

UMA ORDEM DO DISCURSO: ALGUNS PROCEDIMENTOS DE EXCLUSÃO NA CAMPANHA “O BRASIL QUE EU QUERO”

AN ORDER OF SPEECH: SOME EXCLUSION PROCEDURES IN THE “THE BRAZIL I WANT” CAMPAIGN

Marcelo Fábio Peixoto de Araújo Andrade da Silvaⁱ
Universidade Federal do Maranhão – UFMA/PGLetras

Resumo: No Brasil, um dos acontecimentos que marcaram o ano de 2018 foram as eleições, em especial, a eleição para o novo presidente. Nesta ordem discursiva em torno das eleições, a Rede Globo lança a campanha “O Brasil que eu quero”, na qual telespectadores de todas as regiões do Brasil deveriam gravar um vídeo curto informando o que esperavam que mudasse no país. Assim, percebemos que alguns vídeos de telespectadores descontentes com algum problema que assola sua cidade/bairro foram silenciados da programação dos telejornais da referida emissora, ganhando popularidade na rede mundial de computadores graças à plataformas digitais como o *YouTube*. Ancorados em alguns postulados do filósofo francês Michel Foucault, dentro de uma perspectiva da Análise do Discurso francesa, este trabalho tem por objetivo apresentar uma análise discursiva a partir de dois vídeos que foram excluídos da programação oficial da Rede Globo e que “viralizaram” na internet.

Palavras-chave: Discurso. Silenciamento. O Brasil que eu quero.

Abstract: In Brazil, one of the events that marked the year 2018 was the elections, in particular, the election for the new president. In this discursive order around the elections, Rede Globo launches the campaign “The Brazil I want”, in which viewers from all regions of Brazil should record a short video informing what they expected to change in the country. Thus, we noticed that some videos of viewers unhappy with a problem that plagues their city / neighborhood were silenced from the programming of the newscasts of that station. In the meantime, some of these videos silenced by Rede Globo's news programs have gained popularity thanks to digital platforms such as YouTube. Thus, anchored in some postulates of the French philosopher Michel Foucault, within a French Discourse Analysis perspective, this work aims to carry out a discursive analysis based on two videos that were excluded from Rede Globo's official programming and that “went viral” on the Internet.

Keywords: Discourse. Silence. The Brazil I want.

Introdução

É sabido que em meio social nem sempre podemos nos expressar sobre um determinado assunto e ao emitir um determinado juízo de valor, temos sempre que levar em consideração o contexto (informal ou não), os nossos interlocutores, dentre outros aspectos que competem à comunicação.

Segundo Foucault (2010), invariavelmente, em toda sociedade, os discursos são controlados, organizados e distribuídos segundo regimes de verdade, que visam afastar seus poderes e perigos. Assim, o sujeito não enuncia livremente porque existem relações de poder/saber que cercam, limitam e até excluem seu discurso. Nessa perspectiva, a palavra não circula de qualquer forma, em qualquer lugar, nem pode ser enunciada por todo sujeito, em todas as ocasiões.

Em *A Ordem do Discurso*, livro produzido nos anos de 1970, Foucault questiona: “o que há, enfim, de tão perigoso no fato de as pessoas falarem e de seus discursos proliferarem indefinidamente? Onde, afinal, está o perigo?” (FOUCAULT, 2010, p. 8). Esse também é um questionamento desse trabalho, que problematiza algumas seleções que a campanha da Rede Globo “O Brasil que eu quero” realizou ao propagar vídeos enviados aos seus telejornais. Desse modo, o presente estudo objetiva apresentar uma análise de alguns procedimentos de controle de discursos que (não) circularam durante a referida campanha da TV Globo. Para isto, selecionamos dois vídeos, que, excluídos dos telejornais da Rede Globo, foram veiculados na plataforma digital *YouTube*, onde “viralizaram”.

O referencial teórico deste estudo fundamenta-se nos postulados foucaultianos, em especial, seus conceitos de discurso, enunciado, poder e procedimentos de controle do discurso. O trabalho é composto por três seções: a primeira trata de algumas noções da arqueogenealogia proposta por de Michel Foucault, entre as quais se destacam os conceitos de enunciado, discurso, e poder; na segunda seção, discutiremos as condições de possibilidades e surgimento da campanha, observando as relações entre discursos e convergências midiáticas; na terceira etapa do trabalho, analisaremos os enunciados transcritos a partir de vídeos excluídos da campanha da Rede Globo “O Brasil que eu quero”.

1 Do método arqueogenalógico: enunciados, discursos e poderes

Na perspectiva foucaultiana, o discurso constrói o saber, o poder, a verdade, o sujeito e a própria realidade, e o enunciado é o elemento estruturador das relações discursivas. Em *A Arqueologia do Saber*, Foucault (2008) tece longas considerações sobre formas de apreensão do enunciado e propõe analisar essa unidade na “estreiteza da sua singularidade”, na sua raridade, em seus aspectos histórico-sociais, pois considera que cada enunciado, como núcleo do discurso, tem um modo peculiar de existir e de gerar sentidos, o que requer ser perscrutado em condições específicas de sua existência.

Por enunciado, Foucault (2008) entende uma unidade de significação que é diferente da frase, da proposição, do ato de fala. Essa unidade se inscreve no plano do discurso, não se edifica em uma estrutura linguística canônica e não diz respeito a intenções individuais de quem enuncia. O enunciado, na obra de Foucault, é tanto novidade quanto repetição na história, e pode, dessa forma, ser continuamente reatualizado. Nas palavras do autor:

[...] um enunciado é sempre um acontecimento que nem a língua, nem o sentido podem esgotar inteiramente. Trata-se de um acontecimento estranho, por certo: inicialmente porque está ligado, de um lado, a um gesto de escrita ou à articulação de uma palavra, mas por outro, abre para si mesmo uma existência remanescente no campo da memória, ou na materialidade dos manuscritos, dos livros e de qualquer forma de registro; em seguida, porque é único como todo acontecimento, mas está aberto à repetição, à transformação, à reativação; finalmente, porque está ligado não apenas a situações que o provocam, e a consequências por ele ocasionadas, mas, ao mesmo tempo, e segundo uma modalidade inteiramente diferente, a enunciados que o precedem e o seguem. (FOUCAULT, 2008, p. 31).

Essas observações foram delineadas pelo autor com base no desenvolvimento de uma forma de análise de discursos denominada por ele *método arqueológico*, o qual busca explicar transformações e dinâmicas sociais por meio de relações discursivas. A análise arqueológica requer que consideremos vários aspectos, como a avaliação das posições enunciativas que assumem os sujeitos no discurso, a observação das

instituições de onde eles falam, bem como as tramas históricas que caracterizam o momento que falam, sem, contudo, julgar se o que falam é verdade ou não, pois, na visão do autor, a verdade é uma construção histórica, e, por isso, cada época apresenta suas verdades.

Nessa dimensão analítica, o filósofo propõe interpretarmos as “regras” que gerenciam os sistemas de discursos (GONÇALVES, 2009). Para Foucault, um conjunto de enunciados forma o discurso e essa constituição se instaura segundo um sistema de regras disponíveis em uma sociedade, as quais constroem o que ele cunhou de “arquivo”, isto é, um agrupamento de discursos efetivamente atualizados em um recorte temporal e que mantêm sua existência ao longo da história. “Fazer a arqueologia dessa massa documentária é buscar compreender as suas regras, suas práticas, suas condições de funcionamento” (REVEL, 2005, p. 18).

Conforme Gonçalves (2009) para o método arqueológico de Foucault importa compreender as relações, preceitos, regularidades que se instauram do nível mais elementar do discurso (o enunciado) ao nível mais complexo (as formações discursivas). O discurso, por esse viés, é entendido como um conjunto de enunciados apoiados em uma mesma formação discursiva (daqui por diante FD), compreendida pelo autor como uma instância da cadeia discursiva que define o que pode e o que deve ser dito pelo sujeito em certas circunstâncias. Assim, alguns enunciados inscrevem-se em certas formações discursivas historicamente, obedecendo a verdades, que estão dentro e fora da linguagem, em um momento histórico (GONÇALVES, 2009).

Ao observar que os discursos são dirigidos por regimes de verdade, Foucault reforça o princípio de que o discurso tem uma ordem, isto é, não é materializado sem um conjunto de procedimentos que visam seu controle. Em sua aula inaugural, no *Collège de France*, o filósofo francês apresenta algumas reflexões em torno das formas de controle que permeiam o discurso e aponta que há dois grupos de procedimentos que o dominam, na tentativa de afastar-lhe repercussões indesejáveis: de um lado, há os procedimentos que se instalam no exterior dos discursos; de outro, existem procedimentos constituídos no interior dos próprios discursos. Neste trabalho, abordaremos os principais procedimentos externos que cercearam discursos na campanha “O Brasil que eu quero”, da Rede Globo.

No bloco de procedimentos externos de controle dos discursos, o autor identifica três formas de exclusão do discurso: a interdição da palavra; a segregação da loucura e a vontade de verdade. Foucault (2010) frisa que esses três mecanismos se localizam na própria sociedade e neles as relações de poder se manifestam muito fortemente. Existem, nesse espaço, de um lado os que controlam a palavra e de outro os que almejam falar, instaurando-se um jogo entre o direito e o poder de algo dizer. No sistema de exclusão dos enunciados, os sujeitos são controlados ao participarem da produção e circulação dos discursos.

A interdição da palavra acontece quando “não se tem o direito de dizer tudo, que não se pode falar de tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa” (FOUCAULT, 2010, p. 9). Segundo Foucault, há três tipos de interdição dos discursos: a) o tabu do objeto, b) o ritual da circunstância e c) o direito privilegiado ou exclusivo de quem fala.

Esses três modos de interdição podem ser identificados no editorial de um jornal, por exemplo. Nesse espaço, o editor tem por função selecionar textos que tragam temas e discursos compatíveis com a linha ideológica ou econômica da empresa jornalística (tabu do objeto), deve escolher aqueles textos escritos em linguagem adequada para um jornal (ritual da circunstância) e textos que tragam sujeitos autorizados a falarem de determinadas temas (direito privilegiado ou exclusivo de quem fala).

Essas três formas de interdição acontecem, no editorial do jornal, simultaneamente, e revelam formas de hierarquização, organização e apresentação dos fatos. Foucault (2010) pontua que nos dias dele essa complexa grade de interdições se mostrava mais fechada em regiões discursivas voltadas para a sexualidade e a política. Ao declarar que todo discurso acontece em uma ordem discursiva, o autor francês ressalta que o discurso pode até parecer bem pouca coisa, mas as interdições que o cercam revelam fortemente suas relações com o desejo e o poder. O discurso detém formas de poder, mas é, também, aquilo pelo que se luta.

Outra forma de exclusão apontada pelo autor, em *A Ordem do Discurso* é a separação ou segregação da palavra. Foucault afirma que esse procedimento designa as formas de seleção de discursos e de sujeitos. O autor ilustra esse procedimento

valendo-se da palavra do louco, a qual, em dado momento, foi retirada do âmbito social, por não ter sintonia com o conceito de razão. O louco ainda é tido, em muitas situações, como aquele cujo discurso não pode circular da mesma maneira que o discurso de outras pessoas, pois seu dizer não tem o peso nem a devida importância de outros dizeres.

Foucault (2010) afirma ainda que foi pela palavra que se instituiu a separação dos loucos de sujeitos considerados sãos. Vale lembrar que a separação da palavra ainda é um mecanismo muito presente em nossos dias, basta observar como alguns discursos, e seus sujeitos, no campo jornalístico, são considerados fontes seguras, seus discursos são tidos como verdade, e não outros em seu lugar.

A vontade de verdade é também um mecanismo de exclusão citado pelo filósofo francês. Ela se liga a práticas de exclusão calcada em avaliações que têm o respaldo das instituições e se constitui a partir de uma rede de lugares que visam dar o caráter de verdade a um discurso. Podemos citar a vontade de verdade tomando também por base a atividade jornalística, a qual, na busca incansável de dar credibilidade ao que veicula, busca suas justificativas, muitas vezes, em outros saberes, como se a própria palavra do jornal “não pudesse mais ser autorizada”, “senão por um discurso de verdade”. (FOUCAULT, 2010, p. 19).

No cerne das discussões sobre a ordem do discurso, suas regras de controle e exclusão existe um conceito de poder entendido por Foucault como um jogo de relações. Logo na introdução do livro *Microfísica do Poder* é possível compreender que o poder não era o grande foco das pesquisas de Foucault. Esse tema surge em algumas de suas discussões do livro *A Arqueologia do Saber*, no qual o francês explica a emergência dos saberes, não como fatos naturais ou dados *a priori*, mas como resultado de “epistemes”, isto é, um conjunto de fatores históricos, políticos, econômicos etc., que levam uma sociedade a pensar um assunto de dada maneira e não de outra. Nessa obra, Foucault (2008) conclui que não existe saber sem poder e essa relação (saber/poder) marca o início de uma fase da obra foucaultiana chamada “genealogia”. Essa segunda fase, no entanto, foi esboçada a partir de três livros iniciais do autor: *História da Loucura*, *Nascimento da Clínica* e *As Palavras e as Coisas*.

Nesses estudos, Foucault (2010) parte da observação de relações de poder para explicar a produção dos saberes no Ocidente. Contudo, ele não desenvolve uma teoria geral do poder. Ele não considerou que o poder teria uma natureza, com essência e características universais. O autor observa que o poder não é um objeto natural, mas uma prática social, constituída historicamente.

Ao escrever *Vigiar e Punir* e *História da Sexualidade*, o filósofo francês observa uma assimetria entre Estado e poder, o que não era algo novo nem inusitado. Ao estudar o nascimento da Medicina e da Psiquiatria, Foucault se depara com formas diferentes de exercício do poder distintas do Estado, todavia a ele articuladas e indispensáveis para a existência e eficácia do poder estatal.

A análise de Foucault visava distinguir grandes transformações do sistema estatal, mudanças de regime político ao nível dos mecanismos gerais e dos efeitos de conjunto e a mecânica de poder que se expande por toda sociedade, com formas mais regionais e concretas, investindo em instituições, investindo em técnicas de dominação. Foucault buscava compreender a atuação concreta do poder, que operava na realidade mais sólida dos indivíduos – seu corpo – e este poder funcionava no próprio corpo social, não acima dele. Por isso foi pensado como um micropoder.

Micropoder para Foucault corresponde ao deslocamento do espaço de análise e do nível de sua atuação. O autor buscava antes a investigação de procedimentos técnicos de poder que realizam um controle detalhado, minucioso do corpo – gestos, atitudes, comportamentos, hábitos, discursos. Trata-se de dois tipos de poder que se articulam e obedecem a um sistema de subordinação que só pode ser traçado em situações concretas e tipo específico de intervenção.

Segundo Foucault (2002), os poderes periféricos e moleculares não foram absorvidos pelo poder estatal; não nasceram fora dele, nem foram criados pelo Estado, mas a ele se submetem. Em diferentes pontos da rede social, os micropoderes se exercem integrados ao Estado, distinção pouco relevante para as análises de Foucault, para o qual nem a destruição nem o controle do Estado são suficientes para transformar, em suas características fundamentais, “a rede de poderes” que impera em uma sociedade.

As pesquisas foucaultianas partem de pontos específicos de saberes – como a loucura, o criminoso, a sexualidade, para observar como micropoderes se relacionam com nível mais geral de poder constituído pelo aparelho de Estado. Desse modo, o autor distinguiu uma situação central de uma situação periférica, buscando identificar a existência e características de poderes diferentes do Estado e seus aparelhos; o que não significa querer situar o poder em um ponto que não seja o Estado, conforme sugere a palavra periferia. Suas análises sugerem que o poder está situado em toda parte e não em um ponto específico da estrutura social. Pelo viés foucaultiano, o poder não existe, o que existe são práticas de relações de poder. Entretanto, é importante ressaltar que nessa perspectiva o poder só existe se houver resistência, do contrário não é poder.

O conceito de poder como relações que se espalham de forma tentacular na sociedade nos leva a afirmar que o jornalismo exerce micropoderes, cotidianamente, ao destacar, por exemplo, os assuntos que são dignos de notas, que sujeitos são autorizados a falar sobre um tema, além de muitas outras práticas e técnicas típicas desse campo discursivo, que instauram certos efeitos de realidade em nossa sociedade.

Nessa perspectiva, discutiremos, no próximo item, algumas relações de poder instauradas na ordem discursiva da campanha “O Brasil que eu quero”, proposta pela Rede Globo. Analisamos algumas regras que dirigem o funcionamento de enunciados que deveriam ir ao ar nos telejornais da campanha da Rede Globo, no primeiro turno das eleições presidenciais de 2018, mas foram cerceados por diferentes razões.

2 Convergências midiáticas e redes de sentidos na campanha “O Brasil que eu quero”

Conforme Foucault (2008), os enunciados, para serem entendidos, devem ser analisados na estreiteza de sua existência, o que significa, entre outras questões, buscar as condições que propiciaram o seu surgimento. Desse ponto, é preciso considerar o contexto que possibilitou a veiculação dos vídeos da campanha da Rede Globo na TV.

Para essa reflexão, citamos o conceito de *convergência das mídias*, proposto por Jenkins (2009). Segundo esse autor, com a popularização da *web*, muitas pessoas

passaram a administrar conteúdos e tecnologias que antes eram de domínio apenas dos profissionais do ramo da comunicação. Parte desse processo, hoje, deve-se ao que conhecemos como “cultura da convergência”, entendida uma confluência de conteúdos operada por meio de múltiplas plataformas de mídia. Desse modo, “a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos”. (JENKINS, 2009, p. 29).

Jenkins (2009) assevera que nesse modelo de interação comunicativa, agora tão presente no cotidiano de muitos países, em vez de se localizarem emissores e receptores ou consumidores e produtores de mídia como sujeitos que ocupam lugares distintos, muitos deles passam a integrar os mesmos lugares, pois as possibilidades de intercâmbio com os conteúdos propostos pelas mídias são muito amplas. Nesse âmbito, é indiscutível a adaptação à internet de conteúdos de TV e rádio como meios de comunicação que usam a *web* para a distribuição de seus produtos.

Por esse processo, tem sido possível ao jornalismo, por exemplo, redimensionar as perdas de preferências em pesquisas do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) de assinaturas. Assim, grandes empresas de comunicação, ao perceberem que estavam tendo seu espaço minado por ferramentas da internet, passaram a ela se aliar, recorrendo à convergência midiática como possibilidade de atrair mais espectadores.

No Brasil, vemos que muitos jornais impressos também já aderiram à convergência. A grande maioria dos veículos de comunicação já dispõe de *sites* e seus conteúdos são exibidos de múltiplas formas em espaços digitais. Jornais impressos já são automaticamente disponibilizados na versão virtual, e alguns veículos fazem de seu conteúdo um elemento de produção econômica, abrindo algumas informações apenas para assinantes.

Vários canais de televisão incorporaram a prática de aproximação do telespectador com os conteúdos da TV via *web* e se torna cada vez mais comum, na convergência midiática, a veiculação de vídeos produzidos pelos telespectadores em telejornais. A difusão de vídeos ocorre muitas vezes pela necessidade que o leitor/telespectador tem de ver algum assunto com mais velocidade, e pela relativa

facilidade que as novas tecnologias oferecem na elaboração de um material audiovisual, pois, em tese, toda pessoa que saiba manejar minimamente um celular ou uma câmera de vídeo pode gerar notícia, e isso estreita as relações entre o telespectador e o programa de TV ou os jornais, em seus *sites*.

Percebemos que, na TV, esse modelo de comunicação tem atingido aos poucos os noticiários, que modificaram bastante a sua forma de interação com o leitor/espectador/internauta. Se em outro momento existia certa distância entre o jornal e o leitor/espectador, atualmente, a participação dos sujeitos telespectadores se faz necessária e mais presente diariamente.

Na esteira desse movimento de integração entre formas conservadoras e inovadoras de comunicação, a Rede Globo lança, no ano de 2018, ano de campanhas eleitorais, a campanha “O Brasil que eu quero”, a qual foi ao ar com a seguinte chamada:

Que Brasil você quer para o futuro? A TV Globo quer ouvir o desejo de cada um dos 5.570 municípios do Brasil. O país inteiro vai dar o seu recado nos telejornais da emissora. Você pode ser o porta-voz da sua cidade. Basta gravar um vídeo com o celular e enviar para “o Brasil que eu quero”, pelo VC no G1. QUE BRASIL VOCÊ QUER PARA O FUTURO? SAIBA COMO ENVIAR O SEU VÍDEO. G1, 10 de janeiro de 2018¹.

A campanha, inaugurada no dia 4 de março, iniciou-se com explicações dadas por alguns jornalistas sobre o modo ideal de filmagem do conteúdo, para uma boa reprodução das imagens nos telejornais. Entre os comandos dessas técnicas, estava a sugestão de gravar o vídeo com o celular em posição horizontal e em frente a um ponto importante da cidade.

Voltando-nos ao texto-chamada da emissora e lendo-o como enunciado, aos moldes de Foucault (2008), é possível verificar nele algumas redes de sentidos. Uma delas liga-se à ideia de Foucault de que o enunciado tem sempre suas margens povoadas por outros enunciados, pois essa unidade retoma enunciados que o precedem ou o sucedem na cadeia enunciativa. Assim, ao lermos a pergunta da campanha “Que Brasil você quer para o futuro?”, observamos atualizar-se nesse dizer

¹ Disponível em: <https://G1.globo.com/vc-no-G1/noticia/que-brasil-voce-quer-para-o-futuro-saiba-como-enviar-o-seu-video.ghtml>. Acesso em 28 de jun. de 2018.

outro enunciado “Brasil, o país do futuro”, o qual, segundo Braga e Ernst (2015), desde os anos de 1940, é retomado muitas vezes em momentos de discussões políticas do país, quer para reforçar a ideia de que o Brasil é um país com potencial para o desenvolvimento, quer para refutar esse sentido, considerando que o país já é um país desenvolvido.

Observamos, no entanto, que ao retomar o enunciado “Brasil, um país do futuro”, por meio do enunciado “Que Brasil você quer para o futuro?”, a TV Globo aciona a memória de Brasil como lugar em que o desenvolvimento econômico e avanços sociais ainda não ocorreram. A instituição, porém, não traz essa afirmação explicitada na ordem da língua, deixando ao telespectador/internauta a função de dizer essa verdade com os vídeos que ele enviará aos telejornais da Emissora, projetando, dessa maneira, efeitos de verdade sobre a realidade brasileira.

Ao se projetar como sujeito que tem vontade de saber o que a população almeja para si, declarando: “A TV Globo quer ouvir o desejo de cada um dos 5.570 municípios do Brasil”, a emissora coloca-se apenas como um lugar de escuta dos anseios da população e cria efeitos de imparcialidade no diálogo entre o povo e a política, até porque, conforme Foucault (2010), a política é uma das temáticas mais sujeitas a controles discursivos. Esse efeito de neutralidade ainda pode ser percebido quando o sujeito enunciativo (a Rede Globo) trata os seus telespectadores como possíveis “porta-vozes da cidade”, declarando: “Você pode ser o porta-voz da sua cidade”, atribuindo ao telespectador a função de falar em nome de um espaço político, que é a cidade.

Para Foucault (2002), as relações discursivas são sempre eivadas por relações de poder e resistência. Nesse âmbito, notamos que mesmo se lançando, nessa campanha, apenas como um lugar imparcial de escuta da vontade política da população brasileira, a emissora não ficou livre das críticas de alguns telespectadores/internautas, que enviaram mensagens em que situam a campanha da emissora como um dos problemas sociais do país, conforme veremos adiante.

3 “O Brasil que eu quero”: algumas interdições discursivas

Nesta seção, apresentamos as análises de dois vídeos que não foram ao ar em telejornais da Rede Globo. Esses materiais foram transcritos diretamente da plataforma digital *YouTube* e a sua seleção teve início quando nos deparamos com um vídeo avulso, que, excluído dos telejornais da Rede Globo de Televisão, “viralizou” em um programa dominical, transmitido pela Rede TV. Nesse vídeo, uma mulher que ironicamente se identifica como Cristiane da Silva Sauro, coloca-se na posição enunciativa do trabalhador, que reclama por, nesses últimos anos, estar à margem da representatividade no governo.

Esse material nos levou então à plataforma de compartilhamento de vídeos (*YouTube*) na qual, por meio de um buscador da própria plataforma, chegamos ao vídeo da Cristiane da Silva Sauro e a um compilado de vídeos enviados a esse canal, nos primeiros quatro meses da campanha “O Brasil que eu quero”.

Entre os vários vídeos que localizamos, escolhemos aqueles que mostravam a população brasileira indignada, ora com a situação política do país, ora com a própria campanha da TV Globo. Depois dessa seleção maior, mobilizamos outro critério de seleção – os *views* no *YouTube* – que funcionam como um índice de popularidade da plataforma. Dessa forma, chegamos a dois vídeos – a opinião de um homem e outro, de uma mulher. Analisaremos, neste artigo, somente o conteúdo verbal dos vídeos, transcritos a partir da plataforma supracitada.

O primeiro vídeo que destacamos aqui é de um senhor, cearense, cujas palavras e entonação sugerem estar mais insatisfeito com a campanha da Rede Globo que necessariamente com os problemas sociais do país. Seu recado foi o seguinte:

Eu sou Márcio², de Fortaleza, Ceará. O que eu espero do Brasil é um país onde ninguém precise ir pra televisão e dizer ‘o que eu espero do país’, igual esses ‘modinhas’ aí, alienados, que fazem esses vídeos ridículos, que não vai servir para p**** nenhuma. E outra coisa: eu gravo é com o celular na vertical, porque o celular é meu e ninguém manda em mim. Ora, p. fico p*** com essas p****!

² Nome fictício para preservar a identidade do sujeito.

Destacamos nesse enunciado o seguinte período: “O que eu espero do Brasil é um país onde ninguém precise ir pra televisão e dizer ‘o que eu espero do país’” [...]. Em tom irônico e levemente alterado, Márcio refere-se a duas questões: ele de um lado critica a política brasileira, a qual, por vezes, só dá atenção a certas situações caóticas do país após denúncias veiculadas nas mídias; e de outro, critica o fato de, como brasileiro, nordestino, cearense, ser obrigado a falar dos problemas que ele enfrenta diariamente em 15 segundos, como se fosse um acontecimento inédito dizer que o Brasil precisa de investimentos em diferentes áreas sociais.

Dois procedimentos de exclusão podem ser identificados no âmbito da segunda crítica. Primeiro, essa fala se insere no que Foucault denominou *tabu do objeto*, isto é, trata-se de um assunto que não convém ser mostrado na campanha, porque avalia negativamente a proposta da emissora. O outro procedimento de exclusão que identificamos nesse contexto diz respeito ao *ritual da circunstância*, o qual, nesse caso, não permite o emprego de palavrões, elementos lexicais, considerados inconvenientes em circunstâncias televisivas. Assim, o sujeito coloca sua enunciação em uma grade de controle do seu discurso.

Essa situação é apreciada em *A Ordem do Discurso*, quando Foucault (2010) observa que determinados discursos sofrem coerções para se ‘adequarem’ a determinadas FDs, impostas por um poder ou por pessoas investidas de determinados poderes, reprimindo, de alguma maneira, alguns discursos. Na obra mencionada, o filósofo francês destaca:

Em uma sociedade como a nossa, conhecemos [...] procedimentos de *exclusão*. O mais evidente, o mais familiar também, é a interdição. Sabe-se que não se tem o direito de dizer tudo, que não se pode falar de tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar qualquer coisa. (FOUCAULT, 2010, p. 9).

O vídeo ainda pode ter sofrido interdição na Emissora pelo fato de o homem não ter obedecido a uma das exigências da Rede Globo, na campanha, que é a de gravar um vídeo de 15 segundos, utilizando um *smartphone* na posição horizontal. Por isso, a declaração: “E outra coisa: eu gravo é com o celular na vertical, porque o celular é meu e ninguém manda em mim!”. Esse enunciado traz, também, em suas margens,

aspectos de um poder que, funcionando de modo tentacular, busca disciplinar o próprio uso das mídias. Logo, ao declarar-se contrário a essa regra, a qual não é apenas da emissora, mas de normas técnicas para uma produção de imagens com boa resolução ao adaptar-se ao televisor, o homem mostra resistência a um poder que age, cotidianamente, em sua vida, em seu corpo, de forma regional, porém, concreta.

No segundo vídeo, o enunciador afirma:

Meu nome é Cristiane da Silva Sauro, sou de São José do Rio Preto. O Brasil que eu quero para mim é um país da cerveja barata. Porque se o brasileiro não beber, ele vai encarar a realidade que esse Brasil é. Porque não vai mudar p**** nenhuma mesmo! Então a cerveja sendo barata, o brasileiro bebe mais e, bebendo mais, ele vai ser feliz, e o brasileiro sendo feliz, o Brasil vai crescer, porque o brasileiro vai trabalhar, vai ter esperança, então só com cachaça mesmo... Então o ‘Brasil que eu quero’ é com a cerveja mais barata!

O sujeito desse enunciado, ao se identificar ironicamente como Cristiane da Silva Sauro, retoma a memória de um seriado voltado para o público infanto-juvenil, famoso nos anos de 1990, a *Família Dinossauro*. A mulher, ao se identificar como uma “da Silva Sauro”, instaura efeitos irônicos ao seu enunciado, tornando inadequado seu texto ao ritual da circunstância exigido pela Globo, a qual recomenda que no vídeo a pessoa se identifique e diga de onde está postando o vídeo.

Ainda nesse espectro de (in)adequação ao ritual da circunstância, ao dizer que o Brasil que ela deseja para si própria é um “país da cerveja barata”, a mulher rompe com as regras do ritual enunciativo da televisão, que interdita aquilo que não é permitido em seu regime de verdade falar, bem como, por meio da separação da palavra, escolhe que sujeitos são aptos a falar sobre aspectos das cidades.

Nesse caso, ao incentivar o consumo da bebida alcoólica como entorpecente para o enfrentamento da realidade difícil do país, a mulher se coloca como alguém cuja palavra não dá credibilidade à TV, sendo por isso vetada a circulação de suas palavras nos telejornais da Rede Globo. Nesse âmbito, suas palavras soam como a palavra do louco, a qual, em dado momento, foi retirada do âmbito social, por não ter sintonia com o conceito de razão, segundo afirma Foucault (2010).

Em relação a essa interdição da palavra, ainda verificamos que a vontade de verdade da TV Globo não permite que essa palavra venha às telas dos telejornais, pois a emissora deseja manter sua reputação de instituição que distribui conteúdos sóbrios.

Conclusão

Este trabalho teve como propósito apresentar uma análise discursiva destacando os principais procedimentos de interdição de discursos operados na apresentação de dois vídeos enviados à campanha da Rede Globo “O Brasil que eu quero”. Para isso, consideramos o conceito de discurso e procedimentos de controle do discurso, do filósofo francês Foucault.

Inicialmente tratamos de algumas noções da arqueogenealogia de Michel Foucault, entre as quais os conceitos de enunciado, discurso, e poder; discutimos as condições de possibilidade e de surgimento da campanha, observando as relações entre discursos e convergências midiáticas para tecermos as análises dos enunciados excluídos da campanha da Rede Globo “O Brasil que eu quero”.

Vimos que com o advento da convergência das mídias, muitos telespectadores/internautas foram levados a interagir de modo mais direto em jornais e televisão, mas como todo discurso é constituído por um sistema de regras, essa interação também é controlada por um conjunto de forças que decidem o que pode e o que deve ir ao ar nessa integração.

Os vídeos analisados nos mostram que alguns procedimentos de interdição constituem grades de exclusão de discursos e sujeitos na realidade da convergência midiática. Os audiovisuais avaliados mostram que o tabu do objeto e o ritual da circunstância indicam como alguns enunciados podem aparecer e outros não podem, na campanha “O Brasil que eu quero”. Nesses vídeos há, portanto, perigos e poderes que devem ser controlados.

Referências

BRAGA, Diego Vieira; ERNST, Aracy. **Ser ou não ser um “país do futuro”**: eis uma questão discursiva. Disponível em:

<https://www.google.com/search?q=Ser+ou+n%C3%A3o+ser+um+%E2%80%9Cpa%C3%ADs+do+futuro&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b>. Acesso em: 10 de out. 2018.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica de poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2002.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Petrópolis. Vozes, 2008.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. 20 ed. São Paulo: Loyola, 2010. Trad. Laura Fraga de Almeida Sampaio.

GONÇALVES, Sérgio Campos. **O método arqueológico de análise discursiva**: o percurso metodológico de Michel Foucault. Revista História e-história. Campinas (SP); Unicamp, p. 21, 2009. Disponível em:

http://www.academia.edu/461854/O_m%C3%A9todo_arqueol%C3%B3gico_de_an%C3%A1lise_discursiva_o_percurso_metodol%C3%B3gico_de_Michel_Foucault. Acesso em: 18 de jan. 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

Os mais engraçados (o Brasil que eu quero para 2018). Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NdXxbLxPfmG>. Acesso em: 28 de jun. 2018.

Que Brasil você quer para o futuro? Disponível em: <https://G1.globo.com/vc-no-g1/noticia/que-brasil-voce-quer-para-o-futuro-saiba-como-enviar-o-seu-video.ghtml>. Acesso em: 28 de jun. 2018.

ⁱ Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Letras (PGLetras) da Universidade Federal do Maranhão. E-mail: marcelofabioandrade@gmail.com
Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3399627408359541>
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5743-3614>