



TERRITORIALIZANDO O ESPAÇO: Movimentos de direita e mídias sociais como aparelhos hegemônicos

Autores:

lalita kraus - UFRJ - kraus.lalita@gmail.com

Resumo:

O artigo investiga a dinâmica relacional e afinidade ideológica dos movimentos sociais de direita que protagonizaram as manifestações de 2015. O ponto de partida é o reconhecimento da ação social e o uso das mídias sociais como espaço de significação da vida política e social, capaz de influenciar a opinião pública em prol de determinados projetos políticos. O objetivo é identificar os atores que se articulam e mobilizam entorno de um discurso comum, buscando revelar suas principais fontes discursivas. Isto permite desvendar um processo de territorialização do espaço midiático na internet, a partir de determinadas relações de poder. Do ponto de vista metodológico, a análise de redes sociais no Facebook permite identificar a rede de atores que apresentam uma afinidade ideológica e discursiva, destacando os mais populares e influentes em termos discursivos. A pesquisa revela que os movimentos da direita brasileira, ligados sobretudo ao Movimento Brasil Livre, atuam como produtores simbólicos e intelectuais orgânicos de redes liberais e conservadoras fortemente ligadas ao Estados Unidos.

TERRITORIALIZANDO O ESPAÇO:

Movimentos de direita e mídias sociais como aparelhos hegemônicos

O artigo investiga a dinâmica relacional e afinidade ideológica dos movimentos sociais de direita que protagonizaram as manifestações de 2015. O ponto de partida é o reconhecimento da ação social e o uso das mídias sociais como espaço de significação da vida política e social, capaz de influenciar a opinião pública em prol de determinados projetos políticos. O objetivo é identificar os atores que se articulam e mobilizam entorno de um discurso comum, buscando revelar suas principais fontes discursivas. Isto permite desvendar um processo de territorialização do espaço midiático na internet, a partir de determinadas relações de poder. Do ponto de vista metodológico, a análise de redes sociais no Facebook permite identificar a rede de atores que apresentam uma afinidade ideológica e discursiva, destacando os mais populares e influentes em termos discursivos. A pesquisa revela que os movimentos da direita brasileira, ligados sobretudo ao Movimento Brasil Livre, atuam como produtores simbólicos e intelectuais orgânicos de redes liberais e conservadoras fortemente ligadas ao Estados Unidos.

Palavras-chave: ação social; mídias sociais; rede; simbolismo; hegemonia.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho surge pelo interesse em compreender as novas dinâmicas sociopolíticas ligadas aos movimentos sociais de direita no Brasil contemporâneo. Para tanto, adotamos uma concepção de sociedade enquanto conceito abstrato, mas que assume conotações concretas a partir de um conjunto de configurações relacionais. O presente trabalho foca nas relações e ações de movimentos de direita para poder determinar de que forma essa configuração relacional se articula a partir de estruturas sociais específicas que determinam o elemento comum de coesão e reciprocidade.

O ponto de partida é o reconhecimento da existência de espaços onde, a partir de novas dinâmicas relacionais, concretizam-se e viabilizam-se novos projetos políticos. Constitui-se um espaço sócio-comunicacional complexo, já que o espaço não se vincula apenas às marcas físicas, mas também à dinâmicas infocomunicacionais. Nesse sentido, as mídias sociais representam um espaço sócio-comunicacional, que desempenha um papel central na significação da vida política e social.

Identificamos as manifestações de 2015 como um marco importante da ação sociopolítica de movimentos com profundas conotações de conservadorismo comportamental e direitismo político. Tratou-se de manifestações que refletiam um profundo descontentamento com o governo federal e exigiam o afastamento da presidenta Dilma. Como a pesquisa de Ortellado e Solano (2016) ressalta, esses novos movimentos sociais ganharam a confiança dos manifestantes a partir de um posicionamento antiestablishment, que explorou politicamente esse sentimento de insatisfação e de indignação. Esses movimentos se apresentaram, desde o início, como uma multidão que, de forma imanente, une suas múltiplas diferenças entorno de um projeto de renovação política. Mas, os movimentos ligados às manifestações de 2015 representam uma forma de luta autônoma contra o poder instituído? De que forma operacionalizam esse discurso antissistema?

Para responder a essa pergunta, o presente trabalho foca na compreensão das dinâmicas dessa nova direita, objetivando identificar os principais atores e suas fontes discursivas. Alguns movimentos, como o Movimento Brasil Livre e o Vem para Rua, desempenhar um papel importante nas mobilizações dessa “nova direita”, a partir de uma ampla articulação nas mídias sociais (DEMIER, 2016). Investigar as fontes discursivas permite desvendar as dinâmicas relacionais e de poder que determinam a apropriação e uso do novo espaço oferecido pelas mídias sociais. Isso, segundo Raffestin (1993), constitui o processo de territorialização do espaço.

O amplo uso de mídias sociais faz assim que existam muitas informações sociais online que constituem um material precioso de investigação. Por isso, do ponto de vista metodológico, a análise de rede permite efetivar uma abordagem relacional a partir das mídias sociais como campo de pesquisa. Isto possibilita identificar a rede de atores da direita, destacando os mais influentes e populares.

1. MOVIMENTOS EM REDE

Na literatura são inúmeros e amplos os estudos que reconhecem e investigam o valor ético e político da ação dos movimentos sociais que se contrapõem ao poder instituído, tentando reverter as formas de injustiça social (CABALLERO & GRAVANTE, 2017; DELLA PORTA e DIANI, 2006; GOHN, 2011; MELUCCI, 2001; PASSY, 2003; TOURAINE, 1996; SCHERER-WARREN, 2011). Mas, por outro lado, são poucos os estudos sobre os movimentos conservadores e de direita (CAIANI e WAGEMANN, 2009; SOLANO e ORTELLATO, 2015). Inserir dados mostrando a organização de direita

Em geral, adotar o termo movimento social significa remeter à organização de grupos sociais, que se organizam e perseguem objetivos sociais compartilhados (VIANA, 2016). A dinâmica do compartilhamento é potencializada na internet, na medida em que, por exemplo, cada like e cada comentário podem representar um sinal de viabilidade de ideias e ações, que demonstra que algo é possível porque socialmente compartilhado (MARGETTS, 2017). É, assim que online é oferecido um espaço que favorece a criação de um sentido de pertencimento e de identidade (CAIANI e WAGEMANN, 2009), que constitui o “comum” que mobiliza e articula atores em rede. São inúmeros os estudos que reconhecem a relevância da

organização da ação social em rede (SCHERER-WARREN, 1999), embora não se trate especificadamente de movimentos conservadores.

Como ressalta Raffestin (2008), o espaço é constituído a partir da ação dos atores sociais em qualquer nível. Além disso, tais relações não acontecem apenas num espaço físico, mas também no espaço da vida social onde ocorrem as relações cotidianas (LEFEBVRE, 1992). Já que os atores sociais vivem cotidianamente relações sociais mediadas pelas mídias sociais, essas imprimem transformações espaciais, que reconstituem e transformam as relações de poder e suas manifestações no território. Isto é ainda mais evidente observando o amplo uso feito das mídias sociais, na medida em que vivemos um processo de midiaticização, tratando-se de um processo pelo qual a sociedade, em um grau cada vez maior, está submetida a ou torna-se dependente da mídia e de sua lógica (HJARVARD, 2012).

Na presente pesquisa focaremos no processo de midiaticização na organização da ação social, sobretudo em relação ao papel das mídias sociais na organização da ação social de movimentos sociais. Movimentos como o MBL adotam uma estratégia midiática articulada, a partir do uso de múltiplas plataformas, como Twitter, Facebook, Youtube e Instagram. Os membros do movimento produzem e divulgam notícias, segundo uma estratégia comunicacional pautada na produção imagética e no uso de uma linguagem simples, assim como na imediatez na notícia. O intuito é viralizar as publicações para impactar a opinião pública e fomentar a mobilização.

Isto transforma completamente a estratégia e a linguagem da ação social, da mesma forma que transforma a estratégia política, através, por exemplo, de técnicas próprias da propaganda computacional. Essa prevê, entre outras, o uso de bots para divulgar informações, a manipulação algorítmica e a divulgação viral de fake news (AMADEU, 2017; ARNAUDO, 2016). Nesse sentido, as mídias sociais tem sido cada vez mais um palco importante para as campanhas no mundo.

O uso de estratégias ligadas à propaganda computacional mostram a forma como a política é determinada pela lógica da mídia, retratando um processo de midiaticização na vida política, já que o sistema político é influenciado e precisa se adaptar às demandas e lógica dos meios de comunicação (ASP, 1986). Da mesma forma, Mazzoleni e Schulz (1999), que apontam como “a política midiaticizada é a política que perdeu sua autonomia, que tornou-se dependente, em suas funções centrais, dos meios de comunicação de massa e é continuamente moldada pelas interações com eles” (MAZZOLENI e SCHULZ, 1999, p. 249).

2. TERRITORIALIZANDO O ESPAÇO

O conceito de midiaticização e a ampla manipulação possibilitada pela propaganda computacional permitem compreender a relevância dos espaços sócio-comunicacionais enquanto espaços de produção discursiva e significação simbólica, que refletem determinadas relações e sistemas de poder.

Podemos interpretar as mídias sociais como um novo espaço, ou novos espaços, de significação da vida política e social. Como ressalta Raffestin (2008), o espaço é constituído a

partir da ação dos atores sociais em qualquer nível. Tais relações acontecem, não apenas no espaço físico, mas em geral no espaço da vida social onde ocorrem as relações cotidianas (LEFEBVRE, 1992). A partir disso, podemos afirmar que, já que os atores sociais vivem cotidianamente relações sociais na internet, essas moldam e caracterizam novos espaços sociopolíticos.

Para Raffestin (1993, p. 143), o sujeito “ao se apropriar de um espaço, concreta ou abstratamente [...] territorializa o espaço”, mostrando que os atores sociais operam transformações espaciais, a partir de suas dinâmicas relacionais. Um elemento chave para compreender esse processo de territorialização é a relevância da dimensão simbólica, isto é a produção de significados e significações, que permite associar a cultura ao território (HAESBAERT, 2007). A produção simbólico-cultural tem a ver com as relações de poder, que se expressam na difusão de uma determinada visão de mundo e de concepção territorial. Isto é, a dimensão simbólica possibilita territorializar o espaço, trazendo determinadas representações que surgem da dinâmica relacional e de poder dos atores sociais.

As relações online, baseadas em produções imagéticos-discursivas, significam a vida social e se estruturam a partir de sistemas simbólicos, que determinam as relações de poder enquanto sistemas de conhecimento e de comunicação, assim como definido por Pierre Bourdieu (2010). Assim, por um lado, o sistema simbólico define uma forma um conhecimento em função do sujeito e das estruturas objetivas nas quais está inserido. Por outro lado, os símbolos, quando comunicados e compartilhados no universo das relações sociais, garantem um consenso acerca do sentido do mundo social.

Nesse sentido, a produção simbólica se torna um elemento central nas relações de poder, na medida em que qualquer projeto político se fundamenta e realiza a partir do consenso social, determinando a inextricabilidade entre o cultural e o político. A dinâmica do consenso social pode ser compreendido através do conceito de hegemonia, entendida como a direção intelectual e moral, através da qual grupos dominantes mantem a própria condição de poder (GRAMSCI, 1975).

O MBL reproduz um tipo de conhecimento que tem validade na medida em que é amplamente divulgado com o intuito de criar um consenso social entorno de determinados princípios e valores. Um dos leader do movimento, Kim Katagiri, declara numa reportagem do The Guardian que o MBL surgiu de uma “ansiedade para criar uma linguagem simples e espalhar e transformar o liberalismo econômico e político em uma força política relevante no Brasil” (PHILLIPS, 2017).

Diferentes grupos, ou classes, estão envolvidos em luta simbólica para impor uma visão do mundo conforme aos próprios interesses. Esta luta pode ser conduzida diretamente por esses grupos ou indiretamente por especialistas da produção simbólicas, os “produtores a tempo inteiro”. Nessa luta, “está em jogo o monopólio da violência simbólica legítima” (BOURDIEU, 2010, pag. 12). A definição da luta simbólica tem muito em comum com a “guerra de posição” gramsciana, assim como os produtores podem ser interpretados como tendo o mesmo papel dos intelectuais no pensamento de Antonio Gramsci (1975).

Os produtores produzem códigos simbólicos, que transmitem percepções do mundo através de esquemas de percepção. Essa transmissão supõe um trabalho de legitimação, que faz esquecer ou disfarçar toda a parte de arbítrio que está na sua base (BOURDIEU e WACQUANT, 1992). O poder, assim definido, é irreconhecível, na medida em que opera através de um processo de dissimulação e transfiguração, disfarçando a relação de força que está por trás desse processo (BOURDIEU, 2010). Da mesma forma o papel dos intelectuais gramscianos é elaborar e mediar as ideologias, cujo objetivo último pode ser a criação de uma nova cultura, que não se reduz apenas a formação de uma vontade coletiva, mas também a difusão de uma nova cosmovisão e concepção de mundo.

Embora o MBL se apresente como um movimento autônomo e desvinculado dos interesses de grupos ou classes sociais, acreditamos que atue mais como intelectual orgânico, ou seja, com uma função político-social na construção e afirmação de uma determinada hegemonia. Por isso, a presente pesquisa foca na investigação das fontes discursiva do MBL com o intuito de compreender o seu papel “orgânico” e a função das mídias sociais como espaço de atuação de aparelhos privados de hegemonia.

A função hegemônica de movimentos como o MBL assume ainda mais importância num tipo de democracia que se apresenta, segundo Sartori (1998), como um governo da opinião, e não como um governo pautado no conhecimento. Nesse sentido, trata-se de uma democracia que depende do consenso da opinião pública como condição de existência. Isso garante um funcionamento pautado na doxa, enquanto opinião subjetiva, e não na episteme, fundada no conhecimento e ciência dos fatos.

Isto se torna ainda mais importante pois, segundo Ortellado e Solano (2015), pelo menos metade dos participantes do protesto de 12 de abril declarou acreditar em teorias conspiratórias e se informar por meio de mídias sociais, sobretudo whatsapp e facebook. Além disso, segundo o Global Digital Report (2018), no Brasil 66% da população brasileira já era usuária ativa em redes sociais, totalizando 130,000,000 usuários de facebook. Além disso, é o terceiro país do mundo em termos de tempo diário passado navegando, chegando no segundo lugar quando se trata de mídias sociais.

Criam-se, assim, as condições para que possa operar um sistema perverso de grande impacto na opinião pública. Uma pesquisa do IBOPE Inteligência mostra que 56% dos eleitores brasileiros em 2018 reconhecem que as mídias sociais têm algum grau de influência na escolha de seu candidato presidencial nas eleições deste ano. Segundo um estudo de Ortellado e Solano (2015), pelo menos metade dos participantes do protesto de direita de 12 de abril de 2015 declarou acreditar em teorias conspiratórias e se informar por meio de mídias sociais, sobretudo whatsapp e facebook. Por isso, torna-se fundamental compreender a articulação dos movimentos de direita e suas fontes discursivas, assim que se possam desvendar as relações de poder que os sustentam.

3. ABORDAGEM METODOLÓGICA

Reconhecemos que a abordagem de rede, a partir de uma perspectiva relacional e processual, permite trazer à tona elementos e características de um fenômeno social.

Segundo Simmel (2006), essa perspectiva permite superar a falas dicotomia entre indivíduo e sociedade. A sociedade resultaria a partir de relações sociais que, ao contrário de uma noção estática, modelam e formam o indivíduo. Desta forma, é possível pensar as relações enquanto dinâmicas transformadoras do tecido social. Na presente pesquisa a reciprocidade é dada pela participação num projeto político comum, dado pela natureza da proposta defendida pelos atores que compõem essa articulação política. Trata-se de uma reciprocidade que se efetiva através da participação em eventos presenciais e no compartilhamento na rede facebook.

O termo sociação, ao contrário de sociedade, remete ao caráter processual do social, entendido como algo que se tece continuamente. Desta forma, a emergência de interações determina a existência da sociedade (SIMMEL, 2006). As mídias sociais podem ser pensada como um espaço onde emergem e se tornam visíveis relações sociais e políticas. Isto amplia a nossa capacidade de compreensão de determinados fenômenos, na medida em que oferece mais um espaço de investigação.

Adotar uma perspectiva relacional permite desvendar a rede de relações e os atores envolvidos entorno de um discurso e uma ação social comum. Para tanto, a análise de redes permite identificar e observar as relações que determinados atores estabelecem entre si (RECUERO, 2011). Isto possibilita a emergência e investigação dos fenômenos sociais.

Na presente pesquisa adotamos a rede como uma abordagem metodológica, que permite identificar um grupo de atores que, através de sua interrelação, produz uma orientação ideológica e define uma específica ação coletiva. As redes são também vistas como espaços de produção e veiculação de significados, que possibilitam o compartilhamento de valores, princípios e visões. Será explorada a formação de coalisões específicas entre atores e grupos, observando sua composição e as respectivas relações. Desta forma, será possível definir e caracterizar a configuração dessa articulação em rede.

Será aplicada a análise de redes sociais ao facebook. Para desenvolver uma pesquisa exploratória que permita identificar os principais atores envolvidos entorno de um discurso e projeto político comum, será adotada a técnica de mapeamento da rede de fanpages por meio da metodologia de bola de neve (RIEDER, 2013). Em específico, foram realizados os seguintes passos: identificação do Movimento Brasil Livre (MBL) como um dos principais movimentos articuladores de importantes mobilizações políticas; mapeamento dos convidados nos congressos nacionais e estaduais do MBL; identificação das páginas oficiais dos convidados no facebook e mineração dos dados relativos às páginas curtidas; agrupamento dos dados e criação de uma rede de páginas curtidas; análise das redes sociais pelo software Gephi.

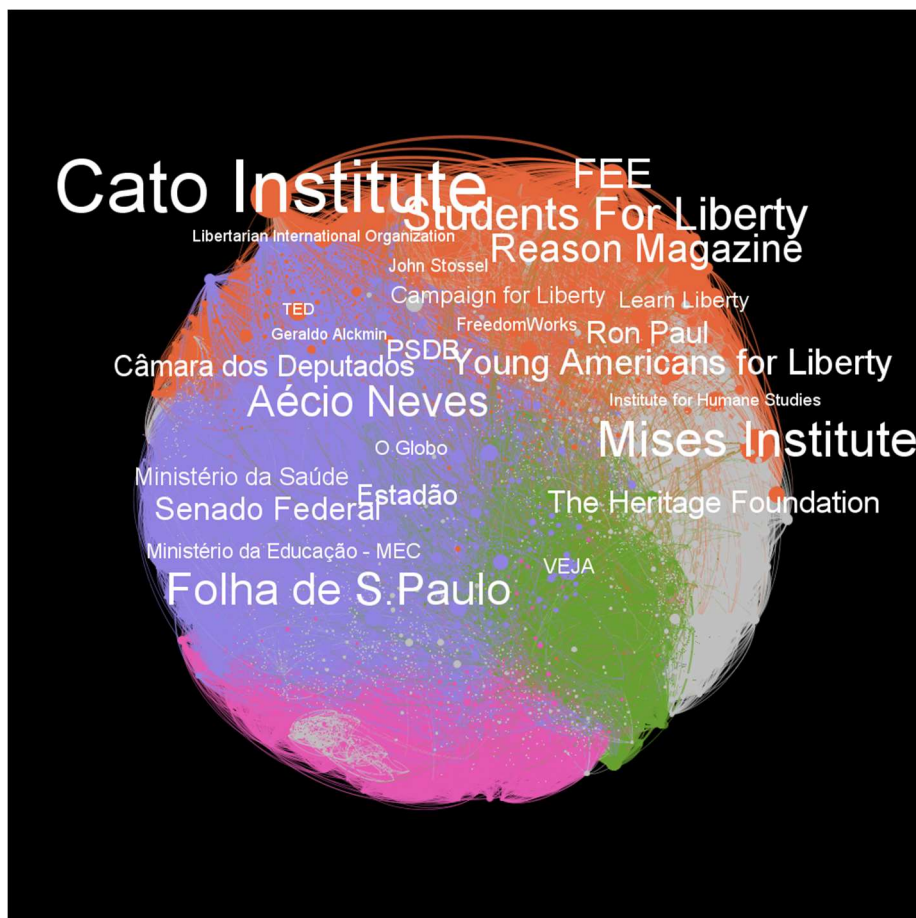
4. A REDE LIBERAL-CONSERVADORA

Essa escolha metodológica permite formar uma rede composta por páginas (nós), a partir de um laço (aresta) determinado pela curtida. A rede de curtidas direcionadas de páginas forma uma rede de afiliação, isto é de pertencimento. Representa um construto que ilumina um fenômeno de afinidade ideológica e de construção de uma identidade comum (TATEO, 2005). Podemos, assim, identificar elementos ideológicos comuns, objetivos e interesses compartilhados.

Como resultado, a imagem 1 apresenta uma rede composta por 14.078 páginas, totalizando 112.140 curtidas. Pela finalidade da pesquisa focamos em métricas que permitam identificar a fonte ideológica e discursiva da rede, tais como a modularidade e o grau de entrada. Na imagem 1, por um lado, a cor delimita a modularidade, isto é a partição em subgrupos ou comunidades, a partir da densidade de conexões e laços mais fortes. Isto permite identificar subgrupos que possuem elementos discursivos e ideológicos próximos, que os distinguem dos demais subgrupos.

Podemos distinguir e destacar 5 comunidades principais, com base na aproximação de conteúdo produzido e no grau de interação, que definimos como comunidade liberal-conservadora internacional, político-midiática estadunidense, político-midiática brasileira, evangélica e liberal. Por outro lado, o tamanho do nó e do rotulo é relativo à dimensão quantitativa, o grau de entrada, isto é as curtidas recebidas, que refletem o nível de popularidade e reputação de determinadas figuras públicas e instituições. Representaria, assim, um indicador do nível de influência de um determinado ator. Foram filtradas as páginas que tem um grau de entrada de 180 a 417, permitindo destacar 26 páginas.

Imagem 1 – A rede liberal conservadora



Fonte: elaboração da autora

Apesar dos nós-sementes serem em sua maioria páginas de atores e instituições brasileiras, aparecem duas influentes comunidades internacionais, territorialmente localizadas nos Estados Unidos, e que definimos como comunidades liberal e conservador-midiática estadunidense. É interessante ressaltar que das 26 páginas com maior grau de entrada, 15 pertencem à essas duas comunidades estadunidenses, indicando uma forte influência ideológica que é emanada a partir do contexto estadunidense.

A comunidade liberal-midiática estadunidense é composta por atores e instituições de diferente natureza, como por exemplo, empresas midiáticas, jornalistas, think tanks, grupos de advocacy e lobbying, assim como instituições educacionais e filantrópicas. O elemento comum é a defesa de projetos políticos de cunho liberal. A comunidade conservador – midiática estadunidense é composta por grupos, instituições e figuras públicas estadunidenses que defendem valores e princípios liberais, patrióticos e conservadores.

A página que possui o maior grau de entrada é do Cato Institute, sendo um think tank fundado pelos irmãos Koch, empresários bilionários da Koch Industries, e que é classificado entre os 15 institutos mais influente do mundo (McGANN, 2018). O financiamento privado por parte de grandes empresários, como os irmãos Koch, e a agressiva estratégia de influência fazem aparecer essas instituições mais como defensoras de causas e políticas “partidárias”. A nomeação de think tank aparece mais uma estratégia para dar uma roupagem técnica a projetos corporativos de empresas.

O Mises Institute e os Students for Liberty representam instituições parceiras do Atlas Network. Segundo dados disponibilizados no site do Atlas Network, esse atua em 94 países com 492 organizações que advogam para o livre mercado. Muitos dos membros do MBL, entre eles Fabio Ostermann, participaram de programas formativos da Atlas Leadership Academy, que tem como objetivo fazer assim que as pessoas formadas possam “aplicar o que aprenderam no lugar onde vivem e trabalham” (ATLAS NETWORK, 2015). Segundo Cindy Cerquitella, diretora do Atlas Leadership Academy, a formação é voltada para aprender a alcançar objetivos, assim como impactar o público. Isto é, trata-se de uma formação com um foco na estratégia comunicacional e na formação de think tanks leaders.

O Estudante pela Liberdade (EPL), ramificação brasileira do Students for Liberty, é diretamente ligado ao MBL pois seus membros fundadores, como Kim Kataguirí, eram membros do EPL. Numa entrevista, Alejandro Chafuen declarou que a Atlas tem um papel de “nutrição” em relação ao Estudantes pela Liberdade, que apoia através de investimentos financeiros e de formação, embora ressalte não apoiar partidos políticos (AMARAL, 2015). Apesar disso, Juliano Torres, o diretor executivo do EPL, declarou que o MBL surgiu da necessidade de participar de manifestações políticas sem comprometer as organizações americanas, como a Atlas, que são impedidas de apoiar ativistas políticos pela legislação da receita americana (AMARAL, 2015).

O foco da rede na formação e difusão é reforçada pelo alto grau de entrada de páginas de institutos e plataformas educacionais, como a Foundation for Economic Education (FEE) e a Learn Liberty, assim como jornalistas como John Stossel e revistas como a liberal Reason Magazine. A FEE é um dos think tanks liberais mais antigo dos EUA e, além de oferecer formação, possui uma casa editora e a revista The Freeman. Da mesma forma que a

plataforma online de conteúdo informativo-educacional, Learn Liberty, que foi criada pelo Institute for human Studies, recebe fundos do mundo empresarial, por exemplo do Charles Koch Institute.

A imagem revela que existe uma proximidade com a figura de Paul Ron, ligado ao Tea Party, a corrente radical de direita no partido republicano americano, que apresenta características do ponto de vista da organização, da estratégia e do posicionamento ideológico muito parecidas com o MBL.

Na comunidade conservador-midiática estadunidense se destaca a Heritage Foundation, que representa o oitavo think tank mais influente no mundo (McGANN, 2018). Trata-se de um think tank que aponta um elemento importante em sua missão, relativo à natureza conservadora em defesa dos princípios e valores tradicionais e patrióticos. Esse instituto entra dentro da comunidade conservador-midiática também porque pertence, segundo McGann (2005) à uma categoria de think tank que funciona como uma empresa de mídia, na medida em que foca na promoção e divulgação de ideias, através de meios de comunicação próprios, como o estúdio de radiodifusão “Freedom Center”, cujo objetivo é produzir políticas.

Essas duas comunidades estadunidenses revelam que think tanks, a mídia e figuras políticas americanas são extremamente populares e fonte discursiva relevante daquela que definimos de “nova” direita brasileira, embora apareça mais como defensora de velhas bandeiras, mas apenas através de uma estratégia e linguagem diferente, ligada sobretudo ao uso de mídias sociais. Ao mesmo tempo, mostram o caráter liberal, mas também conservador de sua natureza. Podemos perceber que essa rede desempenha um papel hegemônico muito importante, na medida em que seu think tanks se dedicam à exposição e presença na mídia, seguindo agressivas técnicas de marketing. Por isso, não surpreende que institutos, como o Cato e Heritage Foundation, investem mais em divulgação e relações com políticos do que em pesquisa.

É importante destacar também a comunidade liberal brasileira que, embora não possua nós com alto grau de entrada, constitui o grupo de atores e instituições enraizadas no Brasil e com uma interligação direta com o MBL. Por isso, é importante destacar as páginas que aparecem com uma maior grau de popularidade dentro da rede. Nesse sentido, a partir da representação gráfica no Gephi, podemos observar que emergem políticos de extrema direita, como Jair Bolsonaro, Eduardo Bolsonaro, Ronaldo Caiado e Onys Lorenzoni. À esfera política, somam-se representantes da esfera intelectual, como Danilo Gentili e Olavo de Carvalho. O caráter conservador da rede é reforçado pela popularidade das páginas do exército brasileiro, da direita conservadora e da campanha do armamento, mostrando características importante de sua conotação ideológica. Ao mesmo tempo, o caráter liberal é confirmado pela ligação com as páginas do Instituto Mises Brasil e Students for Liberty.

A forte caracterização conservadora é confirmada pela emergência na imagem 1 da comunidade religiosa evangélica. Trata-se de um conjunto de páginas ligadas à grupos, figuras e movimentos da comunidade evangélica. Isto mostra que os valores religiosos e o conservadorismo moral constituem uma característica importante dessa rede.

A comunidade político-midiática brasileira possui páginas com alto grau de entrada. Em geral, podemos observar que a presença simultânea numa mesma comunidade de páginas midiáticas e de políticos revela uma forte ligação entre as duas esferas, seja no Brasil, mas também nos Estados Unidos, como apresentado anteriormente. Essa relação inextricável é comprovada pela proximidade da esfera midiática, representada por grandes empresas como a Folha de S. Paulo, Estadão, Veja e o Globo, com a esfera política, representada pelas páginas do Senado Federal e da Câmara dos Deputados. É importante destacar a popularidade de figuras políticas, como Aécio Neves e Geraldo Alckmin, na medida em que movimentos como o MBL começaram sua militância tendo uma forte ligação com o partido do PSDB. Apesar disso, a relação política com esse partido veio se enfraquecendo ao longo de 2018, ano em que começou um processo de aproximação ao candidato Jair Bolsonaro. Outro elemento relevante é a popularidade das páginas do Ministério da Saúde e da Educação, pois revela a centralidade de interesses políticos ligados à saúde e à educação.

A emergência dessa comunidades revela elementos e características das fontes ideológicas que produzem os discursos e as ações dessa rede liberal-conservadora. Define e traça os elementos constitutivos de sistemas simbólicos de conhecimento e de comunicação, que garantem a produção e a divulgação de determinadas produções discursivas, que, ao contrário do que muitos pensam, tem origem em velhas bandeiras e projetos políticos específicos. Assim, podemos compreender como esse espaço online se torna um campo de luta ideológico, a partir de relações de poder existentes no território.

CONCLUSÃO

Tentando responder à pergunta de partida, os movimentos que articularam as manifestações de 2015 parecem um braço articulador de um velho projeto político liberal-conservador. Isto é, mais do que um projeto de natureza imanente, insere-se na ordem mundial daquela que Hardt e Negri (2005) definem de Império, isto é, a ordem administrada por Estados-nação, corporações transnacionais e por instituições supranacionais, cuja face é a globalização. Existe, portanto, uma reorganização das relações de poder, não de forma imanente, mas a partir de interesses globais, sobretudo ligados à rede liberal e conservadora estadunidense. A partir dessa relações, realiza-se um processo de territorialização do espaço nas mídias sociais.

Referências

ABELSON, D.E. *Do Think Tanks Matter? Assessing the Impact of Public Policy Institutes*. Montreal: McGill-Queen's University Press, 2002.

AMARAL, M. *A nova roupa da direita*. Agência Pública, 23 de junho de 2015. Disponível em: <https://apublica.org/2015/06/a-nova-roupa-da-direita/> [03/05/2018]

AMADEU, Sergio. Governo de algoritmos. *Revista de Políticas Públicas*, v. 21, n.1, 2017.

ARNAUDO, Dan. Computacional Propaganda in Brasil: social boots during the elections. *Working paper Oxford* n. 2017.8, 2017.

- ASP, Kent. *Mäktiga massmedier: Studier i politisk opinionsbildning* [Powerful mass media: studies in political opinion-formation]. Stockholm: Akademilitteratur. 1986.
- BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- BOURDIEU, P. & WACQUANT, L. *Réponses Pour une anthropologie réflexive*. Libre Examen — Politique Éds. duSeuil, 1992.
- DEMIER, Felipe. A revolta a favour da ordem: a ofensiva da oposição de direita. In: Demier, Felipe; Hoeveler, Rejane (org.). *A onda conservadora: ensaios sobre os atuais tempos sombrios no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 2016, pag. 51-57.
- ELIAS, N. *A sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.
- GRAMSCI, A. *Quaderni del carcere*, Turim, Einaudi, 1975.
- GRAMSCI, A., 1979. *Intelectuais e a Organização da Cultura*. São Paulo: Civilização Brasileira.
- HAESBAERT, R. *Des-territorialização e identidade: a rede gaúcha no Nordeste*. Niterói: Eduff, 1997.
- HAESBAERT, Rogério. Concepções de território para entender desterritorialização. In SANTOS, Milton; BECKER, Bertha. *Território, territórios: ensaios sobre o ordenamento territorial*. 3. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.
- HJARVARD, Stig. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *Matrizes*, vol. 5, núm. 2, enero-junio, 2012.
- LEFEBVRE, Henri. *The production of space*. Oxford: Blackwell, 1992.
- MARGETTS, H. Political behaviour and the acoustics of social media. *Nature Human Behaviour* 1, 0086, 2017.
- MAZZOLENI, Gianpietro; SCHULZ, Winfried. “Mediatization” of Politics: A challenge for Democracy? *Political Communication*, v. 16, n. 3, p.247-261, 1999.
- MCGANN, J. *Ideas and Influence: Think Tanks, Politics and Public Policy*. Edward Elgar Publishing, 2003.
- MCGANN, J. *Think Tanks and Policy Advice in The US*. Foreign Policy Research Institute, 2005.
- MCGANN, J. *The Fifth Estate: Think Tanks, Public Policy, and Governance*. Brookings Institution Press, 2016.
- MELO, D. A direita ganha as ruas: elementos para um estudo das raízes ideológicas da direita brasileira. In: Demier, Felipe; Hoeveler, Rejane (org.). *A onda conservadora: ensaios sobre os atuais tempos sombrios no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 2016, pag. 67-77.
- ORTELLADO, P.; SOLANO, E. Pesquisa com os participantes da manifestação do dia 12 de abril de 2015. Disponível em <http://www.lage.ib.usp.br/manif/>, acessado em 20.07.18.
- ORTELLADO, P.; SOLANO, E. *Nova direita nas ruas? Uma análise do descompasso entre manifestantes e os convocantes dos protestos antigo*. Nº 11, Ano 7, 2016. Disponível em:

<https://fpabramo.org.br/csbn/wp-content/uploads/sites/3/2017/04/T07Perseu11.-ORTELLADOPabloSOLANO.pdf> [Acesso em 15/07/2018]

PHILLIPS, D. Brazil's right on the rise as anger grows over scandal and corruption. *The Guardian*, 26 de Julho de 2017. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2017/jul/26/brazil-rightwing-dilma-rousseff-lula>

RAFFESTIN, C. *Por uma Geografia do Poder*. São Paulo: Ática, 1993.

RECUERO, R. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

RIEDER, Bernhard. *Studying Facebook via data extraction: the Netvizz application*. Anais do "5th Annual ACM Web Science Conference", 2013. Disponível em: <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2464475> [Acesso em 10/07/2018]

RIVADULLA, M.J.A.; MARKOFF, J., MONTECINOS, V. The trans-american market advocacy think tank movement. Uña, G. e GARCÉ, A. (org.), *Think tanks and public policies in Latin*. Buenos Aires: Fundación CIPPEC; Fundación Siena, 2010, pg. 172 – 199.

SARTORI, Giovanni. *Homo videns - la sociedad teledirigida*. Buenos Aires: Taurus Ed., 1998.

SAQUET, M. *Abordagens e concepções de território*. 3º ed. São Paulo: Expressão popular. 2013.

SIMMEL, G. *Questões fundamentais da sociologia: indivíduo e sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

TATEO, Luca. The Italian Extreme Right On-line Network: An Exploratory Study Using an Integrated Social Network Analysis and Content Analysis Approach. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v.10, n. 2, 2005. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2005.tb00247.x> [Acesso em 10/08/2018]

WE ARE SOCIAL. *Global Digital Report, 2018*. Relatório We Are Social, 2018. Disponível em: <https://digitalreport.wearesocial.com/> [Acesso em 10/08/2018]