

**A BOLINHA DE PAPEL:
UM ESTUDO DE CASO SOBRE A PRODUÇÃO DE CONTRA-
INFORMAÇÃO ATRAVÉS DE BLOGS**

Paulo Roberto Elias de Souza

Mestrando Programa de Pós-Graduação em Ciências Humanas e Sociais da UFABC
Agência de fomento: Fundação UFABC
paulo.souza@ufabc.edu.br

RESUMO ESTENDIDO

A internet vem mudando a vida das pessoas de forma radical a partir do momento em que estas adentram à rede. Foi ela que rompeu ainda mais as barreiras do espaço e do tempo da comunicação interpessoal a nível global a partir das décadas finais do século XX. Neste início de século XXI já somos 2 bilhões de pessoas no mundo inteiro interconectado na internet formando a crescente Sociedade em Rede: sistema financeiro, Estados, empresas, partidos políticos, movimentos sociais, meios de comunicação de massas dentre tantos outros estão de alguma forma inseridos na rede mundial de computadores agilizando seus processos seja ele de fluxo de capital, propaganda, informação, visibilidade ou comunicação direta.

As ferramentas de interação da internet tem contribuído cada vez mais para agilizar os mais diversos processos nas vidas das pessoas através da rede podem efetuar compras, conhecer lugares distantes, preservar e expandir as mais diversas redes de relacionamentos e comunicação. No âmbito da produção de informação anteriormente restrito à indústria da mídia, as pessoas ganharam novos canais por onde possam se informar de acordo com seus interesses específicos. As diversas ferramentas disponibilizadas na rede possibilitaram que diversos grupos produzissem e consumissem informação para si próprios. Dentre estas ferramentas, uma ganhou destaque no campo da produção de informação política no Brasil especialmente nos períodos eleitorais de 2006 a 2010: o *blog*. Inicialmente uma espécie de diário virtual para adolescentes, o *blog* foi apropriado como um meio de autocomunicação de massas, isto é, muitos indivíduos se informando de forma interativa para outros muitos

indeterminados. Entretanto, foram *blogs* mantidos por jornalistas conhecidos que ganham destaque no campo da política.

No episódio que ficou conhecido com o “caso da bolinha de papel”. Às vésperas do segundo turno das eleições presidenciais brasileiras de 2010, enquanto realizava um comício pelas ruas do centro da cidade do Rio de Janeiro, o candidato do PSDB, José Serra, foi atingido por um objeto na cabeça quando sua comitiva encontrou com militantes e simpatizantes de sua então adversária e hoje presidenta Dilma Rousseff, do PT. Segundo uma reportagem no consagrado Jornal Nacional da Rede Globo de Televisão reproduzido por outros canais, jornais, revistas e portais da internet, Serra teria sido atingido por algum objeto que lhe causou um ferimento na cabeça. A partir de um vídeo postado na internet de um professor do Rio Grande do Sul contestando quadro-a-quadro as imagens veiculadas pelo Jornal Nacional, os blogueiros-jornalistas Luiz Carlos Azenha, Paulo Henrique Amorim e Rodrigo Vianna procuraram mostrar, através de novas informações e imagens cruzadas entre si, que se tratava de uma bolinha de papel, possivelmente lançada por um integrante da comitiva do próprio candidato e que não justificaria a realização dos exames feitos por Serra e menos ainda o tamanho destaque dado na grande mídia.

Portanto, o objetivo deste trabalho é analisar este caso que pode ser caracterizado como de produção de contra-informação dos jornalistas-blogueiros Luiz Carlos Azenha (www.viomundo.com.br), Paulo Henrique Amorim (www.conversaafiada.com.br) e Rodrigo Vianna (www.rodrigovianna.com.br) ante a tentativa de produção de um escândalo político midiático produzida pelo *mainstream* da comunicação brasileira durante as eleições 2010.

O caminho para a interpretação do objeto parte da concepção de capital social de Pierre Bourdieu, em que o jornalista conhecido e consagrado na grande mídia transfere seu principal capital social, a credibilidade, para seu *blog* colaborando para legitimar a contra-informação produzida em rede. Ainda se remetendo à teoria bourdiana, são apresentados os conceitos de informação e contra-informação, em especial o segundo, uma forma de informação contrária a outra produzida pelo *mainstream* midiático, ou seja, a informação que surge como necessidade de contestação do fato (político neste caso).

Em seguida, a justificativa da escolha do objeto, isto é, o “caso da bolinha de papel”: através do conceito de escândalo político midiático formulado por John B. Thompson que demonstra como a política contemporânea transformou-se em política

do escândalo. Em função do declínio da política ideológica por parte dos partidos políticos cada vez mais orientados para discursos e governos de centro, a conduta dos candidatos têm ganhado cada vez mais relevância, transformando os possíveis desvios (contextualizados) em armas cada vez mais poderosas na busca por vantagem política, em suma, o escândalo político torna-se cada vez mais uma das principais armas na política midiática. O autor colabora ainda para uma melhor compreensão de qual tipo específico de escândalo político que “a bolinha de papel” melhor se enquadra.

No campo específico do jornalismo que é caracterizado na modernidade como unidirecional (ou interação quase-mediada), em que poucos produzem mensagem para muitos, ganha uma nova forma de interação a qual Manuel Castells denominou como *aucomunicação* de massas, onde muitos produzem, reproduzem e recebem informações também para muitos e de forma interativa. Aqui ainda há uma breve ponderação acerca do Castells ressalta em relação à informação através da rede: há maior diversidade de informação e menor credibilidade. No caso específico de blogueiros-jornalistas a credibilidade é o fator que colabora para que a contra-informação se legitime.

O método específico quantitativo e qualitativo a ser aplicado é a metodologia de pesquisa em *blogs* de política, elaborado por Cláudio Penteado, Rafael Araújo e Marcelo Santos dialogando métodos de pesquisa das áreas de ciência política e comunicação.

Os resultados obtidos na pesquisa mostram que a atuação em rede dos blogueiros-jornalistas juntamente com a colaboração e interatividade de outros blogueiros e internautas possibilitadas pela internet e, neste caso especialmente pela blogosfera, foi eficiente como um espaço para produção de contra-informação, ampliando o espaço de informação e debate político para os interessados, isto é, pessoas que buscam mais informações e meios de interação além dos grandes meios de comunicação tradicionais no Brasil, isto é, principais revistas, jornais impressos e, principalmente, a televisão.