

Retórica E Facebook Em Tempos De Histeria Midiática: Uma Análise Sobre A Tragédia Da Boate Kiss

Rhetoric And Facebook In Times Of Hysteria Media: An Analysis Of The Tragedy Boate Kiss

Tiago Rosário¹

da Universidade Federal do Pampa

tiagorosariodesantana@gmail.com

Resumo

Nosso trabalho aqui se centra na retórica produzida na rede social Facebook em um momento de histeria midiática provinda das mídias tradicionais como as emissoras de TV e de rádio, jornais e sites de notícias mais consagrados em termos de audiência e credibilidade e oportunizados pela tragédia da boate Kiss em Santa Maria-RS no Brasil. Tentamos responder a pergunta "o que se nota na retórica dos usuários do Facebook em momentos como esse?". Pois consideramos que, ao analisarmos essa questão, podemos dar uma contribuição no entendimento da linguagem existente hoje nas redes sociais online. Para isso coletamos alguns discursos produzidos durante o período e verificamos in loco a profusão de discursos relacionados ao assunto. Assim, pudemos relatar o excesso discursivo sobre o movere designado por Cícero e um vazio de significado não muito diferente da mídia tradicional.

Palavras-chave: Retórica; Facebook; Santa Maria-RS; Boate Kiss.

Abstract

Our work focuses on rhetoric produced in the social network Facebook in a time of media hysteria stemmed from traditional media as TV and radio stations, newspapers and news sites more established in terms of audience and credibility in a occasion of the nightclub's tragedy at Kiss Santa Maria-RS in Brazil. We try to answer the question "what is noticed in the rhetoric of Facebook users in times like this?". Because we believe that in analyzing this issue we can make a contribution to the understanding of language exists today in online social networks. For this we collect some speeches made during the spot and found the profusion of discourses related to the subject. Thus we report the excess discourse on the movere from Cicero and a void of meaning not much different from traditional media.

Key words: Retic; Facebook; Santa Maria; nightclub Kiss.

Introdução

Já faz algum tempo que vemos a crescente utilização das redes sociais no Brasil. Notícias e dados oferecidos todos os meses dão conta de que o país já é o 3º mais conectado do mundo²; ao todo somos 94, 2 milhões de pessoas com acesso à internet³; e 84% desses internautas utilizam o Facebook⁴.

A expectativa em países democráticos como o Brasil é de que as redes sociais se tornem as Ágoras do século XXI. Que se tornem os lugares onde as discussões, as deliberações, os julgamentos e os elogios e as censuras sejam práticas recorrentes. Mas não como um lugar geográfico como era a antiga Ágora grega, e sim um lugar cognitivo e social (Rodrigues, 2010); onde todos tenham o direito à palavra e onde um orador solitário tenha a possibilidade de se dirigir a um grande público. Longe daquele imperialismo dos *mass media* em que o modelo comunicacional se baseia na ação exercida de *um-para-todos*, nas redes sociais o modelo se torna o de *todos-para-todos*, dando a todos os participantes o direito a atuar na construção do conhecimento, num movimento que Pierre Levi (1998) cunhou de Inteligência Coletiva. Uma cidadania mais ampla e numa configuração completamente coeva e diferente da que estão acostumados os meios de comunicação tradicionais.

Na remota democracia grega Platão (As Leis, 737) e Aristóteles (Política, 1326a, 1326b) postularam a ideia de que uma cidade onde prevalecesse a democracia deveria conter um número limitado de cidadãos. Esse número teria que dar conta de atender às necessidades vitais de uma sociedade e ao mesmo tempo possibilitar o direito à palavra para todos os que se encontrassem em seus domínios. Platão teria chegado ao número de 5 040 cidadãos para o ideal de sociedade; já Aristóteles não definia exatamente um número específico, mas concordava que deveria ser uma comunidade grande o suficiente para atender às demandas vitais de todos os indivíduos, porém não tão grande que a voz de um cidadão não chegasse a todos. Esse modelo garantia e assegurava a noção de igualdade que os gregos alimentavam para a sua civilização, onde todo cidadão⁵ ateniense tivesse o direito, por nascimento, a três igualdades fundamentais: a *isegoria* (a igualdade de voz, direito a liberdade de expressão), a *isonomia* (igualdade política e social) e a *isocracia* (direito a influenciar na gestão do Estado).

Certamente nenhum deles imaginaria a complexidade que ganhariam as sociedades atuais. Num país como o Brasil onde há 5 565 municípios, com uma população nacional de 190 milhões de pessoas, os processos sociais apresentam uma complexidade de funcionamento inimaginável para aquela época. A população brasileira dividida pelo número de municípios levaria a uma média de um pouco mais que 34 mil pessoas por cidade. Todavia, a maior cidade brasileira, São Paulo-SP, possui 11 milhões 253 mil 503 habitantes⁶, com uma profusão e diversidade de bens, serviços, movimentos sociais, religiosos, civis etc. que evidenciam uma demanda de criação de mecanismos que ajudem a gerenciar todos esses processos em múltiplos âmbitos. Assim, os meios de comunicação se tornam indispensáveis para o funcionamento mais organizado e apropriado da sociedade; são esses meios que possibilitam a disseminação dos assuntos de interesse público e das apreciações, dos julgamentos, das ideias que são emitidas pelos cidadãos. Neste cenário, até a política se complexifica cada vez mais, se tornando depende das novas tecnologias de comunicação para o seu bom funcionamento. Para efeito de exemplo, podemos ver a comunicação feita pelo nosso voto - que antes era realizado na cédula em papel - se complexifica com a introdução da Urna Eletrônica. O comunicado sobre a nossa preferência eletiva agora passa por sistemas eletrônicos até o seu destino final. Se pensarmos de outra forma, os parlamentos, congressos e senados que foram concebidos e ampliados para garantir a representação de toda a população já são uma exemplificação dessa necessidade de criação de mecanismos para o exercício da cidadania - é a comunicação através do nosso representante parlamentar. E com o

crescer da população, a tendência é que nossas formas de comunicação se modifiquem ainda mais. Para pensarmos em um ideal a partir das nossas necessidades, nossa comunicação deve, com o passar do tempo, se tornar mais rápida, alcançar maiores distâncias, se incorporar a dispositivos eletrônicos mais sofisticados e ao alcance de todas as pessoas. As redes sociais têm se mostrado grandes aliadas da cidadania e dos indivíduos participantes da vida política pública, que gostam e precisam participar ativamente de ações que permeiam a sua realidade.

O fato de se imaginar conectado a todo o resto do mundo através dos meios comunicacionais digitais - mesmo que no fundo não seja isso o que realmente acontece (Serra, 2002) - faz com que o orador tenha a convicção de que pode ser ouvido e pode interferir de alguma forma nas decisões que são tomadas longe de seu alcance geográfico. Se na Grécia de Platão e Aristóteles os cidadãos tinham que se locomover até o centro da cidade para participar das discussões que permeavam e interferiam na vida de todos os atenienses, já há algum tempo que os cibercidadãos não se movem do lugar de onde estão para oferecer a suas contribuições na vida pública.

O poder de feedback dado a essas pessoas através das mídias digitais está sendo de suma importância para a configuração dessa nova forma de cidadania. Esses cibercidadãos já estão ambientados à nova ordem comunicacional, todos são bem-vindos nas redes sociais, todos estão convidados a consumir e a ser consumido.

El ciudadano, acostumbrado a la época digital, ya no se conforma con ser mero observador, y se erige como parte activa, aportando intereses, inquietudes y sus preferencias con el objetivo de interactuar, comentar, intercambiar y criticar, generando feedback y reciprocidad en las aportaciones. (Cámara e Gutiérrez, 2012).

Mas essa configuração ainda precisa ser esclarecida e estudada de uma forma mais aprofundada, este é o nosso intuito com este texto. Porém, temos que salientar que essa configuração não toma somente como tema principal a política partidária, mas também vários outros domínios que permeiam o nosso cotidiano. Por isso nos limitamos aqui a analisar apenas alguns discursos emitidos através do Facebook; pretendemos analisar a argumentação que toma conta deste meio em períodos de histeria midiática, que no nosso caso se reporta ao dia 27 de janeiro de 2013 quando os meios de comunicação tradicionais se ocuparam de cobrir o caso do incêndio em uma boate na cidade de Santa Maria-RS no Brasil durante todo o dia de forma sensacionalista, como já de praxe em coberturas como essas. Pretendemos dar uma contribuição para a elucidação dessa nova configuração retórica existente no Facebook, o que, a nosso ver, é de fundamental importância para o entendimento das questões levantadas sobre essa nova configuração de cibercidadania. Quais são as estratégias discursivas no Facebook nessas situações? Como se dá essa argumentação? Como o logos, o pathos e o ethos são articulados nesse tipo de discurso? São essas as questões que nos nortearam para produção dessa reflexão sobre o Facebook em tempos de histeria midiática.

Histeria midiática

No dia 27 de janeiro de 2013, um domingo, o Brasil inteiro acordou com a notícia de uma boate incendiada. O local da tragédia é a cidade de Santa Maria no estado do Rio Grande do Sul, Brasil. Na boate, de nome Kiss, fogos de artifício foram lançados dentro do ambiente fechado, uma espécie de sinalizador; esse sinalizador teria

provocado o incêndio depois de ter tomado contato com o teto revestido por uma proteção acústica feita de espuma; havia cerca de mil pessoas dentro da boate, 240 morreram⁶ e outras muitas ficaram feridas e hospitalizadas. A festa era realizada em comemoração ao início das aulas do curso de Agronomia da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), por isso, a maior parte das vítimas era jovem, universitários com idades entre 17 e 24 anos.

A tragédia causou grande comoção no país inteiro. Canais de televisão abriram mão de sua programação normal para dar atenção especial ao caso; comentaristas ocuparam a grade da programação televisiva e radiofônica durante horas, programas de entretenimento e esportes trocaram seus quadros e reportagens por comunicados e informações que chegavam a todo o momento às redações. Um dia atípico para aquele domingo. No país inteiro a comoção foi grande, mas especificamente no estado do Rio Grande do Sul - estado onde aconteceu a tragédia - essa comoção tomou ares dramáticos. Toda a comunidade sulriograndense ficou abalada com o acontecido. Um número enorme de pessoas foi às redes sociais se solidarizar com as famílias e amigos das vítimas. O dia 27 de janeiro se tornou uma efervescência de discursos acalorados em torno do ocorrido.

Neste contexto de exploração dos sentimentos do auditório, a mídia convencional, em seu momento de histeria, comumente promove o excesso de discurso sobre um mesmo tema. O assunto em pauta se dilata na grade de programação das emissoras de TV e rádio, os discursos se alocam numa falácia tão grande que o espaço dentro desta mesma falácia não é preenchido, ficando apenas um vazio de significado. As notícias sobre um mesmo assunto ou o excesso de divulgação de uma mesma notícia vão se tornando tão redundantes que chega um determinado momento que é preciso acrescentar um valor notícia para as novas informações ou fazer se sobressair algo nas notícias já veiculadas, e isso leva, inevitavelmente, ao sensacionalismo excessivo, pois o que se sobressai na "nova-antiga notícia" quase sempre não é merecedor de atenção. Não se trata somente do excesso pelo excesso, mas de um exagero vazio de reflexões. Segundo Raquel Paiva, num momento de histeria midiática, "a pretensão não é mais informar, mas fazer a informação de igual maneira o fazer sexo, o fazer política, o fazer tudo simultaneamente que, no fundo, com a perda do sentido, equivale ao fazer nada, à produção da forma pura e vazia" (2000, p. 106).

No dia 27 de janeiro de 2012 os meios de comunicação veicularam de diversas formas. E essa veiculação foi recebida de diversas outras maneiras pela audiência. Notícias, comentários, análises, interpretações etc. sobre o mesmo assunto: incêndio na boate Kiss. Na mesma intensidade, foram às redes sociais os internautas comovidos pela tragédia proferir seus discursos. E é nessa configuração e nesse contexto que pretendemos retirar nossas reflexões sobre a retórica executada pelos *facebookers*, e também cibercidadãos.

A Adesão dos Espíritos

Num discurso oral em praça pública, como os acontecidos na Ágora da Grécia antiga, podemos conferir o grau de adesão dos espíritos através de distintas maneiras, principalmente a partir das aprovações que se manifestam em formas de palmas, gritos, euforia, de voto etc. Mas o Facebook em particular apresenta uma forma peculiar de conferir o resultado de um discurso: o ato de *curtir* (Like).

Consideramos o *curtir* do Facebook como uma representação da adesão dos espíritos às argumentações. É este simples mecanismo que nos mostra o quanto um discurso conseguiu alcançar seu objetivo, servindo como um termômetro para nossa análise. A partir do momento em que um sujeito curte um discurso no Facebook está evidenciando a sua adesão àquele discurso, seja pela argumentação (logos), quando se mostra a verossimilhança e a lógica do discurso faz com que o espírito esteja convencido sobre aquilo que é explanado. Como também, o ato de *curtir* pode representar a confiança que o auditório deposita no caráter demonstrado pelo orador, quando o discurso mostra que o orador é digno de fé (ethos). Ou ainda a comoção e a emoção despertadas pelo discurso explanado, no modo como se dispões o ouvinte (pathos), quando este é levado a sentir emoção por meio do discurso.

Como bem ressalta Perelman (1996, p.4), "nada nos permite considerar a priori que os graus de adesão de uma tese à sua probabilidade são proporcionais, nem identificar evidência e verdade". Mas, embora o ato de *curtir* não nos faça concluir a probabilidade de uma tese, ele nos faz acreditar na eficácia da argumentação; e o grau de eficácia é dado através do número de likes que o discurso obteve. Esse foi o maior critério usado por nós ao coletarmos alguns discursos para a análise feita nesta reflexão. Ao final de cada discurso, poderemos ver a quantidade de curtidas (likes), ou adesão, que cada um obteve.

Articulação retórica na histeria midiática

Em tempos difíceis, sabemos que os nervos se afloram, as emoções veem à tona. Olivier Reboul (1996, p.XVII) diz que "em retórica, razão e sentimento são inseparáveis". Essa afirmação se torna ainda mais evidente quando estamos em uma situação de total comoção social, quando os meios de comunicação tradicionais exploram os fatos de forma sensacionalista, abusam do uso do sofrimento alheio para angariar sua audiência. Em um panorama de histeria midiática, "desabam a comunicação e o social em favor do espetáculo do funcionamento de seus instrumentos midiáticos" (Paiva, 2000 p. 13).

A efervescência causada na população pode ser mensurada através da ebulição de textos publicados no Facebook. E o que se viu foram manifestações de todos os tipos: pessoas pedindo por informações, dando informações, rezando, se lamentando, se indignando etc. Foi neste contexto que coletamos alguns discursos para nossa análise.

Como explica Olivier Reboul (1996, p. 4) "a retórica não é aplicável a todos os discursos, mas somente àqueles que visam persuadir", isso nos impõe a condição de coletar apenas aqueles textos que, de uma forma ou de outra, tiveram o caráter de buscar convencer alguém. Estes discursos foram efetuados por pessoas residentes no estado do Rio Grande do Sul, ou seja, pessoas que estavam intimamente ligadas ao ocorrido e que presenciaram tudo de perto; pessoas que tinham amigos entre as vítimas do incêndio, e pessoas que tinham amigos das vítimas do incêndio.

Observamos durante a coleta que a predominância discursiva em um ambiente como esse era de muita tristeza por aqueles que estão partindo e de uma repreensão àqueles que são julgados culpados por algo relacionado à tragédia. Este tipo de atmosfera é tenso, qualquer palavra fora do lugar, qualquer manifestação no tempo indevido se torna um reboição de sensações. Tudo é motivo de atenção. E os cuidados com as palavras devem ser redobrados.

No nosso primeiro exemplo podemos ver como os indivíduos, num estado de nervos como esse, estão preocupados em reprimir àqueles que, por comentários indevidos, a partir da óptica do nosso orador, não contribuí para o bom funcionamento da rede.⁸

1- "Tenham prudência com os posts. Não aumentem o desespero de quem está atrás de informações de conhecidos desaparecidos". (25 likes)

Vemos aqui um discurso do tipo deliberativo propondo aos indivíduos da rede social, atuantes naquele momento, que não se faça discursos indevidos. Como bem aponta Reboul (1996, p. XIX), com a sua Lei fundamental da retórica, "o orador nunca está sozinho. O discurso não é isolado, ele sempre está em função de outros discursos". No nosso caso isso se torna evidente, pois ao analisarmos a censura feita pelo discurso apresentado podemos concluir que este adveio motivado por outras fontes discursivas que se manifestaram antagonicamente aos conselhos oferecidos pelo nosso orador, evidenciando a problematologia de Michel Meyer (2007), conceito que explica que toda afirmação tem uma pergunta implícita e que, dessa forma, a argumentação seria o estudo da articulação entre o explícito e o implícito. Ou seja, esmiuçando o comentário por nós analisado, podemos definir que outros discursos efetuados no Facebook naquele momento constavam de uma imprudência que poderia, aos olhos do nosso orador, causar desespero nas pessoas que estavam atrás de informações sobre os desaparecidos. A comoção sentida neste discurso é clara, como também é a comoção sentida no estado do Rio Grande do Sul que fora enorme, muito por causa da proximidade com a tragédia.

As desgraças que nos parecem próximas são as que nos causam piedade são também sinais de compaixão as vestes dos que sofreram uma calamidade e outras coisas do mesmo gênero; também as ações, as palavras e tudo o que vem dos que estão numa situação de sofrimento (Aristóteles, 2005, p. 186).

Segundo Reboul (1996, p. XVIII), Cícero distingue três elementos no discurso retórico: *docere* (ensinar), que é o lado argumentativo do discurso; *delectare* (agradar), lado agradável, humorístico etc.; e *movere* (comover), é aquilo com que ele abala, impressiona o auditório. Podemos então notar aqui como o *movere* de Cícero é invitado a serviço de uma mobilização pretendida pelo nosso orador. A oração "*Não aumentem o desespero de quem está atrás de informações de conhecidos desaparecidos*" se torna um apelo à sensatez do momento, como também podemos notar a preocupação em tocar o espírito daquele que é seu auditório (pathos). Da mesma forma se apresenta nosso próximo exemplo:

2- Em Santa Maria, necessitam da ajuda de voluntários profissionais da saúde como enfermeiros, auxiliares, psicólogos e psiquiatras para auxiliar familiares e amigos. Contato: Bia (55) 9155-2087, (55) 9151-8984. O Hospital Universitário de Santa Maria está precisando de EPITEZAN, pomada oftalmológica. Precisa-se também, segundo a Prefeitura Municipal de Santa Maria, de água, papel higiênico, e medicamentos como Dipirona Sódica e Paracetamol. Até o momento, a imprensa de Uruguaiana está divulgando três nomes de uruguaianenses entre as vítimas. (28 likes)

Outra mensagem seguida de um apelo ao pathos e articulada em função do *movere*; a palavra "uruguaianenses" no nosso exemplo são as pessoas residentes em Uruguaiana, cidade que fica a 366 km de Santa Maria. O fato de se ter pessoas conterrâneas entre as vítimas, como ressaltamos na última citação a Aristóteles, tem um enorme potencial de promover a piedade no auditório. Desta forma, se torna também potencial a possibilidade de movimentação em prol da argumentação proferida pelo nosso orador, pois o que é digno de piedade tem eficácia retórica, assim também é "aquele que está a ponto de sentir piedade e se encontra numa situação de tal ordem que há de pensar que ele próprio, ou alguém de sua proximidade, acabará por sofrer algum mal, idêntico ou muito semelhante..." (Aristóteles, 2005, p. 184).

Conclusão

Mostraram-se muito recorrentes as estratégias discursivas apresentadas nos dois exemplos que expomos aqui, o que se revela numa predominância da articulação do discurso em função do pathos, ou seja, uma preocupação acentuada em tencionar as questões relacionadas ao auditório, mais do que oferecer um discurso preocupado em explanar os argumentos centrados no logos ou argumentos com foco no ethos. Isso de certa forma é também o que a mídia tradicional vem fazendo há anos. Aos nossos olhos, os discursos oferecidos através do Facebook pode ser um viés diferente para a configuração de uma nova comunicação para o século XXI, mas, antes de tudo, precisamos nos desprender daquela velha estratégia discursiva oferecida pelos meios de comunicação tradicionais, tanto no que tange a retórica quanto as questões apontadas por Raquel Paiva (2000), pois podemos perceber que, da mesma forma como o excesso de discurso sobre um mesmo tema é praticado nesta mídia tradicional, principalmente em períodos de histeria midiática, foi também praticado no Facebook quando as condições também eram essas: discursos sobre a mesma informação em excesso, assim como opiniões, argumentações, análises etc. Evidenciando que se as redes sociais vieram para proporcionar um novo modelo de comunicação, este novo modelo ainda não se desprenderam de algumas amarras da mídia tradicional.

REFERÊNCIAS:

- ARISTÓTELES. Política. Lisboa: Vega, 1998.
- ARISTÓTELES. Retórica. Lisboa: Biblioteca de Autores Clássicos, 2005.
- CÁMARA, Alícia e GUTIÉRREZ, Juan José. Instituciones Culturales en un click. Razón y Palabra. NO. 78. Disponível em: razonypalabra.org.mx/N/N78/index78.html (Acesso em: 05 mar. 2013).
- LÉVY, Pierre. A Inteligência Coletiva: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 1998.
- MEYER, Michel. A Retórica. São Paulo: Ática, 2007.
- PAIVA, Raquel. Histeria na mídia: a simulação da sexualidade na Era Virtual. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.
- PLATÃO. As Leis. São Paulo. Edições Profissionais Ltda, 1999. REBOUL, Olivier. Introdução à Retórica. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

RODRIGUES, Rosália. Ciberespaços Públicos: as novas ágoras de discussão. BOCC: 2010. Disponível em: bocc.ubi.pt/pag/cibrespacos-rodrigues.pdf

SERRA, J. Paulo. A Internet e o Mito da Visibilidade Universal. BOCC, 2002. Disponível em: bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-internet-mito-visibilidade-universal.pdf

SODRÉ, Muniz. A comunicação do grotesco: um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil. Rio de Janeiro: Petrópolis, 1972.

Notas

¹ Acadêmico do 7º semestre de Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA); email: tiagorosariodesantana@gmail.com

² Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Brasil-e-o-terceiro-pais-em-numero-de-usuarios-ativos-na-internet.aspx>

³ Disponível em: <http://info.abril.com.br/noticias/internet/brasil-atinge-94-2-milhoes-de-pessoas-conectadas-14122012-32.shl>

⁴ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2012/12/pesquisa-traca-perfil-de-usuarios-brasileiros-nas-redes-sociais.html>

⁵ Entenda-se por cidadão todo homem livre, que não escravos e prisioneiros de guerra nem mulheres.

⁶ Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>

⁷ Disponível em: <http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/geral/pagina/tragedia-na-boate-kiss.html>

⁸ Por questões éticas, resolvemos não revelar a identidade das pessoas envolvidas nesta reflexão.