revogando a autorização do uso de imagem e exigindo a imediata suspensão das peças publicitárias com suas fotografias e declarações. As participantes argumentaram que a campanha original tinha sofrido uma “radical mudança”, tornando-se “higienizada e descontextualizada”.²¹

Ao longo da história, movimentos sociais engajados em políticas de identidade e lutas por reconhecimento têm atuado, deliberadamente, para aplacar sentimentos desmobilizadores que solidificam o *status quo* — como a resignação e a desesperança; procuram, também, desconstruir emoções que possam alicerçar relações de dominação — a vergonha, o medo, a gratidão, a lealdade e o ódio concentrado em bodes expiatórios. Suas lideranças tentam, simultaneamente, redirecionar e intensificar outras emoções e sentimentos, como o orgulho, a raiva e a confiança (em geral, consideradas prerrogativas dos poderosos), especificando os atores sociais, os bens públicos e as ações coletivas aos quais esses *recursos* devem vincular-se estrategicamente (BROQUA & FILLIEULE, 2009; FLAM, 2015, 2005; GOULD, 2009; WHITTIER, 2009).

As manifestações de desagrado das trabalhadoras sexuais com a reformulação da campanha “Sem vergonha de usar camisinha” se mantiveram fiéis ao referido protocolo de combate: 1) procuraram remover das prostitutas o fardo de atribuídas características morais inferiores (desleixo, preguiça, egoísmo e dissimulação), enaltecendo como motivos de orgulho a própria militância aguerrida e a adoção de uma conduta sexual *responsável*

²¹ <http://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/prostitutas-exigem-que-ministerio-da-saude-retire-campanha-do-ar-499766.html>. (último acesso: março/2018).

(do ponto de vista médico); 2) incitaram a descrença, o desapontamento e a *ira justificada* em relação ao Ministério da Saúde, definindo como vergonhosa a capitulação de Padilha perante as imposições do conservadorismo religioso.

Em várias declarações públicas, as trabalhadoras sexuais confirmaram o ressentimento com a atitude do governo, avaliada como desleal e desrespeitosa: “Houve pressão religiosa e moral. Foi um preconceito. O ministério mudou todo o material da campanha. Então, o que eu fui fazer lá? Não houve respeito. Tenho família”, argumentou Nilce Machado.²² Ela fez questão de reiterar a revelação que dera margem a tanta controvérsia: “Sou, sim, uma prostituta feliz e nem esse governo vai tirar a minha felicidade”. Tina Rovira — integrante do Núcleo de Estudos da Prostituição (NEP), dirigido por Nilce — insistiu no mesmo ponto: “Foi um absurdo, uma hipocrisia e um retrocesso. Na verdade, um falso moralismo. O Ministério da Saúde não tem mais o direito de usar a nossa imagem.”²³

Presidente da Associação de Profissionais do Sexo do Maranhão (Aprosma), Maria de Jesus Costa salientou que as prostitutas não tinham do que se envergonhar, porque haviam “mostrado a cara”; os representantes do governo é que deveriam “ter vergonha” pela mudança da campanha. “Já sabemos comer com nossas mãos. Este povo quer brincar conosco, vamos dar para eles nossas respostas”, advertiu, valendo-se do poder retórico da *raiva*, que “sugere ação, baseia-se na posse de direitos e implica poder” (BLAUVET, 2007, p. 119).²⁴

A polêmica declaração de Nilce foi repetida, publicamente, por outras ativistas: “Sou uma puta cidadã e tenho o direito de expressar meus sentimentos. Sou feliz sendo prostituta”, afirmou Maria Luzanira da Silva, presidente da Associação de Prostitutas da Paraíba (AprosPB)²⁵. “Quem faz o que gosta, como gosta, é feliz na profissão. Eu sou feliz na minha profissão”, corroborou Cida Vieira, presidente da Associação das Prostitutas de Minas Gerais (Aprosmig)²⁶. Dizendo-se muito revoltada com o recuo do governo, Nanci Feijó, presidente da Associação Pernambucana de Profissionais do Sexo (APPS), lançou nas

²² <http://oglobo.globo.com/brasil/foi-preconceito-diz-protagonista-de-campanha-de-prevencao-aids-8649893>. (último acesso: março/2018).

²³ <http://oglobo.globo.com/brasil/foi-preconceito-diz-protagonista-de-campanha-de-prevencao-aids-8649893>. (último acesso: março/2018).

²⁴ <http://www.umbeijoparagabriela.com/?cat=3&paged=3>. (último acesso: março/2018).

²⁵ <http://www.umbeijoparagabriela.com/?p=3004>. (último acesso: março/2018).

²⁶ <http://g1.globo.com/minas-gerais/noticia/2013/06/sou-feliz-na-profissao-diz-presidente-da-associacao-de-prostitutas-de-mg.html%2004/06/2013>. (último acesso: março/2018).

redes sociais um *banner* em que aparece ao lado da revelação incômoda: “Sou feliz sendo prostituta”.

Figura eminente do movimento social de profissionais do sexo, Gabriela Leite afirmou que ficara orgulhosa com a “indignação” contra a intervenção do governo na campanha; as reações das trabalhadoras sexuais foram consequência, a seu ver, de 30 anos de militância.²⁷ A declaração sugere que o sentimento de afronta externado pelas prostitutas não era natural nem espontâneo — o ambiente do ativismo proporcionara os meios para o desenvolvimento daquela sensibilidade e prática política. “Denúncia do mal que nutre a necessidade de engajamento”, “ira santa em um regime secular” (PIERRON, 2012, p. 58 e 60), a *indignação* sobressai, aqui, como discurso ou como *performance* em que se demonstra, com reconhecível veemência, o conhecimento dos próprios direitos e a disposição enérgica tanto para protegê-los quanto para reivindicá-los. Uma atitude arrojada que se contrapõe a posturas como a ojeriza ao próprio modo de vida, o medo da rejeição social e o acanhamento perante autoridades — entre outras manifestações de um “*habitus* emocional” engendrado (e continuamente reforçado) por discursos e por legislações que contêm diretrizes acerca de como as prostitutas devem sentir-se em seu *núcleo íntimo* e como devem comportar-se em público. Abaixar a cabeça, diminuir o tom de voz, retraindo-se, manter-se nas sombras, evitar o confronto...

Gould (2009, p. 64) argumenta que a força de um “*habitus* emocional” advém do fato de ele “operar abaixo do nível de consciência, de ele ser absorvido nas sensações corporais dos indivíduos, tornando-se, assim, naturalizado”. O que não significa que o *habitus* seja estático, perpetuando-se indefinidamente: “Práticas humanas — emocionais, discursivas, interpretativas, corporais — produzem, reproduzem e, às vezes, transformam um *habitus* emocional específico” (idem, p. 199). Tais processos ajudam a explicar tanto a continuidade quanto as mudanças nas formas de (in)ação política. Mediante a promoção de um estilo de ativismo combativo e da legitimação da raiva perante o menosprezo e a injustiça, movimentos sociais como a Rede Brasileira de Prostitutas encorajam minorias a refutar *habitus* emocionais que circunscrevem um horizonte político estreito.

O *habitus* emocional de uma coletividade não apenas molda como os membros vivenciam e expressam seus sentimentos, mas também ajuda a estabelecer seu senso de possibilidade política e suas posturas em relação às formas de ativismo que são viáveis e desejáveis em um determinado momento. (...) Aquilo que é

²⁷ <http://www.umbeijoparagabriela.com/?p=3004>. (último acesso: março/2018).

chamado de cálculo racional também é um fator nestes processos, mas nós desconsideramos, muitas vezes, como a emoção influencia, inteiramente, nossos cálculos racionais sobre “o que deve ser feito” Devido a esta e a outras capacidades, a emoção ajuda a estruturar o politicamente pensável, o horizonte de possibilidades políticas e de futuros imagináveis. (idem, ibidem).

Reverberações das emoções em circuitos comunicacionais ampliados

Desde o seu lançamento até a sua reformulação por ordem superior, a campanha com a *prostituta feliz* rendeu sucessivas matérias em portais de notícias, na grande imprensa e em programas de televisão. O assunto foi abordado inclusive no *site* da CNN Internacional²⁸, em um noticiário da CNN México²⁹ e no *talk show* matutino *The View*, da ABC (participaram do debate a jornalista Barbara Walters, as atrizes Whoopi Goldberg e Sherri Shepherd e a apresentadora de TV brasileira Luciana Gimenez)³⁰.

No âmbito nacional, editoriais da *Zero Hora*, de Porto de Alegre³¹, e da *Gazeta do Povo*, de Curitiba³², criticaram a campanha do Ministério da Saúde. Prestigiosos colunistas também emitiram o seu parecer: é necessário “recuperar a compostura perdida”, advertiu Lya Luft, em um texto em que realçava a importância de “mudar o mundo”, de promover uma revisão geral de “princípios e valores”. A escritora gaúcha logo se lembrou do mau exemplo do cartaz com os dizeres “sou feliz porque sou prostituta” (sic): “O material foi recolhido pela insanidade, mas alguém, num cargo importante em um dos muitos ministérios, teve essa genial ideia. Respeitar não significa elogiar, nem apresentar como modelo.”³³ Na *Folha de S. Paulo*, o enfoque foi mais positivo: “Num momento em que tipos como Marcos Feliciano viram figuras públicas (e, para muitos, respeitáveis) campanha de respeito à prostituta revela coragem”, ponderou Gilberto Dimenstein. Havia, contudo, o risco de a campanha — essencialmente correta (“É uma estratégia que funcionou com os gays”) — ser deturpada, e a frase de Nilce Machado virar “motivo de deboche”.³⁴

²⁸ <http://edition.cnn.com/2013/06/05/world/americas/brazil-prostitution-campaign/index.html>. (último acesso: março/2018).

²⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=rdRwTPl4UT8>. (último acesso: março/2018).

³⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=MesTOIj0rVA>. (último acesso: março/2018).

³¹ <http://wp.clicrbs.com.br/opiniaozh/2013/06/06/interativo-editorial-diz-que-o-governo-erra-ao-enaltecer-a-prostituicao-voce-concorda/>. (último acesso: março/2018).

³² <http://www.gazetadopovo.com.br/opinioa/editoriais/um-apagao-etico-juridico-eawo8g3vxany7b3k9xpossb4e>.

³³ Mudar o mundo. *Veja*, 19/06/2013, p. 22.

³⁴ <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/gilbertodimenstein/2013/06/1289408-sou-feliz-sendo-prostituta.shtml>. (último acesso: março/2018).

A perspectiva conservadora foi nitidamente favorecida na cobertura dos canais de TV aberta e fechada. No *Jornal do SBT*, a âncora Raquel Sheherazade comentou, com ar professoral, a interferência de Alexandre Padilha na “desastrada campanha das prostitutas”:

E seria mesmo uma impropriedade o Ministério da Saúde agora fazer apologia à (sic) prostituição numa campanha contra transmissão da AIDS. Essa não é, definitivamente, missão desta pasta.

Além disso, o *slogan* “Sou feliz sendo prostituta”, declaração de uma profissional do sexo de Porto Alegre, mais parece uma frase de efeito do que uma convicção pessoal da entrevistada. Será que se ela tivesse tido escolaridade, profissionalização, oportunidades de emprego, ainda assim teria escolhido a difícil “vida fácil” da prostituição? Receio que não.

Fez bem o ministro em recuar da desastrada campanha das prostitutas. Às vésperas de uma outra campanha, a política, não seria mesmo auspicioso levantar bandeiras tão polêmicas quanto essa.³⁵

A lição de moral e de astúcia eleitoreira foi veiculada em 04 de junho; no dia seguinte, integrava o acervo do YouTube. Admiradores vibraram com a opinião “corajosa” da jornalista (que vivenciava, naquele momento, o auge da popularidade):

[Fábio Butarello](#): kkkkkkkk é isso ai Rachel, poderosa e diz a verdade. Rachel Sheherazade me representa.

[Lu Love](#): concordo com vc Raquel, dia da prostitua o cacete!

[Deus é amor](#): Isso sim é jornalismo.

[douglas pertile](#): Rachel eu teria coragem de me casar com vc. Alem de ser muito gata tem uma coragem de dar inveja

[Leandro Leoderio](#): Nisso eu concordo com a Raquel, abaixo as teúda e manteúda, guardiãs de Sodoma e Gomorra, criminalização da prostituição já.

[Felipe Rodrigues](#): Muito bem Rachel pelo seu excelente comentário sobre o assunto. (...) Parece até haver uma intenção da criação de uma espécie de "bolsa prostituta" que, claro, seria paga com dinheiro público. Olho neles Rachel e muito obrigado.

[Fernanda Carla](#): Rachel não falou nada polêmico, isso é deprimente, não acredito que uma prostituta consegue ser feliz e realizada dessa forma, os pais não aceitam, filhos não aceitam, irmãos não aceitam, enfim ninguém gosta de ter por perto ou na família uma prostituta.....

³⁵ https://www.youtube.com/watch?v=YyM_ntJxMdw. (último acesso: março/2018).

Alguns desmancha-prazeres ousaram estragar o clima de tietagem. Na sua réplica ao discurso de Sheherazade, recorreram às biografias de Lola Benvenuti (codinome da estudante de Letras Gabriela Natalia da Silva) e de Bruna Surfistinha (Raquel Pacheco), garotas de programa que se notabilizaram com os relatos de suas experiências profissionais, publicados em blogues e em livros. A tese de que o ingresso na prostituição possa ser uma escolha de trabalho como outra qualquer foi prontamente repelida:

[Victoria Lins](#): O engraçado é que ela disse que nenhuma mulher estudada se tornaria prostituta. Será que ela conhece Lola Benvenuti? Uma mulher que é tão estudada quanto a Raquel, mas, mesmo assim, ESCOLHEU ser prostituta?? Acorda, Raquel.

[claudio cristiano rolim](#): +Victoria Lins você disse bem, "mulher", agora você se refere a uma verdadeira vagabunda que, em minha opinião, não se deve dar um pingo de valor. Existe um objetivo claro (cruel é verdade), a maioria das pessoas que estão no meio da prostituição, passam por problemas financeiros, psicológicos e culturais e se valem dessa prática como meio de subsistência, não é o caso dessa Lola Benvenuti, simplesmente uma pessoa sem moral, imunda na concepção final do termo, ao meu ver, ela "dá só para ver o oco", se é que me entende ! acorda Victoria Lins !

[joana souza](#): Bruna Surfistinha teve tudo isso e escolheu ser prostituta. Rachel: evolua, moça!

[MrHAJMA](#): Exceções não podem ser citadas como regras gerais de comportamento .

[manaraslela](#): CALA BOCAAAAAA SUA GALINHA VAGABUNDA POR CAUSA DE UM FATO ISOLADOOOOO NEM VOU COMENTARRRRR DOIDAA KKKKKKKKKKK

[Madeline Sampaio](#): Ela ter escolhido ser prostituta só torna pior ;) vc é que devia evoluir.

Volta e meia, atemorizantes vícios ideológicos eram atribuídos a quem discordasse da jornalista do SBT:

[Edu](#): Faz o seguinte seu esquerdista hipócrita, quando você tiver uma filha, ensina ela a ser puta.... vocês militantes de esquerda são uma piada de mau gosto. Mais uma coisa, se ela for feia e não der pra profissão, então coloca ela pra trabalhar contigo na militância petista que fica na WEB com comentários sem argumentação que só servem para tentar desmoralizar o trabalho de profissionais sérios que não foram doutrinados pelo nosso ensino fundamental esquerdista, ou que se o foram, tiveram um mínimo de percepção da realidade pra não cair nessa conversinha mole do papai Lula e seu bando....

No dia 07 de junho, o programa *Entre Aspas* (GloboNews) convidou a “socióloga” (na verdade, historiadora) Rosana Schwartz e o médico Dirceu Grego (àquela altura, já defenestrado do Departamento de DST do Ministério da Saúde) para aprofundar o debate sobre o tema palpitante: “Campanha da ‘prostituta feliz’ é correta?”. Mediadora da discussão, Mônica Waldvogel também expôs seu pensamento: “Não tinha certo tom proselitista (sic) nesta campanha?” Tratava-se de uma pergunta retórica, respondida pela própria jornalista, em nome dos cidadãos estupefatos: “Uma das críticas que se faz é que muito deste conteúdo é influenciado pelo ativismo dos grupos-alvo da doença e que, portanto, se concebe um perfil ideal com o qual se vai trabalhar e que, de certa forma, perturba o resto da sociedade.”

A acusação de proselitismo já havia sido disparada, sem nenhuma hesitação, por Reinaldo Azevedo — um dos mais atuantes “‘provocadores’ de ressentimento” (ANSART, 2004, p. 20) do jornalismo brasileiro, sempre determinado a congregar rancores contra “esquerdopatas”, “petralhas”, a “patrulha gayzista e feminazi”, entre outros fantasmas e ideias fixas da assim chamada “Nova Direita”.

[O] Ministério da Saúde e o Ministério da Educação relegam os assuntos da sexualidade a ONGs e militantes de causas: gays, feministas etc. A Saúde dispensa o auxílio de médicos e infectologistas, e a Educação, o dos pedagogos. Assim, em vez de um trabalho técnico, voltando para a orientação, o que se tem é proselitismo. (...) O filme e o cartaz não servem para combater as doenças, mas para fazer propaganda de um estilo de vida.

A camisinha — frisou o colunista — constitui apenas uma “barreira física” contra a AIDS. Somente as “interdições morais” são realmente eficazes para evitar o contágio: **“Pesquisem a respeito. Uganda tem o programa mais eficiente da África de redução da AIDS. A camisinha é só o terceiro item de uma tríade, que virou política oficial: abstinência sexual, fidelidade no casamento e, sim, a borracha.”** Vociferada em negrito, a recomendação não condiz com o final do texto, contrário à intenção do Estado de “fazer a escolha moral em lugar do indivíduo”. Esta prerrogativa só seria exercida de maneira legítima, pelo visto, quando as autoridades chancelam “escolhas morais” conservadoras.

Reinaldo Azevedo, aliás, não perde a chance de alardear sua adesão ao conservadorismo moral e ao liberalismo econômico, servindo-se, simultaneamente, dos mais diversos canais de comunicação: jornal, revista, TV, rádio e blogue. Sua especialidade

é atizar o antipetismo visceral (qualificativo quase redundante, hoje em dia). A ubiquidade de Azevedo comprova o fortalecimento, em nosso país, de uma *cultura midiática da aversão*, amparada em duas estratégias retóricas, ambas com intensa carga emotiva: 1) o uso do severo “idioma moral” do asco (MILLER, 1997; NUSSBAUM, 2004, 2010) para rebaixar ou desumanizar determinadas lideranças políticas e intelectuais de esquerda, constrangendo ou criminalizando sua atuação na esfera pública; 2) a imputação dos estigmas do *ressentimento* e da *inveja maliciosa* a minorias que reivindicam direitos civis, inclusão social e reconhecimento cultural, reduzindo suas demandas políticas e jurídicas a mero “mimimi”, “vitimismo”, “coitadismo”, manifestação de um espírito revanchista. O emprego sistemático destas manobras retóricas, além de conspurcar a honra e a imagem de adversários políticos, abala a credibilidade de críticas contundentes ao *status quo*. Aspirações de igualdade são dissociadas do senso de justiça e vinculadas ao ímpeto irracional e mesquinho da revanche.

O discurso virulento de Reinaldo Azevedo repercute facilmente na Internet — em alguns casos, os discípulos conseguem superar o fervor do mestre, compartilhando opiniões eivadas da mais delirante aversão.

Observer: E a saúde dos brasileiros? Com certeza os petralias dizem: Danem-se!!! Os seis mil médicos cubanos talvez venham ao Brasil para fecundar as brasileiras visto que a campanha da prostituição é livre.

Zeferino: Aposto como a rapariga que serviu de modelo é petista e cadastrada no Bolsa Família. E isso se não for funcionária terceirizada de alguma prefeitura do PT.

capixaba atento: O petismo é um partido inovador em matéria de comportamento ... Está deixando o brasileiro mais “descolado” e feliz com tantas “aberturas” para as promiscuidades deletérias. E, assim, temos hoje o ORGULHO de ser prostituta, o ORGULHO de ser gay ou homossexual, o ORGULHO de ser abortista, o ORGULHO de ser ateu, etc. Logo teremos também o ORGULHO mensaleiro, o ORGULHO de ser corrupto, etc. Esse PT é, realmente, o ORGULHO do povo vadio ...

A prostituta orgulhosa e feliz *aparece, aqui, como símbolo incontestável da ascensão de crenças e de práticas indecorosas sob a égide do “petismo”*. É corriqueira a homologia entre locais destinados ao meretrício e o nosso sórdido ambiente político:

capixaba atento: Reinaldo, essa publicidade faz crer que o Ministério do Padilha, é um ... prostíbulo !!! E esse mesmo Padilha vai ser candidato ao Governo do Est. de SP em 2014 pelo PT.

antonio: caro reinaldo se o PT esta transformando nosso pais num imenso cabare, claro que as prostitutas tem do que se orgulhar.

A corrupção, modos de usar

Encontros e contatos com a controversa figura da prostituta são mediados, em regra, por um sem-número de narrativas, representações e análises, incrustadas na memória e atuantes no imaginário popular. A partir dos Oitocentos, investigações no campo da medicina e da antropologia criminal estabeleceram relações fundamentais e duradouras entre *prostituição*, *imundície* e *degenerescência*. Os discursos a propósito dos vínculos fatais não hesitavam em recorrer, dramaticamente, à linguagem figurada — sobretudo, às metáforas da putrefação e do contágio. Logo no começo de *Filles, lorettes, et courtisanes* (1843), por exemplo, Alexandre Dumas (filho) revela o grau de marginalização das meretrizes naquele período: “A prostituta é o pária da civilização; é o leproso sem leprosário” (DUMAS, [1843] 2006, p. 11).³⁶

As prostitutas passaram a ser vistas não somente como “párias sexuais”, mas também como mulheres que exibiam várias outras formas de desvio e de excesso, como o lesbianismo, o alcoolismo e outros “vícios” (SPONGBERG, 1997, p. 6). O comportamento licencioso das *mulheres do mundo* podia abalar ou contagiar moças casadouras e senhoras honradas, *rainhas do lar*. As mulheres de má vida eram capazes ainda de conduzir os homens à bancarrota e infectá-los com pavorosas doenças venéreas. “Moralistas do século XIX culpavam as ‘prostitutas’ por tudo, desde o declínio das nações até o aniquilamento da família, mas principalmente eles as acusavam de espalhar ‘doenças sociais’”, sintetiza Norberg (1996, p. 35). A linguagem e a ideologia que

³⁶ Misto de narrativa literária e relato sociológico, *Filles, lorettes, et courtisanes* pretendia, primeiramente, “examinar as causas que podem levar um ser humano, criado à imagem de Deus, segundo a Bíblia, a abraçar esta ocupação vergonhosa e desviar o rosto, não só do Senhor, mas também de tudo que é honesto neste mundo”; em seguida, a obra se dedicava a investigar as “alegrias, prazeres, dores” daquelas mulheres, quando desapareciam do olhar público (idem, ibidem). Para dar confiabilidade científica ao livro, Dumas se apoiou, constantemente, no “valioso trabalho” de Parent-Duchâtelet, *De la prostitution dans la ville de Paris: considérée sous le rapport de l’hygiène publique, de la morale et de l’administration*, influente calhamaço publicado em 1836. É revelador que a outra grande preocupação de Parent-Duchâtelet com a saúde pública fossem os esgotos de Paris, compreendidos, de maneira análoga ao meretrício, como um sistema para o controle e a contenção de matérias perigosas e desagradáveis.

embasavam as discussões sobre gonorreia e a sífilis tratavam o meretrício e as enfermidades venéreas como fenômenos idênticos: “Por volta de 1848, a França tinha um elaborado e oneroso sistema de ‘regulação sanitária’ cujo objetivo era a contenção da ‘doença social’ mediante o controle do ‘mal social’ — quer dizer, das prostitutas” (idem, *ibidem*). Também na Grã-Bretanha os sintagmas *doença social*, referente à blenorragia e à sífilis, e *mal social*, relativo à prostituição, eram usados de modo intercambiável:

As prostitutas foram vistas como responsáveis, do ponto de vista físico e moral, pela propagação da doença venérea. Elas eram encaradas não apenas como agentes transmissores, mas como inerentemente doentes, se não como a própria doença. (SPONGBERG, 1997, p. 6).

Jornalistas e médicos britânicos se reportavam à prostituição empregando expressões dramáticas: “ferida dolorosa no corpo social”, “cancro moral”, “gangrena hedionda” etc.; soluções para o mal era denominadas “antídotos”. Um artigo do *Medical Times and Gazette* caracterizou o comércio do sexo como uma “profusa fonte de corrupção” (idem, p. 45); o articulista se servia, ali, da forte carga moral do termo *corrupção*, usado para indicar, inicialmente, um estrago orgânico, uma decomposição física, como a deterioração de comida e o apodrecimento de cadáveres, mas que assumira o sentido figurado de degradação de hábitos, costumes e leis.

No Brasil, a apreensão diante dos impactos do meretrício sobre os costumes, a saúde pública e a reputação internacional do país aumentou a partir da segunda metade do século XIX. Sanitaristas, chefes de polícia e legisladores debatiam as melhores estratégias para remediar o problema. Havia quem defendesse a regulamentação das relações de trabalho sexual; muitos refutavam a ideia, com base em princípios religiosos, jurídicos e morais. Era o caso de um consciencioso jornalista de *O Globo*: em um longo artigo de primeira página, “A questão social em suas diferentes faces” (27/11/1876), ele duvidou que um regulamento pudesse ser capaz de “curar pela raiz mal que afeta todo o organismo social”. A expedição de um decreto para suprimir ou atenuar os efeitos da febre amarela poderia ser mais eficiente — ironizou — do que iniciativas para normatizar a prostituição. Na verdade, a analogia entre ambos os males era mais consistente do que se poderia supor à primeira vista:

De que provém a febre amarela? Do viciamento da atmosfera que respiramos. É o miasma oculto ou desconhecido que gera a epidemia e que operando por infecção, envenena o organismo humano.

De que provém a prostituição? Do viciamento da atmosfera moral que nos rodeia. É o miasma patente e conhecido da depravação dos costumes o que gera os vícios abomináveis que envenenam o organismo social. Para desinfetar as cidades e assegurar a salubridade pública propaga-se hoje, e com vantagem, a ideia das associações de saneamento. Por que não iniciar também as associações de saneamento moral que se proponham desinfetar as almas e limpar os cérebros oprimidos pela ignorância imunda?

Regulamentar a prostituição significaria, em última análise, admitir a sua legitimidade. Para refreá-la, o mais sensato seria desenvolver a educação e fomentar uma economia saudável, calcada em “formas de trabalho produtivo”. Na conclusão do artigo, o autor comunica, com satisfação, o recebimento do livro *Memória sobre as medidas a adotar contra a prostituição no país* (1876), de João Francisco de Souza — médico, proprietário rural, com extensa carreira política de deputado e senador. Não admira que o jornalista de *O Globo* tenha lido com entusiasmo aquele compêndio científico: encontramos nele a mesma repugnância pela prostituição e a mesma revolta contra os administradores públicos desleixados ou coniventes: “Quando acaso a corrupção dos governos permite, ela [a prostituição], como o pior dos males, infecciona todo o organismo social. (...) Ela é o grande cancro moral das sociedades.” (SOUZA, 1876, p. 4 e p. 5).

Conforme assinala Bernheimer (1997, p. vii-viii), a “força contaminante da prostituição como metáfora” serve para equiparar, no âmbito da política, os “homens que vendem as suas crenças” às “mulheres que vendem o seu corpo”. No entender de muitos observadores desiludidos ou raivosos, a relação metafórica é adequada para exprimir o descaminho do PT, agremiação partidária que teria aberto mão da bandeira da transparência e do respeito ao bem público, “em nome de certo ‘realismo’ político que inclui políticas de alianças generalizadas, trocas de favores, oportunismo, fisiologismos de toda ordem” (KEHL, 2012, p. 91-92; ver, também, AVRITZER, 2016, p. 15).

Desde o surgimento do “escândalo do mensalão” em 2005, o Partido dos Trabalhadores passou a compartilhar com as profissionais do sexo o estigma da *corrupção*, sendo execrado como o principal (ou o exclusivo) agente de depravação da política brasileira. Com o inestimável respaldo da mídia empresarial, opositores delineiam um quadro de contaminação moral abrangente. O antipetismo feroz não se caracteriza, de fato, apenas pela indignação seletiva contra a corrupção em seu sentido técnico usual:

suborno, prevaricação e desvio de dinheiro público. Insurge-se, também, contra pilares do projeto político do partido, como a concessão de benefícios a “parasitas sociais” e a ampliação de direitos de “minorias vitimistas”.

A irritação contra as políticas de combate à desigualdade social e racial, ações afirmativas e outros “favorecimentos espúrios” pode adquirir contornos paranoicos, como demonstra a sempre instrutiva seção de comentários da coluna de Reinaldo Azevedo. Seus leitores detectaram subjacentes intenções malévolas na homenagem ministerial às prostitutas:

marize: ENGRAÇADO É QUE O GOVERNO FEDERAL, NOS ÚLTIMOS 10 ANOS, SÓ USA NEGROS NAS CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS. A CAIXA ECONOMICA, SÓ TEM GENTE NEGRA NAS PROPAGANDAS. MAS NESSA HORA, VAI UMA BRANCA MESMO. OLHA AÍ, O RACISMO. PROSTITUIÇÃO É TRABALHO DE BRANCOS.

Zé Branco das Neves: De fato, como escreveram, nas propagandas do Governo Federal (Caixa p.e.) os artistas ou modelos são sempre negros e/ou mulatos. Contudo, quando querem mostrar gays ou puta eles escolhem brancos. Qual a razão para não continuarem usando negros? Racismo?

A celebração da aversão transcorreu em paz naquela comunidade *on-line*. Nenhum herege ousou infringir seu cânone emocional: o ressentimento contra a hegemonia do PT na presidência; a repugnância da imoralidade reinante. Todos se irmanavam ali na agressão verbal ao inimigo comum. Contagiavam-se da exasperação e da fúria alheia, imbuíam-se de entusiasmo para enfrentar uma missão cívica urgente: proteger a nação da influência de líderes e de porta-vozes da esquerda (“bolivariana”, radical; “caviar”, hipócrita; mas igualmente venal). Do amor à pátria ameaçada nascia o ódio compartilhado incessantemente.

Os fiéis seguidores de Azevedo adotavam, de vez em quando, uma retórica apocalíptica, valendo-se de metáforas e de imagens bíblicas para fortalecer sua visão catastrófica do legado petista:

Kildare Silva: Um dos objetivos do marxismo é a destruição da família, por isso o PT favorece a prostituição. (...) O PT quer mesmo é transformar o Brasil numa Sodoma e Gomorra.

Bruno (abismado): O Partido das Trevas não vai descansar até transformar o Brasil definitivamente num grande BATACLÃ.

Marcelo Sampaio: Sinceramente, quanto mais vejo as medidas desse (des)governo que aí está em relação ao ser humano propriamente dito, mais sinto náuseas (e falo sério). Deus inventou o SEXO SEGURO, e a isso deu um nome: CASAMENTO!!! Desafio qualquer pessoa, me apresentar pessoas tementes a Deus de verdade terem contraído esse vírus maligno através do sexo.

O apoio ao movimento social das prostitutas constitui, sob esta ótica, um exemplo categórico da desordem social urdida pelo PT — representante, por sinédoque, do campo político progressista, com sua típica mania de revolver o “lixo social”, retirando o refugio do seu *devido lugar*. O nojo, tantas vezes reiterado e dramatizado, cumpre aqui o seu papel na definição e na vigilância das fronteiras entre *Nós*, os “cidadãos de bem”, e os *Outros* moralmente inferiores, os *imundos*, cuja mobilidade espacial e social põe em risco à limpeza, à ordem e à segurança do *nosso mundo* (MILLER, 1997; BAUMAN, 1999; SILVA SANTISTEBAN, 2008; AHMED, 2014; TYLER, 2013).

Uma leitora de Reinaldo Azevedo ilustrou bem esta dimensão hierárquica e política do nojo, ao recapitular a supracitada participação de Dirceu Grego no *Entre Aspas*, da GloboNews:

Flavia: Reinaldo, a coisa é surreal...

Os petistas não só fizeram essa campanha sórdida como um de seus representantes asquerosos estavam agora há pouco na TV se referindo à atividade como profissão “dura”, comparando com atividades de trabalhadores de fato, como as de carvoeiros, faxineiros (“ah, coitadinhas das prostitutas!”), como se ser carvoeiro e faxineiro não fosse digno, enquanto atividades como prostituição não devesse ser justamente desestimulada, como se desestimula (ou pelo menos deveria) o crime.

(...) Precisa ver que asco o velho petista nojento querendo posar de “progressista” xingando a sociedade de conservadora e promovendo que a prostituição é um trabalho “muito sacrificado”, porém “digno”... No fundo, nem esses animais devem acreditar no que imaginam ser sinal de “progresso”...

No comentário acima, “Flavia” sinaliza os limites estreitos de sua tolerância e de sua solidariedade afetiva. Ela admite o valor de ocupações árduas que remetem à ideia de sujeira física (“como se ser carvoeiro e faxineiro não fosse digno”), ao mesmo tempo que preconiza a criminalização do meretrício, associado ao emporcalhamento moral.³⁷ As

³⁷ A propósito, *porca* faz parte dos sinônimos de *meretriz* listados pelo primeiro dicionário monolíngue do idioma português: “MERETRIZ. s.f. A mulher que devassa a sua honestidade por mau preço; puta; mulher dama; marota, porca; rameira; cantoneira; mulher de partido; do trato” (SILVA, 1789, p. 292).

alegadas atribuições das profissionais do sexo não lhe despertam sentimentos de simpatia (“ah, coitadinhas das prostitutas!”). Pelo contrário: “Flavia” demonstra ter uma ojeriza às mulheres da vida tão intensa quanto a sua repugnância pelos representantes (reais ou imaginários) do Partido dos Trabalhadores. Seu asco é loquaz e requer testemunhas — dez minutos após a primeira postagem, ela reitera a aversão contra os dois focos de contaminação moral:

O vagabundo do velho que representava o PT no programa que acabei de assistir ainda dizia, com aquela cara de petista prepotente nojento, pensa que é mesmo intelectualizado e superior a “essa sociedade conservadora”, ainda por cima sendo burro como uma porta, como todo petista asqueroso prepotente nojento, ainda dizia que ser “prostituta é um trabalho como outro qualquer”. Ou seja, ganhar dinheiro é só o que importa, os escrúpulos morais que vão às favas! (...) Estava vendo a hora do canalha que participou do programa dizer: assaltar é trabalho como outro qualquer, embora de “difícil assimilação por essa sociedade conservadora patriarcal”.

Nos seus consecutivos *posts*, “Flavia” se revela ansiosa para marcar distância dos indecentes e dos corruptos. As frases quebradas e prolixas, com repetidos e renovados qualificativos desabonadores, ratificam o pertencimento à comunidade moral dos cidadãos enojados com a sujeira circundante. A sintaxe cumulativa dos comentários possui um aspecto vomitivo, como se a comentarista expelisse, de uma só vez, as impropriedades absorvidas ao assistir à TV.

O quadro de completa *débâcle* moral produziu sentimentos nostálgicos em alguns participantes daquele fórum *on-line*: “Saudades... dos anos 60 e 70. Pode parecer radical mas havia mais decência, patriotismo e respeito naquele tempo. Engraçado como as coisas neste país descambaram gradativamente depois de 1984”, lastimou “Ricardo”, suspirando pela presumida ordenação moral da ditadura militar. Outros comentaristas preferiram valer-se do humor truculento para enfrentar a calamidade atual:

o desPeTetizador: Essa tiazinha da foto [mais parece uma ministra baranga do PT] conseguiria ‘levantar a moral’ dos intelectuais de esquerda citados pelo Lobão?

Zeferino: Arre! Coitadinha! Feliz como, minha filha, se você não deve fazer muito sucesso na zona?

Luiz Schuwinski: A baranga que posa de prostituta na foto deve fazer ponto nos assentamentos do MST! Orra, meu! Essa, nem de graça. Hehehehe!

Os dicionários da língua portuguesa esclarecem que o termo *baranga* foi usado, a princípio, como adjetivo de dois gêneros para assinalar a “baixa qualidade” de alguma coisa ou o “pouco ou nenhum valor” de alguém. O marcador linguístico do menosprezo determinava, pois, tanto a imprestabilidade de objetos quanto a insignificância de indivíduos de ambos os sexos. Por extensão de sentido, passou-se a empregar o vocábulo como substantivo feminino que designa “mulher muito feia ou muito maltratada, sem trato” (AURÉLIO, 2004), “mulher feia, deselegante, mal-ajeitada” (HOUAISS, 2009) — uma criatura de escasso valor ou serventia no mercado dos relacionamentos amorosos e sexuais.

A definição em vigor sugere que a feiura da *baranga* pode não ser apenas uma fatalidade natural, uma congênita desarmonia na constituição física — seu aspecto desagradável resultaria também do desmazelo, da falta de cuidado consigo mesma. Desatenta com a moda, relapsa com o estilo, fora de forma, a baranga é uma mulher negligente: como destacam os dicionaristas, ela não se trata nem se ajeita da maneira apropriada. Estas críticas tendem a subestimar as barreiras socioeconômicas e as dificuldades cotidianas de acesso à reengenharia e à parafernália da beleza: vestuário, ginástica, nutrição, *cosméticos e cirurgias plásticas*. Por exibir defeitos presumidamente superáveis com o empenho ou com o sacrifício individual, a baranga é passível de reprovações que aglutinam julgamentos estéticos e morais; os discursos e as atitudes de rejeição se tornam, assim, ainda mais impiedosos.

A *baranguice* ofende o bom gosto e afronta os padrões da feminilidade atrativa. Se a intenção era mesmo vender a problemática ideia da felicidade das prostitutas, por que não escolheram uma “garota propaganda” mais convincente?. A indagação foi formulada, com certa frequência, nos tribunais da Internet. Os juízes virtuais sustentavam a tese de que a campanha ministerial deveria ser ilustrada por algum exemplo de dedicação integral às práticas da beleza normativa, referendadas pela mídia:

Pablo Gonzalez: Mas a “garota” propaganda é que esta meio ultrapassada, será que alguém paga cão? ahahahaha

Wanderson Soffe: vixi baranga

Renan Santana: Os caras nao entendem de marketing nao hahaha. Olha a foto que eles colocam como slogan, poutz kkkkkk, tinha que ser com a Nicole Bahls de garota propaganda

Maria Vidal: Deveria colocar uma prostituta mais bonita, tipo algumas atrizes de TV. Só pra campanha ficar mais bonita. Salve Jorge!

A vida pública das emoções num país cordial

Ao examinar as críticas à iniciativa do governo federal, deparamo-nos, amiúde, com a nomeação de estados emocionais específicos, como o *nojo* dos “cidadãos de bem” que clamam por *cordões sanitários* que isolem o PT e impeçam a propagação epidêmica da corrupção e da imoralidade. É possível discernir naqueles comentários, também, as marcas discursivas de condições afetivas mais reticentes e subentendidas, como o *ressentimento* de frações conservadoras da classe média que se sentiam desprestigiadas por políticas públicas que favoreciam, a seu ver, a imerecida ascensão dos mais pobres e a indevida valorização de minorias, que passavam a assumir, então, uma postura cada vez mais... *arrogante*.

Toda a celeuma provocada pela peça publicitária do Ministério da Saúde também revelou, de maneira eloquente, os limites do “ameno relativismo ético” e do “liberalismo da neutralidade” que, segundo o filósofo canadense Charles Taylor, dominam a paisagem moral das democracias ocidentais (TAYLOR, 2003). Um testemunho de felicidade — à primeira vista singelo e inócuo — fez eclodir, com notável rapidez, um conjunto obscuro de paixões adversas, suscitou toda uma série de movimentos enérgicos de rechaço do diferente, do impuro, do opositor. Emoções, sentimentos e atitudes que contribuem para desfazer a mítica imagem da *cordialidade brasileira* — decantada, desde os anos 1930, como sinônimo de simpatia, benevolência, hospitalidade, índole pacífica e conciliadora. Em seu lugar, já se configura a imagem de um país altamente conectado, polarizado e hostil.

Referências

AHMED, Sara. *The cultural politics of emotion*. Edimburgo: Edinburgh University Press, 2014.

ANSART, Pierre. História e memória dos ressentimentos. In: BRESCIANI, Stella; NAXARA, Marcia Regina (Eds.). **Memória e (res)sentimento**: indagações sobre uma questão sensível, p. 15-36. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1999.

BERNHEIMER, Charles. **Figures of ill repute**: representing prostitution in nineteenth-century France. Londres: Duke University Press, 1989.

BLAUVELT, Martha Tomhave. **The work of the heart**: young women and emotion, 1780-1830. Charlottesville: University of Virginia Press, 2007

BIDDLE, Jennifer. Shame. In: HARDING, Jennifer; PRIBRAM, E. Deidre (Ed.). **Emotions**: A cultural studies reader. Londres: Routledge, 2009. P. 113-125.

DOUGLAS, Mary. **Pureza e perigo**. São Paulo: Perspectiva, 2014.

BROQUA, Christophe; FILLIEULE, Olivier. Act Up ou les raisons de la colère. In: TRAÏNI, Christophe (Ed.). **Émotions... Mobilisation!**. Paris: Presses de Sciences Po, 2009. p. 141-168.

FLAM, Helena. Emotions' map. In: FLAM, Helena; KING, Debra (Ed.). **Emotions and social movements**. Nova Iorque: Routledge, 2005. p. 19-40.

_____. Micromobilization and emotions. In: DELLA PORTA, Donatella; DIANI, Mario (Ed.). **The Oxford handbook of social movements**. Oxford: Oxford University Press, 2015. p. 264-276.

GOULD, Deborah B. **Moving politics**: Emotion and ACT UP's fight against AIDS. Chicago: University of Chicago Press, 2009.

HEWITT, John P. **The myth of self-esteem**. Nova Iorque: St. Martin's Press, 1998.

HOCHSCHILD, Arlie Russell. **The managed heart**: Commercialization of human feeling. Berkeley: University of California Press, 2012.

_____. The sociology of emotion as a way of seeing. In: BENDELOW Gillian; WILLIAMS, Simon J. (Ed.). **Emotions in social life**: critical themes and contemporary issues. Nova Iorque: Routledge, 2005. p. 3-15.

KEHL, Maria Rita. Ressentimento. In: AVRITZER, Leonardo *et al.* (Ed.). **Corrupção**: ensaios e críticas. Belo Horizonte : Editora UFMG, 2012. p. 290-297.

LOPES, Nei. **Dicionário escolar afro-brasileiro**. São Paulo: Selo Negro, 2006.

LUTZ, Catherine A.. **Unnatural Emotions: Everyday Sentiments on a Micronesian Atoll & Their Challenge to Western Theory**. Chicago: University of Chicago Press, 1998.

MILLER, William Ian. **The anatomy of disgust**. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1997.

NUSSBAUM, Martha C. **Political emotions**: why love matters for justice. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2013.

_____. **From disgust to humanity:** sexual orientation and constitutional law. Nova Iorque: Oxford University Press, 2010

_____. **Hiding from humanity:** disgust, shame, and the law. Princeton: Princeton University Press, 2004.

OTTONI, Ana Vasconcelos. Finais trágicos nos prostíbulos: imprensa, notícias sensacionais e homicídios de meretrizes no Rio de Janeiro no início do século XX. *DIALOGUS*, v.4, n.1, 2008, p. 283-306.

PIERRON, Jean-Philippe. L'indignation. *Études*, 2012/1, p. 57-66.

SILVA, Antonio Moraes. *Dicionário da língua portuguesa*. Lisboa: Typographia Lacerdina, 1789.

SILVA SANTISTEBAN, Rocío. **El factor asco:** basurización simbólica y discursos autoritarios en el Perú contemporáneo. Lima: Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú, 2008.

SPONGBERG, Mary. **Feminizing venereal disease:** The body of the prostitute in nineteenth-century medical discourse. Londres: Palgrave, 1997.

TAYLOR, Charles. **A ética da autenticidade**. São Paulo: Realizações, 2003.

TYLER, Imogen. **Revolting subjects:** social abjection and resistance in neoliberal Britain. Nova Iorque: Zed Books, 2013.

WHITTIER, Nancy. **The politics of child sexual abuse: Emotion, social movements, and the state**. Oxford: Oxford University Press, 2009.

REPENSAR LA COMUNICACIÓN COMO PRÁCTICA SOCIOCULTURAL¹

Raúl Fuentes Navarro²

Resumo: *El argumento central esta contribución es que para reconocer y potenciar el aporte de la comunicación en la reconfiguración de múltiples dimensiones del espacio público contemporáneo es conveniente insistir en el desarrollo de modelos conceptuales que la integren como práctica sociocultural constitutiva, no determinada únicamente por sus soportes técnicos.*

En los años más recientes, las relaciones entre comunicación, cultura y sociedad parecen estar cambiando en formas que por una parte resuelven o simplifican dimensiones que solían ser más problemáticas, y por otra parte exigen acercamientos cada más complejos para ser integradas en esquemas nuevos de reconocimiento de la “realidad” circundante. En un contexto como ese, es inevitable situar los referentes reflexivos en entornos específicos, como en el caso, México, un país que manifiesta de una manera especialmente violenta una crisis que no es ajena a prácticamente ningún país iberoamericano, en cuanto a que los factores constitutivos y las configuraciones típicas de la modernidad en la periferia atraviesan una fase de tensión ya insostenible, tanto en relación con la explotación de los entornos naturales sobre los que se asienta la contemporaneidad, como en la creciente desigualdad que polariza a las sociedades en su interior, en todas sus dimensiones, múltiples niveles y de manera acumulativa (UNESCO, 2016). Desde ahí, para reconocer y potenciar el aporte de la comunicación en la reconfiguración del espacio público contemporáneo, es necesario insistir en el desarrollo de modelos conceptuales que la integren como práctica sociocultural constitutiva y no determinada única o principalmente por su novedad tecnológica.

Difícilmente puede hablarse hoy críticamente de “cultura, ciudadanía y participación” sin tomar también en cuenta la desigualdad estructural que, muy específicamente, caracteriza a esa esfera de la existencia sociocultural donde la

¹Palestrante do Painel Temático 1 – Mídia e Populismos, XV Congresso IBERCOM, Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, em 18 de novembro de 2017.

² Profesor Emérito del ITESO - Departamento de Estudios Socioculturales - Programa Formal de Investigación Univesidad Jesuíta de Guadalajara – México.

“desigualdad digital” se manifiesta en distintas pero articuladas dimensiones, tangibles e intangibles (RAMALINGAM & HERNÁNDEZ, 2016, pp. 68-69). En el plano de las consecuencias intangibles, se puede lamentar con el historiador Robert Darnton que:

las maravillas de las tecnologías de comunicación en el presente han producido una falsa conciencia sobre el pasado –incluso la sensación de que la comunicación no tiene historia, o no tiene nada importante que considerar antes de los días de la televisión y el Internet (DARNTON, 2010, p.1).

Evidentemente, lo que tendríamos que poner en tela de juicio no son “las maravillas” presentes de las tecnologías de comunicación, sino sus consecuencias sobre nuestra conciencia del pasado y, por tanto, del presente y del futuro. Desde esa hipótesis quizá podríamos interpretar más adecuadamente algunos debates contemporáneos, algunos mitos que se han convertido en lugares comunes, y algunos datos empíricos que requieren ser críticamente trabajados para convertirlos en conocimiento provisionalmente confiable, como se espera de la investigación académica, acerca del periodismo, la política, los medios y la comunicación. Y un intento de historización de ciertos fenómenos socioculturales como este, implica inevitablemente una consecuente historización de las perspectivas desde donde han sido reconocidos y contruidos esos fenómenos como “hechos”, pues al nombrarlos indistintamente “comunicación” se corre el riesgo de no distinguir suficientemente prácticas, objetos y contextos diversos, de la comunicación que los constituye y es constituida en ellos sin agotarse mutuamente. Hoy puede reconocerse mejor que hace cuatro décadas el sentido de la advertencia de Herbert Schiller:

Cuanto más tiempo dure la creencia de que estamos disfrutando de un sistema de información bondadoso y benigno, que nos ofrece generosamente una mejor comprensión de la realidad social, mientras seguimos separados por cierto velo de ‘responsabilidad social’ y neutralidad tecnológica de la estructura del poder de la propiedad y del control político que domina en todos los demás sectores del sistema, mayor será el peligro en que nos hallamos (SCHILLER, 1983, p.16).

Frente a ese riesgo, contamos hoy con tradiciones y compromisos vigentes con proyectos sociales críticos y emancipadores, disponibles para enfrentar reflexivamente los desafíos y responsabilidades de los estudios de la comunicación, pero las tendencias socioculturales predominantes son obvia y preocupantemente contrarias: corrupción

generalizada, crisis estructural, negación de un futuro digno para la mayor parte de las juventudes, violencia extrema y descarnada como realidad cotidiana, cultivo estratégico de los conflictos, una economía depredadora e injusta y una educación caracterizada por lo que puede llamarse “inmediatismo superficial”: la cada vez más extendida incapacidad “para referirnos a un horizonte temporal relativamente alejado del presente inmediato, sea hacia el futuro o hacia el pasado, incapacidad que no es fácilmente separable de la capacidad reflexiva misma” (FUENTES, 2008, p.29), y que se ha convertido en una de las más elocuentes manifestaciones de la “mediatización” en su peor sentido

Ese conjunto de procesos socioculturales llamado “mediatización”, por cierto, es notable por su velocidad de desarrollo y por su alcance, aunque también por la concentración de poderes (político-económico-culturales) de la que es indisoluble. La gran paradoja del desarrollo tecnológico de “las comunicaciones” es que sus valores (otra vez, políticos, económicos, culturales) y sus capacidades de ampliación de las fronteras espaciales y temporales, reducen al mismo tiempo para los sujetos interactuantes los costos y esfuerzos necesarios para la comunicación (y para muchas otras “operaciones” constitutivas de la vida social) y las opciones de significación y participación, especialmente las que se refieren a la interpretación del sentido de la interacción misma, subsumida por la “interactividad” que viene pre-programada en el aparato, y muchas veces está también pre-pagada, se use o no. Es decir, por un lado y por el otro, la comunicación tiende a convertirse en un acto banal, insignificante, instrumental, y son las nociones menos críticas, esas que se puede llamar “teorías cotidianas”, sostenidas por intereses comerciales y sectarios, las que prevalecen para interpretarla, incluso desde las universidades.

En términos que introdujo el recientemente fallecido profesor Denis McQuail (2010) en nuestro campo, es preocupante que las teorías cotidianas, culturales e incluso operativas de la comunicación, que tienen creciente crédito y sustento en los medios y la publicidad de dispositivos tecnológicos, tiendan a ocupar todo el espacio disponible para las teorías, sin que los proyectos científicos o normativos puedan prosperar en los sitios destinados a la investigación y la formación profesional especializadas y autónomas, comprometidas con la sociedad como conjunto y no con alguno de sus sectores dominantes. Puede leerse así una creciente proporción de los discursos académicos, producidos y consagrados en los circuitos internacionales. Pero en la literatura actual hay

algunas preguntas a las que hay que poner mayor atención, como la de las nuevas figuras profesionales que emergen del entorno de las “convergencias” y de la reestructuración de la “ecología de los medios”. También habría que meter ahí, por ejemplo, la crítica a la demagogia de la “libertad de los usuarios”, el problema de la fragmentación de las audiencias, y el de la recontextualización de los términos del problema de la responsabilidad social: el problema ético de las prácticas.

Es casi obvio que los procesos de estructuración de campos académicos, disciplinas y profesiones de la comunicación, están directamente relacionados con las maneras como se han representado y han evolucionado los procesos de institucionalización de los medios, los sistemas y las políticas de comunicación en determinados países, desde donde se han exportado a otros. En el origen de los estudios de comunicación, la descripción y la comprensión de los medios, los sistemas y las políticas para intervenir en ellos eran centrales, pero después se fueron relegando, porque creímos que ‘lo que importa es la comunicación, y no los medios’. Ahora hay que recuperar, al menos, la noción de que lo que tenemos enfrente viene de una serie de relaciones construidas, muy compleja y contradictoriamente, en referencia a esa esfera de la mediatización de las sociedades contemporáneas.

Entre otros investigadores distinguidos, el danés Stig Hjarvard ha señalado dos desarrollos del campo de la comunicación que hasta ahora se han apoyado uno al otro, pero que pueden entrar en conflicto: la institucionalización académica y la mediatización de la cultura y la sociedad. Es decir, el campo académico existe y se ha desarrollado debido a la importancia crecientemente reconocida a sus objetos de estudio, sobre todo la comunicación mediada, pero cuando la influencia formal y la mediación comunicacional crecen de tal manera que determinan a otras actividades socioculturales, –políticas, económicas, educativas, religiosas, etc.–, la mediatización del entorno cotidiano no solo afecta a los objetos de estudio sino también al estudio mismo, además de presionar a la universidad como institución social que es. La mediatización “no solo implica un cambio en el grado en que los medios influyen los asuntos culturales y sociales, sino también en la manera misma en que conceptualizamos la relación medios-sociedad”, generando más fragmentación e instrumentalización que las que de por sí han caracterizado al campo académico (HJARVARD, 2012, p.30).

Hace ya bastantes años, James Carey había advertido las consecuencias de que “nuestros modelos existentes de comunicación son menos un análisis que una contribución al caos de la cultura moderna”, y que de diversas maneras “estamos pagando las consecuencias de un largo abuso de procesos comunicativos fundamentales al servicio de la política, el comercio y la terapia” (CAREY, 1989, p.6). Esa compleja tendencia sociocultural, equiparable a lo que llamamos más recientemente “mediatización”, es notable por su velocidad de desarrollo y por su alcance, además por supuesto por la concentración estructural de poderes (político-económico-culturales) de la que es indisociable. No obstante, como en la cita de Darnton, en el campo académico de la comunicación muchas veces el tiempo parece no haber pasado, pues las preguntas centrales, y lo que es peor, las respuestas esenciales, aparentemente son las mismas que hace años. La condición inmediateista y superficial predomina, y para entender las razones y las opciones, es necesaria una perspectiva de análisis histórico y contrastar las nociones instrumentales con modelos conceptuales que permitan entender a la comunicación como “un factor constitutivo y no superestructural de lo social”, como lo formuló Antonio Pasquali (1978, p.12) y lo desarrolló en sus implicaciones del paso “de los medios a las mediaciones” Jesús Martín Barbero (1987). Pensar la comunicación articulada a la cultura y a la política, debería ayudarnos a fortalecer la capacidad para ubicar las transformaciones de la comunicación, la sociedad y la cultura contemporáneas, e interpretarlas críticamente.

Lamentablemente, sin embargo, en las representaciones más comunes de los sistemas contemporáneos de comunicación social, y paradójicamente en especial de los llamados “interactivos” o “en red”, están ausentes, con pocas excepciones, modelos conceptuales de la comunicación que permitan entenderla como proceso constitutivo de lo social, ni en su dimensión interactiva ni en la estructural. Probablemente la excepción más estimulante en la última década la constituye la propuesta de Manuel Castells en *Communication Power* (2009), aunque no parece haber tenido la necesaria continuidad ni en la investigación empírica ni en la elaboración teórica. Al centrar su obra en el “poder comunicacional”, Castells avanza en una articulación que quizá tarde todavía un tiempo en reconocerse con cierta amplitud académica y social, pero que puede ya leerse más allá de las convergencias entre los medios masivos y lo que el autor llama “auto-comunicación de masas”, así como de la idea de que los sistemas de comunicación se limitan a

incrementar las capacidades, centralizadas o descentralizadas, de producir y disseminar “mensajes informativos”. En la premisa metodológica de Castells está su aporte clave: “debemos encontrar la configuración específica de la red de actores, intereses y valores involucrados en su estrategia de producción de poder conectando sus redes de poder con las redes de comunicación masiva, la fuente de la construcción de sentido en la mente pública” (CASTELLS, 2009, p.430).

Lo que se ha vuelto común en las campañas electorales de muchos países, y en otros incluso en la propaganda permanente del régimen, la reducción de “la comunicación social” o “la comunicación política” a secuencias de spots televisivos y por lo tanto al control simple de recursos de acceso a los medios de difusión, es manifestación de la extendida incapacidad, entre los diversos agentes sociales, para apreciar y respetar los derechos comunicativos de los ciudadanos, indisociables de los demás derechos individuales y sociales, y condición fundamental para su ejercicio pleno. Sin duda, la reducción de la comunicación a sus manifestaciones más instrumentales en la práctica contribuye al predominio de mediaciones sociales autoritarias sobre las más democráticas, dado que tanto unas como las otras se enraizan profundamente como cultura.

Uno de los colegas mexicanos que han alcanzado mayor prestigio investigando e interviniendo constantemente sobre los medios de difusión, la política y las “redes sociodigitales”, como Raúl Trejo Delarbre prefiere todavía llamar a esos sistemas contemporáneos de comunicación, –y a los que ahora hay que buscar no solo un nombre más adecuado sino un concepto más sólido, ajeno a la racionalidad industrial que vende por miles de millones los dispositivos y sus usos–, ha propuesto recientemente un acercamiento a la caracterización de esos recursos y tendencias, que considero que vale la pena seguir, bajo la convicción de que “asistimos a un cambio de época que es preciso tratar de entender sin que las formas nos impidan entender el fondo. Son tiempos interesantes” (TREJO, 2017, p.26). Trejo describe y explica convincentemente que “el proceso de reconfiguración de los asuntos públicos, y de manera más amplia de los contenidos mediáticos cuando son trasladados a las redes digitales, implica por lo menos cinco pasos: simplificación, estandarización, segmentación, propagación y trivialización”

(2017, p.7), que en conjunto “hacen que los mensajes experimenten ajustes” y que “crean contextos propicios a la confusión”:

Los valores profesionales que en los medios coadyuvan para acreditar las noticias y que además permiten ordenar la discusión pública, se diluyen dentro del desconcierto que predomina en las redes sociodigitales. En esos microclimas se ha extendido la posverdad. Con ese término se ha designado a la circulación de versiones falsas, presentadas como auténticas, que ha influido en algunos de los virajes políticos más drásticos en los años recientes (TREJO, 2017, p.20).

En México hay evidencias cada vez más elocuentes sobre el escepticismo imperante, que no han creado pero sí exacerbado los medios, y que se convierte en un factor determinante de las campañas políticas preelectorales. Como observa Trejo, “instalada en las redes sociodigitales, la política y en general los asuntos públicos se difunden de manera reticular y ya no solamente vertical como en los grandes medios”. Pero esa reproducción adicional no significa necesariamente una mayor apropiación de los hechos, “ni mucho menos de las decisiones políticas, por parte de los ciudadanos” (TREJO, 2017, p.6). Para Germán Espino, otro investigador mexicano, al estar estrechamente relacionada con el control neoliberal, “la concepción optimista de la Web 2.0 representaría una poderosa ideología que ayuda a legitimar al capitalismo, no a la formación de una democracia deliberativa digital” (ESPINO, 2014, p.51).

Explicitar las operaciones necesarias para entender a la comunicación como recurso de poder mediante la persuasión y la falsedad, como un proceso de hegemonía, como un sistema social que media simbólicamente la estructuración, el desarrollo y la resolución de conflictos entre agentes sociales, requiere algo más que una asociación normativa, abstracta, con la democracia. Esta comprensión resulta quizá más útil cuando los modelos ideales de convivencia se rompen o se deforman, es decir, en casi todos los casos históricos. Pero la complejidad de las relaciones entre las prácticas situadas de comunicación y las condiciones sociohistóricas en las que acontecen, así como en otra escala entre los sistemas de medios y los estados nacionales, es todavía muy poco reconocida y enfrentada, tanto desde la explicación académica como desde las prácticas cotidianas.

Por eso es urgente recuperar y fortalecer el sentido reflexivo de la formación universitaria, para entender los procesos socioculturales de una manera más crítica,

especialmente en cuanto a los que ya no conviene identificar teóricamente como procesos de “producción, circulación y consumo de mensajes”, o de bienes culturales, o de representaciones simbólicas, o de ideologías, sino como participación de sujetos sociales responsables en procesos de producción social de sentido. Según Robert Craig (1999, p.144), la tradición sociocultural es aquella en que “la comunicación es teorizada como un proceso simbólico que produce y reproduce los patrones culturales compartidos. Así concebida, la comunicación explica cómo el orden social (un fenómeno de nivel macro) es creado, realizado, sustentado y transformado en procesos de interacción de nivel micro”. Esta formulación, tan cercana a la “doble hermenéutica” de la teoría de la estructuración de Anthony Giddens (1984), es una clave que puede servir para enfatizar la agencia o acción transformadora implícita en las prácticas, es decir, en la interacción material y simbólica entre sujetos concretamente situados, lo que a su vez supone la recurrencia por parte de ellos tanto a sistemas informacionales como a sistemas de significación, cuya competente mediación a su vez determina la producción y reproducción del sentido: el de las prácticas socioculturales de referencia y el de la comunicación misma. Y esta es la tarea central del estudio universitario de la comunicación, que yo mismo he formulado como “la producción social de sentido sobre la producción social de sentido” (FUENTES, 2015).

Desde la teoría de la estructuración se asume que la ciencia social puede dar forma discursiva a aspectos del “conocimiento mutuo” que los actores sociales emplean de una manera no discursiva en su conducta. De este “conocimiento mutuo” entre los sujetos depende, nada menos, que las actividades sociales tengan sentido en la práctica. Y la comunicación, esencialmente, consiste en esa producción en común de sentido. Su investigación y teorización no pueden entonces limitarse al estudio de los medios (tecnológicos o no, “nuevos” o no) que los sujetos sociales usan para generar y compartir el sentido de su actividad, de su interacción y, necesariamente por ello, de su propia identidad, aunque tampoco pueden prescindir de ellos. Porque la “convergencia mediática”, que incluye procesos de cambio en distintas dimensiones, no sucede independientemente de la concentración del capital y del poder en escalas globales y locales. Además, en el mundo “interdependiente” en el que vivimos, las estructuras institucionales y los procesos de articulación política y económica están sujetos a tensiones muchas veces contradictorias en las diversas escalas, mientras que los patrones culturales, es decir, los sistemas sociales de producción de sentido, mantienen rasgos

identitarios y virtudes y vicios colectivos formados a lo largo de décadas o de siglos, aunque algunos de ellos parecen dispuestos a ser negociados en las capas más superficiales e inmediatas de la actividad cotidiana, esa “realidad” social en la que enfrentamos la violencia, circunstancial y estructural; el conflicto, el temor, la incertidumbre, la volatilidad y el malestar de “lo político”, de las complejas dimensiones de lo colectivo y lo público, lo social sin lo cual no existe lo individual y en lo cual nos reconocemos.

La responsabilidad de las universidades con respecto a la producción y reproducción del orden social, y más específicamente sobre las estructuras y prácticas de significación y valoración que constituyen la cultura, sigue siendo una referencia indispensable, sobre todo cuando también, como todo lo demás, la academia está siendo cada vez más mediatizada, burocratizada y banalizada. La universidad no es, en ningún sentido, una entidad social aislable de su entorno histórico, ni de sus dimensiones económicas, políticas o culturales. Pero tampoco puede ser solamente un reflejo o una extensión instrumental de las realidades sociales. La “diferencia digital”, como tituló W. Russell Neuman su libro más reciente (2016, pp.305-308) sobre las implicaciones del cambio tecnológico, es “una espada de doble filo: diferencia en cómo nos comunicamos y diferencia en cómo entendemos los complejos procesos por los que nos comunicamos”. Es por ello “una oportunidad para que la comunidad de investigadores de la comunicación enfrente el urgente desafío de que su trabajo sea reconocido ampliamente dentro de los dominios tanto de la academia como de la política pública”. Que sea un aporte reflexivo a la reafirmación práctica de valores, ideales y derechos socioculturales fundamentales.

Referencias:

CAREY, James W. (1989): *Communication as Culture. Essays on Media and Society*. New York & London: Routledge.

CASTELLS, Manuel (2009): *Communication Power*. Oxford and New York: Oxford University Press.

CRAIG, Robert T. (1999): “Communication Theory as a Field”, *Communication Theory* Vol. 9, pp.119-161.

DARNTON, Robert (2010): *Poetry and the Police: Communication Networks in Eighteenth-Century Paris*. Cambridge: Harvard University Press.

ESPINO-SÁNCHEZ, Germán (2014): "La política en Internet, ¿de la mediatización a la convergencia digital?", *Convergencia, revista de ciencias sociales* No. 65.

FUENTES NAVARRO, Raúl (2008): "Nueve tópicos para reflexionar en plural sobre la carrera del futuro", *Códigos, revista de Ciencias de la Comunicación*, tercera época No. 1. pp.25-33.

FUENTES NAVARRO, Raúl (2015): *Centralidad y Marginalidad de la Comunicación y su Estudio*. Guadalajara: ITESO.

GIDDENS, Anthony (1984): *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.

HJARVARD, Stig (2012): "Doing the Right Thing. Media and Communication Studies in a Mediatized World", *Nordicom Review*, Supplement, 33, p.27-34.

MARTÍN BARBERO, Jesús (1987): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía*. México: Gustavo Gili.

MCQUAIL, Denis (2010): *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.) London: Sage.

PASQUALI, Antonio (1978): *Comprender la Comunicación*, Caracas: Monte Ávila.

RAMALINGAM, Ben & Kevin HERNÁNDEZ (2016): "The multiple forms of digital inequality", *World Social Science Report 2016, Challenging Inequalities: Pathways to a Just World*, Paris: UNESCO Publishing.

RUSSELL NEUMAN, W. (2016): *The Digital Difference. Media Technology and the Theory of Communication Effects*. Cambridge Mass.: Harvard University Press.

SCHILLER, Herbert (1983): *El poder informático. Imperios tecnológicos y relaciones de dependencia*. Barcelona: Gustavo Gili.

TREJO DELARBRE, Raúl (2017): "Escepticismo democrático y medios en disputa en tiempos de la posverdad". Conferencia inaugural del Encuentro Nacional de la AMIC, Universidad Autónoma de Guanajuato.

UNESCO ISCC, IDS, UNESCO (2016): *World Social Science Report 2016, Challenging Inequalities: Pathways to a Just World*, Paris: UNESCO Publishing.

MUJERES, PARTICIPACIÓN, CIUDADANÍA Y CULTURA¹

Aimée Vega Montiel²

Resumen: El objetivo de este artículo es promover una reflexión en torno a tres poderosos conceptos que han acompañado la lucha histórica de las mujeres por ser reconocidas como sujetas de derechos.

Una lectura Feminista de Participación, Ciudadanía y Cultura

Participación, ciudadanía y cultura son conceptos modernos. Fueron creados por los autores de la Ilustración para explicar el nuevo orden social: la Democracia. Sin embargo, las feministas cuestionaron muy pronto el carácter sexista de ese nuevo orden y se preguntaron ¿La Democracia tiene sexo? Catharine Mackinnon responderá que sí, dado que la organización de esa democracia fue desde sus orígenes patriarcal y androcéntrica.

Participar, es para las mujeres hacer política, porque implica incidir en la vida pública, y con ello ejercer su ciudadanía y transformar la cultura. Por ello, compartiré a continuación una revisión histórica de estos conceptos, a la luz de los cuales analizaré algunos ejemplos contemporáneos.

Para ello, es necesario el ejercicio de la memoria a través de los procesos históricos que determinaron la desigualdad entre mujeres y hombres.

La materialización de esta desigualdad inició en el siglo XVII. Fue la descomposición del orden feudal a favor de la soberanía popular, la que propició el nacimiento del espacio público como el ámbito para el ejercicio de la ciudadanía y del espacio doméstico como el de la reproducción de la vida y de las tareas destinadas a cubrir las necesidades básicas de los integrantes de la esfera familiar. Más adelante, en el siglo XIX, la Revolución Industrial determinaría la separación de las esferas doméstica y mercantil.

Estos acontecimientos establecieron también quiénes serían los protagonistas de estas esferas, al tiempo que les estipularon derechos y obligaciones, es decir, al tiempo

¹ Palestrante do Painel Temático 2 – Cultura, cidadania e participação do XV Congresso IBERCOM, Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, em 18 de novembro de 2017.

² Profesora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y Investigadora en el Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades (CEIICH) de la UNAM. Vice-Presidenta de la IAMCR. Coordinadora General de la Global Alliance on Media and Gender (GAMAG), UNESCO.

que les fueron determinados los rasgos de su identidad. Al espacio doméstico se le asignó como responsable a la mujer y al hombre al espacio público como el lugar desde el cual pudiera proclamar su derecho a la ciudadanía. La idea subyacente en esta designación era: las mujeres al hogar y los hombres a la plaza.

¿Qué argumentos sirvieron como base a tales designaciones? En *La construcción del sexo*, Thomas Laqueur (1994) señala que, con el advenimiento de la Modernidad, la distinción entre estas esferas se definió a partir de las diferencias sexuales de los géneros. La naturaleza masculina -señalaban los promotores del proyecto Ilustrado-Liberal liderados por Juan Jacobo Rousseau- era característica por su racionalidad, imparcialidad, independencia y desinterés, atributos necesarios y suficientes para ocupar el espacio público. Así, al hombre le fue designado el espacio de la administración pública y el de las decisiones políticas, es decir, el de la dirección de su propio destino y de los destinos de los otros. En cambio, la naturaleza femenina, la feminidad, según estos pensadores, tenía como rasgos característicos la emoción, la parcialidad, la dependencia, el amor por los otros y el altruismo. A la materialización de estos rasgos, a través del incuestionable cumplimiento de la satisfacción de las necesidades de los otros, solo podía corresponderle un espacio, el doméstico³.

Desde esta construcción socio-histórica, se constituyeron también los argumentos que excluyeron a las mujeres del ámbito de la participación política. El discurso subyacente a esta construcción era que las mujeres debían renunciar a sus aspiraciones de competir por el poder en el ámbito público, porque esa era una cualidad exclusivamente masculina. De esta forma, los principios universalistas de la Ilustración, libertad, fraternidad e igualdad, excluyeron en la práctica a las mujeres.

Fue esta negación de la ciudadanía a las mujeres, la que originó su lucha porque su derecho a participar fuera reconocido. Las primeras demandas sobre la ciudadanía de las mujeres, iniciaron con la Ilustración, en lo que se denomina como la Primera Ola del Feminismo. En 1791, ante la falta de universalidad de la "Declaración de los Derechos del

³ Por ejemplo, en su obra *Emilio o la Educación*, Jean Jacques Rousseau diseñó un plan educativo para las mujeres y los hombres, apegado a sus diferencias biológicas y psicológicas, diferencias que en última instancia resultan complementarias y jerarquizadas. El filósofo sostiene que la inteligencia y el talento son masculinos y que solo un sujeto es beneficiario de la razón: el hombre. En contraste, la naturaleza de la mujer es definida, según Rousseau, a partir de la domesticidad, el servilismo y de virtudes pasivas (tales como obediencia, modestia, humildad, sumisión y discreción), que se constituyeron como los valores de la feminidad. El matrimonio aparece entonces como el vínculo social sagrado que equilibra con precisión las fuerzas naturales de la pasión y la razón a través de la educación.

Hombre y el Ciudadano”, Olimpia de Gouges redactó la “Declaración de los Derechos de la Mujer y de la Ciudadanía”. Dos años más tarde, De Gouges fue guillotizada bajo las órdenes de Robespierre.

En 1792, Mary Wollstonecraft publicó en Inglaterra la “Vindicación de los Derechos de la Mujer”. En ella identificaba ya los factores que no hacían posible a las mujeres ejercer su ciudadanía en condiciones de igualdad frente a los hombres. Señalaba como los principales obstáculos la insuficiencia educativa, las rutinas domésticas y las oportunidades restringidas. La intelectual inglesa apuntaba a las máximas de la Ilustración –libertad, igualdad y fraternidad- como las condiciones para la emancipación femenina.

En el siglo XIX, John Stuart Mill provocó una ruptura con los supuestos masculinos dominantes del Liberalismo. Fue uno de los primeros hombres que apelaron a los derechos de las mujeres. Reivindicó a las mujeres como adultas maduras, libres e iguales. El ilustrado inglés señalaba que las relaciones entre las mujeres y los hombres se basaban en la ley del más fuerte y que negando a las mujeres su derecho ciudadano a la participación pública se obstaculizaba el progreso de la humanidad porque se desaprovechaba su talento. Stuart Mill afirmaba que precisamente la confiscación sobre los derechos y las libertades de las mujeres pervertía la justicia y la libertad como principios regulativos de la democracia y que por ello se les tenía que reconocer como sujetos.

Con este telón de fondo, a finales del siglo XIX grupos de mujeres se organizaron para exigir su derecho a la participación y a la ciudadanía, a través de la lucha por el voto. Fueron las Sufragistas las herederas de este esfuerzo, encabezando con ello la Segunda Ola del Feminismo. Estas mujeres iniciaron, a finales de ese siglo, la proclamación de serios reclamos para que el sufragio fuera realmente universal. Por otra parte, vindicaban el acceso de las mujeres a la educación, al trabajo y una mayor autonomía jurídica y económica (Fernández Poncela, 1999).

La historia del sufragismo femenino se convirtió, como bien lo señala la socióloga Soledad Murillo (1996), en la historia de la resistencia masculina a la incorporación de las mujeres al espacio público político.

Después de prolongadas luchas, los movimientos sufragistas lograron concretar las primeras acciones y que finalmente el voto femenino fuera reconocido desde principios y hasta mediados del siglo XX. Y aunque este logro fue importantísimo, las sufragistas

pronto se dieron cuenta de que se le había otorgado un significado sobredimensionado a su lucha por conseguir el derecho de las mujeres a votar. Vieron en él el medio que garantizaría la participación pública de las mujeres, es decir, lo vieron como el símbolo de la emancipación femenina. Sin embargo, después de esta fundamental conquista, se cayó en cuenta de que los cambios radicales en la posición y la inclusión de las mujeres en la esfera pública no se habían materializado de la forma en que fueron idealizados. Finalmente, esta seguía siendo una esfera masculina, de ahí la marginación y la complicada relación de las mujeres con este espacio.

La participación de las mujeres

En este contexto, Participación fue desarrollada como una categoría para designar la práctica política, es decir, todas las decisiones y las acciones, individuales y colectivas, de los sujetos relacionadas con el ejercicio del poder. La participación presupone organización, estrategia y acción orientadas a transformar (Fernández Poncela, 1999).

Esta definición de participación implica reconocer, en principio, que en un sistema democrático, todos los ciudadanos gozan de este derecho. Sin embargo, y a la vista de la revisión que ha antecedido a este apartado, es imposible hacer una generalización. Más bien, a lo que nos llama es a hacer una distinción entre la participación de los hombres y de las mujeres. La de los hombres ha gozado de todo el reconocimiento y la legitimidad, incluso antes de que incursionen formalmente en la esfera pública. Con la de las mujeres no sucede lo mismo, aún y cuando, en principio, la democracia presupone su participación de forma extensa, activa y real. La relación de las mujeres con la participación pública es conflictiva debido a su expulsión histórica de la política hegemónica, una política que fue conceptualizada en masculino.

Por ello es que el avance de las mujeres registra cambios que no logran derribar la brecha de desigualdad en todos los ámbitos –educación, trabajo, derechos sexuales, participación política, etc-.

¿Qué sucedió una vez conquistado el voto femenino? El movimiento identificado como la tercera ola del Feminismo se desplegó en la sociedad y logró colocar la igualdad de género en la agenda internacional. Lo hizo en 1975, a través de la Primera Conferencia Mundial de la Mujer, donde ya el feminismo promovía una perspectiva integral sobre el

desarrollo, logrando colocar la categoría de género en estos debates. Ello trajo como resultado el desarrollo de instrumentos jurídicos internacionales en materia de igualdad de género y combate a la violencia contra las mujeres: la CEDAW (1981), la Convención Belém Do Pará (1994), la Conferencia de Derechos Humanos de Viena (1993), de la que emanó la Carta Magna de los Derechos Humanos de las Mujeres, pues fue hasta ese momento que la ONU y los Estados Miembro reconocieron que los derechos de las mujeres también son derechos humanos; y desde luego, la Plataforma de Acción de Beijing de la ONU (1995), que identificó las 12 áreas estratégicas para alcanzar la igualdad de género –por cierto, una de ellas está dedicada específicamente a los medios de comunicación y las nuevas tecnologías, tema al cual recurriremos más adelante-.

En los 90, el feminismo logró llegar al Estado y promover un proceso de alfabetización social en temas torales para el avance de las mujeres, como son: igualdad de género, violencia de género, feminicidio, feminización de la pobreza, trata y tráfico sexual, violencia política, etc. Con ello, logró incorporar su lenguaje al sentido común –aún al de las comunidades académicas, que no han estado al margen del vacío y la ignorancia sobre la teoría crítica feminista-. Esta incidencia temática, ha demandado involucrar instituciones y actores que se resisten a considerar a las mujeres como ciudadanas, lo cual ha representado un gran desafío.

Un logro fundamental de esta alfabetización, ha tenido que ver con la incidencia del feminismo en la recomposición del Estado de Derecho y su influencia en reformas constitucionales y legales, a fin de que se garantice la igualdad de género en todas las áreas.

¿Qué es lo que expresa esta influencia? La capacidad del feminismo de haber hecho visibles problemas históricos ligados a la desigualdad entre mujeres y hombres, sacándolos de la normalidad. Gracias a ello es que hoy en día existe menos tolerancia social a la violencia de género, al feminicidio y a la desigualdad laboral. Las denuncias de violencia sexual contra actrices y trabajadoras de Hollywood, que detonó el movimiento #MeToo y la iniciativa #Time'sUp, el movimiento Ni Una Más en México y el Ni Una Menos en Argentina contra la violencia feminicida, la acción de la Corte Interamericana de Derechos Humanos de declarar culpable al Estado Mexicano por su responsabilidad en los feminicidios en Ciudad Juárez, el movimiento #MiPrimerAcoso ó #MyFirstHarassment, que ha permitido a cientos de miles de mujeres en el mundo denunciar en redes sociales su

primera experiencia como víctimas de violencia sexual, han ayudado a sacar del aislamiento los temas “de las mujeres” y la agenda feminista.

Desigualdad de género en el mundo del saber

Pese a dichas conquistas, el avance de las mujeres no logra derribar la brecha de desigualdad. Por ejemplo, en el ámbito de la academia, todavía no es posible hablar de paridad ni de condiciones de igualdad de género que favorezcan el acceso pleno de las mujeres al mundo del saber. En este tenor, las barreras que obstaculizan su desarrollo se manifiestan en una segregación horizontal, evidente en la baja participación de mujeres en algunas áreas del conocimiento, y por otro lado en una segregación vertical, relacionada con el bajo acceso femenino a los puestos de mayor nivel académico y de toma de decisiones, “así como a distinciones, premios y reconocimientos” (Blazquez y Bustos, 2013: 11).

En lo relativo a la segregación horizontal, de acuerdo con Kaminski y Geisler, tan sólo en las ciencias y las ingenierías podría tomar cerca de 100 años alcanzar la paridad de género entre la planta académica, en donde el porcentaje actual de mujeres es del 27%.

Por otro lado, de acuerdo con un informe de la Unión Europea publicado en 2008, el total de académicas contratadas en las universidades de esta región –lo que suma puestos de investigación y docencia-, es del 36%. Sin embargo, sólo 15% de mujeres han alcanzado puestos de toma de decisión, aún en las áreas en donde la proporción de mujeres es más elevada, como ciencias sociales, humanidades y biología. En esta región, se cuentan entre 5 y 10 por ciento de mujeres rectoras y los hombres tienden a alcanzar las posiciones más altas tres veces más que las mujeres. En el rubro de los salarios, aunque pueden ser similares, es en las actividades extras en las que se marca la desigualdad: becas, conferencias, consejos y estancias de investigación.

En España, la situación en aquel año ya era crítica: las mujeres tenían el 14% de las plazas de tiempo completo en las facultades, 17% en centros públicos de investigación y 4% en vice-rectorados. Ese país presentaba ya un índice elevado de ‘techo de cristal’. En Portugal, el nivel de los puestos de tiempo completo en las facultades registraba un 21%.

Esta tendencia se replica en otros países. Por ejemplo, en Estados Unidos, las mujeres tienen sólo el 24% de las plazas de tiempo completo de las universidades, aún cuando en áreas como las ciencias sociales y las humanidades, el porcentaje de mujeres es

mayoría en la matrícula estudiantil –en licenciatura son el 49%, en maestría el 59% y en doctorado el 48%- (Martha West y John Curtis, 2006). En particular, con el incremento de mujeres en los programas de posgrado, esperaríamos que su presencia en las facultades y centros de investigación se correspondiera con ello, pero no ha sido así. El acceso de las mujeres a las plazas de tiempo completo sigue marcado por la desigualdad y la inequidad de género. Otra evidencia de la desigualdad de género en las universidades de ese país, es que las mujeres ganan el 81% de lo que ganan sus pares masculinos (Martha West y John Curtis, 2006).

En México, la situación no es más optimista. En la UNAM, sólo el 35% de los puestos de investigación los tienen las mujeres. Sin embargo, puesto que los nombramientos se desagregan por categorías, sólo el 27% de las titularidades de investigación en la categoría más alta concentran al personal femenino. El reconocimiento de “investigadora emérita” sólo lo han logrado, desde 1941, 13% de mujeres –aunque en los centros de investigación y en las facultades de Ciencias Sociales y Humanidades hasta el día de hoy no se registran mujeres eméritas-. Los puestos de toma de decisión agudizan la desigualdad de género: la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales sólo ha contado con dos directoras en toda su historia y, a 100 años de su creación, la UNAM todavía registra dependencias que no han tenido ninguna mujer directora (Blazquez y Bustos, 2013).

Detrás de estas cifras, se hallan condiciones de género que atraviesan la experiencia de vida de las académicas, sin importar su situación geográfica. Una es la maternidad y los trabajos de cuidado de sus padres, condición que frecuentemente determina la discriminación y segregación de las mujeres de la obtención de plazas, financiamientos para investigación, participación en proyectos y viajes de estudio. Otra es la pareja, que en algunos casos acompaña el trabajo académico de la mujer, aunque en otros compite hasta llegar a la ruptura. Otra es el ‘techo de cristal’, situación que explica los obstáculos no visibles que impiden el ascenso de las mujeres en su carrera académica. A ello hay que añadir la edad, que hoy constituye un factor clave en la competencia por plazas, lo que deja a las mujeres adultas lejos de la posibilidad de obtener una cuando la maternidad motiva que muchas interrumpan sus procesos de titulación. Finalmente, no debemos dejar de llamar la atención sobre la división sexual del trabajo en la academia, que no solo asocia a las mujeres y a los hombres a ciertas áreas de conocimiento, sino que a ellas las relaciona con la enseñanza y a ellos con la investigación. En esta división, los

campos académicos femeninos son vistos como menos científicos –ejemplos tales como trabajo social, pedagogía y tal vez la propia comunicación, son denominados como así- y ,por tanto, son objeto de menos recursos.

Siguiendo con la línea de este análisis, quiero poner la atención en un asunto clave: el de las revistas o journals. Al formar parte de la estructura académica androcéntrica, las revistas científicas reproducen los patrones masculinos que designan una investigación aceptable como aquella que se encuentra ligada a las expectativas genéricas de lo que es adecuado en una disciplina. Así, mujeres que aporten métodos innovadores o temas no convencionales, difícilmente serán evaluadas positivamente por sus pares en su intento de publicar. Reflejo de ello deriva de un ejercicio que, con motivo de este artículo, hice al revisar el listado de autoras y autores en uno número de una de las revistas más importantes en nuestro campo, editada en España: 27 hombres encabezaban la lista de autores, mientras que sólo participaban 7 mujeres. En revistas de la ICA y la NCA en los Estados Unidos, en los últimos años se ha registrado un incremento en el número de autoras, sin embargo, de acuerdo con una investigación de Carolyn Lagoe, las mujeres son citadas con menos frecuencia que los hombres, lo que se conoce como el Efecto Matilda (2012).

¿Y qué sucede en nuestro campo? Los datos disponibles señalan la misma tendencia que se observa en el marco más amplio de las ciencias sociales: la matrícula de estudiantes de licenciatura, maestría y doctorado en programas de comunicación, ha registrado un acceso importante, en muchos de los casos paritario, de mujeres. Sin embargo, ello no se traduce en la contratación a plazas de profesorado e investigación de tiempo completo, en donde el mayor porcentaje de puestos los tienen hombres. Asimismo, la segregación vertical a la que refieren las autoras feministas, se reproduce en nuestro campo: los puestos de dirección y de toma de decisión se concentran en su mayoría entre la población masculina, lo que margina la influencia de las mujeres de las políticas científicas de nuestro campo.

Como parte de mi ejercicio, revisé los grupos de trabajo que reportan las asociaciones de nuestra disciplina y corroboré que reproducen la división sexual del trabajo visible en otros campos. Líneas como comunicación política, nuevas tecnologías, legislación y economía política, tienen una representación mayoritariamente masculina – lo que se refleja también en los temas de las publicaciones-, mientras que audiencia y

recepción, medios públicos y comunicación y educación son líneas asociadas a las investigadoras. En este punto, es importante aclarar que, como parte de su irrupción en el mundo científico, hay mujeres especialistas en todos los campos y en todas las líneas de investigación –como es el caso de las especialistas en economía política feminista- que, sin embargo, enfrentan obstáculos para difundir su trabajo en estas comunidades, lo que en buena medida mantiene su trabajo en la invisibilidad.

Mi siguiente pregunta en este ejercicio estuvo relacionada con conocer si las asociaciones de Iberoamérica fomentan la investigación en género y comunicación. Como parte del mismo problema que aquí he planteado, me encuentro con que la respuesta es no: ALAIC no cuenta con ningún grupo de trabajo en esta línea. La AEIC tampoco. Tampoco la Asslbercom. Una excepción es probablemente México, donde logramos impulsar que la AMIC reconociera la importancia de esta línea y hoy el grupo de investigación en Género y Comunicación se cuenta como uno de los más productivos de esta asociación.

Lo que aquí he planteado, refleja la cultura institucional androcéntrica que domina en nuestras instituciones y comunidades académicas, y que se caracteriza por la existencia de una estructura jerárquica de poder, “con reglas y referentes androcéntricos que favorecen la discriminación por prejuicios, roles y estereotipos de género que todavía tienen un gran peso, tanto en la dinámica de la institución universitaria, como en las propias socializaciones de género de su personal académico” (Blazquez y Bustos, 2013: 147).

¿Cuáles son las consecuencias de la desigualdad de género en la academia? Primero, que esta tendencia fomenta la desigualdad social. Pero también afecta la propia vida académica, es decir, lo que se enseña en las aulas, el tipo de investigación que se hace y la calidad de la aportación que las universidades hacen a la sociedad. En este sentido, y siguiendo a Martha West y John Curtis (2006), cuando las mujeres son marginadas de los rankings académicos, las preguntas de investigación que ellas harían –sean o no preguntas relacionadas con asuntos de género-, dejan de ser hechas y la correspondiente investigación no es llevada a cabo, lo que constituye un déficit para la propia sociedad.

Aquí la pregunta no es qué han dejado de las hacer las mujeres, no solo por promover la igualdad de género en la academia sino en todas las esferas de la sociedad, porque según hemos visto, históricamente ellas han revolucionado el orden social,

político, educativo y económico. La pregunta es porqué los hombres no están participando de esta transformación. La respuesta es que en esta sociedad el avance de las mujeres se vivencia como una amenaza a los privilegios masculinos –en lo estructural y en lo subjetivo–, por lo que no se considera indispensable la igualdad, ni para la democracia ni para el desarrollo. Por ello es que la gran capacidad de acción social de las mujeres no impacta en la toma de decisiones y su reconocimiento como ciudadanas no ha implicado una equivalencia en el poder. Siguiendo a Celia Amorós: “el poder que oprime a las mujeres en un pacto interclasista entre varones, representa un sistema de poder con relevos masculinos”.

Estos poderes conservadores, encarnados en lo que las economistas políticas del feminismo denominan como neoliberalismo patriarcal, han intentado vaciar de densidad política al feminismo, lo que explica que temas centrales de esta agenda se presenten hoy, como dice Marcela Lagarde, edulcorados, muchas veces revirtiendo su sentido original. Pensemos por ejemplo cómo el discurso mediático nos presenta el empoderamiento femenino: no asociado al acceso de las mujeres al poder, sino a su capacidad de consumo. Ó en cómo se intenta legalizar a la prostitución, mediante la lógica neoliberal de la libre elección, que apunta a la prostitución como el intercambio de dinero por servicios sexuales, basado en el libre consentimiento. Desde esta perspectiva, si existe el consentimiento entre dos personas adultas, se justifica entonces. Esa definición oculta que son varones los clientes de la prostitución, y que son mujeres las que son tratadas como objetos sexuales. Por lo tanto, desde la ética feminista, la prostitución no es un libre encuentro. Siguiendo a Ana de Miguel (2015), se trata de una institución legalizada y normalizada. Es una institución por la cual la sociedad ofrece a los hombres los cuerpos de las mujeres. Es una institución legitimada por la idea de que los hombres tienen derecho a satisfacer su deseo sexual en cualquier momento.^[1] Y es una institución, no se nos olvide, que opera en el marco de un sistema de desigualdad de género en el que las mujeres son subordinadas al poder masculino.

Este intento de vaciar de densidad política al feminismo, se hace también creando nuevos espacios de subordinación y explotación. Y finalmente, dando respuestas cada vez más violentas al avance de las mujeres. Ello explica el incremento dramático de la violencia feminicida y de todas las formas de violencia de género en el mundo. Ello explica también el retroceso en nuestros países en derechos conquistados, como el derecho al

aborto o al matrimonio igualitario. Y ello explica desde luego el discurso de odio misógino que hoy, gracias a líderes como Donald Trump, ha ganado el permiso social de expresarse públicamente.

Así, los desafíos que enfrentamos en el mundo contemporáneo para garantizar la participación plena de las mujeres, no son pocos. El primero, es acompañar la participación con la justicia. Siguiendo a Nancy Fraser (1996), la igualdad de género sólo es posible si se garantiza justicia. El segundo, continuando con Fraser, es la transformación del plano cultural, lo que implica trabajar en el nivel estructural pero también en el subjetivo. El tercer desafío que observo, es devolver a nuestros análisis y a nuestra acción social la historicidad que requieren. Con preocupación, observamos cómo hemos dejado de asumir la responsabilidad de habilitar a las generaciones más jóvenes con una perspectiva histórica que les permita entender los procesos sociales. En este punto, nos advierte Amelia Valcárcel en una entrevista en 2016: “tenemos la obligación de hacer actuar a nuestro sentido histórico. Por no hacerlo, buscamos soluciones fáciles y rápidas como si no supiéramos cuán complejas fueron las coyunturas históricas pasadas y cómo se han resultado. Poseemos una fuente de experiencia histórica que no utilizamos, en parte porque las humanidades están perdiendo la capacidad del consejo”.

Por ello, para cerrar este artículo, sugiero sumarse a esta reflexión: ¿Porqué es importante que todos nos vinculemos con los derechos humanos de las mujeres y la igualdad de género? Porque, como establece Amelia Valcárcel, “no hay sociedad que humille a las mujeres en la que exista convivencia digna. Lo que vale una vida humana es lo que vale una vida humana femenina”.

Bibliografía

BLAZQUEZ, Norma y BUSTOS, Olga (2013), *Saber y Poder*, México, CEIICH UNAM

KAMINSKI, Deborah y GEISLER, Cheryl (2012), Survival Analysis of Faculty Retention in Science and Engineering by Gender, *Science* 335, 864

EUROPEAN COMMISSION (2008), *Women employed in science and technology*. Documento en línea: <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/94b98464-1c48-4ac4-8da5-45ab41059369>

FERNÁNDEZ PONCELA, Anna (1999), *Mujeres en la élite política*, México, UAM-Xochimilco.

FRASER, Nancy (1996), "Social Justice in the Age of Identity Politics: Redistribution, Recognition and Participation", conferencia impartida en el ciclo "The Tanner Lectures on Human Values, Universidad de Stanford, 3 de abril - 2 de mayo. Disponible en línea: <http://www.intelligenceispower.com/Important%20Emails%20Sent%20Attachments/Social%20Justice%20in%20the%20Age%20of%20Identity%20Politics.pdf> (último acceso: marzo, 2018).

LAGOE, Carolyn, ATKIN, David, MOUR, Yi (2012), Predicting the prominence of scholarship for prolific communication scholars, Universidad de Connecticut Storrs, CT, USA

LAQUER, Thomas (1994), *La construcción del sexo. Cuerpo y género desde los griegos hasta Freud*, Madrid, Cátedra/Universidad de Valencia/Instituto de la Mujer.

LANDALUCE, Emilia, "Amelia Valcárcel: No tenemos porqué permitir al imán lo que no permitimos al cura", entrevista *Diario El Mundo*, 24 de septiembre de 2016 <http://www.elmundo.es/opinion/2016/09/24/57e57682ca4741c56f8b45e2.html> (último acceso: marzo, 2018).

DE MIGUEL, Ana (2015), *Neoliberalismo sexual. El mito de la libre elección*, Madrid, Cátedra Colección Feminismos

MURILLO, Soledad (1996), *El mito de la vida privada*, Madrid, Siglo XXI.

WEST, Martha y CURTIS, John (2006), "Organizing Around Gender Equity" (2006). *ADVANCE Library Collection*. Artículo 293

SOBRE OS AUTORES



Aimée Veja Montiel

Profesora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y Investigadora en el Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades (CEIICH) de la UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México). Vice-Presidenta de la IAMCR (International Association for Media and Communication Research) y Coordinadora General de la Global Alliance on Media and Gender (GAMAG), UNESCO.



Enrique Bustamante

Catedrático de Comunicación Audiovisual em la Universidad Complutense de Madrid. Presidente de la Asociación Española de Investigación en Comunicación (AE-IC).



Isabel Ferin Cunha

Professora Associada com Agregação
Faculdade de Letras
Universidade de Coimbra



João Freire Filho

Professor associado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Membro do Comitê de Assessoramento (CA) do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), órgão ligado ao Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação para incentivo à pesquisa no Brasil.



Muniz Sodré de Araújo Cabral

Professor Emérito da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).
Membro do Conselho Deliberativo (CD) do Conselho Nacional de
Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), órgão ligado ao Ministério
da Ciência, Tecnologia e Inovação para incentivo à pesquisa no Brasil.



Raúl Fuentes Navarro

Profesor Emérito del ITESO (Instituto Tecnológico y de Estudios
Superiores de Occidente)
Departamento de Estudios Socioculturales
Programa Formal de Investigación
Univesidad Jesuíta de Guadalajara - México