

PÓS-GRADUAÇÃO EM INFLUÊNCIA DIGITAL: CONTEÚDO E ESTRATÉGIA

ALUNO: Matheus Pannebecker

ORIENTADOR: Dr. Diego Wander da Silva

SUMÁRIO

1. Título	02
2. Resumo	03
3. Palavras-chave	04
4. Corpo do trabalho	05
4.1 Introdução	06
4.2 Desenvolvimento	07
4.3 Descrição do case /estudo de estudo	08
4.4 Procedimentos metodológicos	09
4.5 Análise	10
4.6 Considerações Finais	11
5. Referências	12

1. TÍTULO DO ARTIGO

Racismo, cinema e sangue europeu: os desdobramentos da crise online gerada pela *live* da APTC-RS sobre o filme “Inverno”.

2. RESUMO

O presente artigo tem como objeto de estudo os desdobramentos da crise gerada a partir da *live* realizada pela Associação Profissional de Técnicos Cinematográficos do Rio Grande do Sul (APTC-RS), em julho de 2020, sobre o filme “Inverno”, com foco na resposta da realizadora cinematográfica Luciana Tomasi para as críticas feitas ao seu comentário de cunho racista durante o debate. Os objetivos do trabalho são avaliar se houve efetividade do pronunciamento de Tomasi como resposta às críticas feitas a respeito de sua fala, bem como analisar como os públicos reagiram à tentativa de esclarecimento, especificamente nas ambientes digitais. Para essa análise, realizamos uma pesquisa exploratória, mediante técnicas de pesquisa bibliográfica e documental, como livros, artigos científicos, vídeos e publicações no Facebook. Concluímos que os encaminhamentos não foram resolutivos e que, em vários pontos, há distanciamento entre as iniciativas de Tomasi e o que é sugerido para uma gestão de crise efetiva nas ambientes digitais.

3. PALAVRAS-CHAVE

Influência Digital; Gestão de crise; Racismo; Cinema; Luciana Tomasi.

4. CORPO DO TRABALHO

4.1 INTRODUÇÃO

Em entrevista¹ concedida à revista estadunidense Vanity Fair, em julho de 2020, a atriz Viola Davis afirmou, em livre tradução:

Poucas narrativas investem na nossa humanidade. Elas investem na ideia do que significa ser negro, e são endereçadas às plateias brancas. No máximo, essas plateias podem sentar e receber uma lição acadêmica sobre quem nós somos. Depois, saem do cinema e conversam sobre o que aquilo significou, mas não são movidas por aquilo que nós somos.

Já considerada pela revista TIME² (2017) uma das pessoas mais influentes do mundo, Viola, uma atriz negra e mundialmente premiada, deflagra, por meio desse depoimento, um problema recorrente em Hollywood: o das narrativas negras serem escritas por pessoas brancas para pessoas brancas. Isso é um problema porque tais narrativas não refletem com propriedade ou lugar de fala a identidade de uma população negra que, por questões históricas e sociais, ainda precisa lutar para poder contar a própria história do seu povo com a devida legitimidade.

Seja na arte ou na vida, a perpetuação de ideias brancas sobre o que é ser negro contribui para o comportamento inegavelmente racista de um mundo que, em pleno ano de 2020, ainda precisa criar movimentos como o *Black Lives Matter*³ para reivindicar o respeito à vida da população negra. Mais do que isso, é nos detalhes do dia a dia que a agressão do racismo se apresenta, inclusive na forma como as pessoas resistem em admitir seus próprios preconceitos, muitas vezes desencadeando crises

¹ Disponível em: <<https://www.vanityfair.com/hollywood/2020/07/cover-story-viola-davis>>. Acesso em 08 ago. 2020.

² Disponível em: <<https://time.com/collection/2017-time-100/4736294/viola-davis/>> Acesso em 08 ago. 2020

³ Originalmente uma fundação global que “tem como missão erradicar a supremacia branca e construir poder local para intervir na violência infligida às comunidades negras pelo Estado e pela polícia” (ARRUDA, 2020), mas que ganhou visibilidade muito mais ampla ao se tornar, nas ambiências digitais, uma hashtag mundial entre os usuários de mídias sociais para protestar contra o assassinato da população negra pelas mãos do Estado e da polícia, como em maio de 2020, quando o norte-americano George Floyd foi morto por asfixia pelo então policial Derek Chauvin, gerando protestos online e também presenciais em diversos pontos dos Estados Unidos.

pessoais e profissionais de conhecimento público.

Por isso mesmo, partindo de uma crise gerada por um comentário de cunho racista proferido pela realizadora cinematográfica Luciana Tomasi, analisamos como ela reagiu à crise gerada no Facebook após a sua fala e os desdobramentos subsequentes. O debate, no qual ocorreu o depoimento, foi transmitido ao vivo pela entidade cinematográfica APTC-RS na mídia social Facebook, em julho de 2020. Dito isto, são nossos objetivos: avaliar se houve efetividade no pronunciamento de Tomasi como resposta às críticas feitas a respeito de seu comentário, bem como analisar como os públicos reagiram à tentativa de esclarecimento, especificamente nas ambientes digitais.

É importante constatar que tal análise se faz oportuna porque, na medida em que a internet deu vez e voz a qualquer pessoa conectada a ela, amplia-se exponencialmente a possibilidade de geração de uma crise. Quando muitos podem falar o que bem entendem para o mundo, é preciso entender a internet como uma imensa vitrine, onde tudo que está ali pode ganhar dimensões inimagináveis (FORNI, 2019). Tornar-se público virtualmente é estar sujeito a críticas e, principalmente, ao fato de que nem toda conversa ou comentário, seja ela problemático ou não, fica restrito a um pequeno círculo de amigos próximos como em uma mesa de bar. Mais do que pessoas com uma reputação, todos nós viramos, com o advento das mídias sociais, marcas que precisam ser geridas diante constante vigilância (*ibidem*).

É nesse cenário efervescente que se encontra Luciana Tomasi e o seu comentário de que, tendo sobrenome europeu e sangue francês, não poderia realizar um “filme de senzala”, referindo-se a uma superioridade de raça e a histórias de pessoas negras como, necessariamente, estereótipos das mazelas do sistema escravagista. A crise gerada por essa fala é um exemplo de como a internet desnuda comportamentos, valores e ideais, mas, principalmente, como ela é capaz de acelerar vertiginosamente o processo de desestruturação de uma imagem. Daí a importância de saber lidar com uma crise, ainda que atrás de uma tela.

5. DESENVOLVIMENTO

5.1 AFINAL, O QUE É UMA CRISE?

Para que tenhamos compreensão dos elementos abordados na análise do nosso objeto de estudo, é preciso partir de algumas definições, começando pelo conceito de crise em si. Etimologicamente, o dicionário Michaelis⁴ (2020) indica que, entre outras definições, crise pode significar:

"Momento em que se deve decidir se um assunto ou o seguimento de uma ação deve ser levado adiante, alterado ou interrompido; momento crítico ou decisivo; estado em que a dúvida, a incerteza e o declínio se sobrepõem, temporariamente ou não, ao que estava estabelecido como ordem econômica, ideológica, política etc; conjuntura desfavorável; situação anormal e grave; conflito, tensão, transtorno."

Percebe-se, somente a partir dessa referência, que crise tem conceitos muito amplos e que podem variar em diferentes campos como o político e o social. Para o presente estudo, nosso foco está na comunicação. Segundo Wright (1968), ela pode ser definida como um processo fundamental de transmissão de ideias entre seres humanos, onde podemos identificar intenções, conhecimentos, sentimentos ou experiências, por exemplo.

Sob a perspectiva de Martino (2020), "a comunicação expressa diferentes relações: o poder (ação intencional sobre outrem), a interação (processo de construção social), o processo de representação simbólica de um suposto referente extralingüístico (mundo)" (MARTINO, 2020). É um fenômeno que, conforme o autor, pode variar a partir de inúmeros aspectos, entre eles o tipo de escrita, o alcance, a função social, a natureza da mensagem e a forma de distribuição. Também é um processo que parte de parâmetros identificáveis em comunicações orais e escritas, animais ou humanas, pelos sinais e pela fala. Parâmetros que, por exemplo, "expõem os elementos escolhidos para descrever um processo ou situar um problema".

Tomando como princípio que crise, em um nível mais geral, sinaliza algum risco ou um

Pós-graduação em Influência Digital: Conteúdo e Estratégia

ponto de desequilíbrio, imediatamente podemos pensar que, no que se refere à comunicação, uma “[...] crise de imagem constitui um conjunto de eventos que pode atingir o patrimônio mais importante de qualquer entidade ou personalidade que mantenha laços estreitos com o público: a credibilidade, a confiabilidade, a reputação” (ROSA, 2001, p.23).

É também Rosa (2003) que aponta o Brasil como um país com características próprias em relação a crises de imagens. Para além da ideia envolvendo a perda de credibilidade ou reputação, é perceptível

[...] a existência de uma crise de imagem genuinamente brasileira, com características, temática e enfoque particulares, tanto no campo da política quanto nos dos negócios privados. A forma como o escândalo evolui em suas diversas etapas, o viés a partir do qual a mídia o acompanha e o expõe e o modo como a opinião pública reage a esses episódios constituem fatores singulares no Brasil (ROSA, 2003, p.464).

Podendo atingir desde uma pessoa comum nas mídias sociais até uma grande empresa com faturamento milionário, as crises, por abalarem importantes ativos como a integridade e a confiança, demandam um complexo trabalho de prevenção e de reação a um determinado acontecimento extraordinário (FORNI, 2019). Muitas vezes esses fenômenos não haviam sido previstos ou imaginados.

Como medidas importantes de administração de uma crise, Forni (2002) aponta a identificação dos públicos que teriam sido afetados, a comunicação somente daquilo que é absoluta certeza, a importância de se manter comunicativo e acessível durante uma crise, o monitoramento de tudo que está acontecendo em relação ao ocorrido e a necessidade se sempre falar a verdade, sem situações hipotéticas.

Voltando a Rosa (2001), outras ações se revelam indispensáveis para minimizar os danos gerados por uma crise, como adotar medidas e posicionamentos imediatos, admitir voluntariamente os erros cometidos e explicar o porquê desses erros terem acontecido, transmitir uma preocupação genuína com os efeitos dos atos e com a busca de uma solução, ouvir conselhos do público afetado e encontrar ações para aliviar ou remediar todo o contexto perante a opinião pública. Tais pontos vão ao encontro do que é expresso mais recentemente por Forni (2019).

Em tese, a gestão de crises pode ser genericamente entendida como um trabalho que pode ser realizada através de breves e assertivas orientações, mas a verdade é que

tudo é muito mais amplo e complexo do que isso. Antes de agir, Rosa (2001) considera que, apesar das fórmulas habitualmente elencadas para a gestão de uma crise, esse é um momento para se exercitar a forma de pensar.

Nessa mesma linha, o fator humano é destacado por Pajaro (2017)⁵ como um elemento crucial, uma vez que é possível constatar, a partir de diversas crises de domínio e interesse público, o quanto as pessoas querem ser ouvidas e atendidas, principalmente aquelas que foram diretamente afetadas pelo acontecimento em questão. Colocar-se no lugar de quem sofre com a crise, sem menosprezar opiniões, é um importante subsídio para planejar as medidas que serão tomadas (FORNI, 2019) e as narrativas que serão levadas a público.

5.1.2 COMUNICAÇÃO, INTERAÇÃO E CRISE NAS AMBIÊNCIAS DIGITAIS

Com o advento da internet e especificamente das mídias sociais, as crises passaram a ser possíveis também no plano virtual, mas com uma velocidade assustadoramente mais rápida. Isso se dá porque, conforme aponta Castells (2006), a internet deu voz aos públicos, gerando interações e circunstâncias inéditas:

Ela capta em seu domínio a maioria das expressões culturais em toda a sua diversidade. Seu advento é equivalente ao fim da separação e até da distinção entre mídia audiovisual e mídia impressa, cultural popular e cultura erudita, entretenimento e informação, educação e persuasão. Todas as expressões culturais, da pior à melhor, da mais elitista à mais popular, vêm juntas nesse universo digital (CASTELLS, 2006, p. 458).

Ambiente de rápida mutação e adaptabilidade, a internet criou novos modelos de comunicação a partir de outra revolução: a das mídias sociais, hoje disponíveis com diferentes opções para todos os perfis e necessidades, sejam elas pessoais ou profissionais. Em suma, Recuero (2009) define que esses espaços são compostos por dois elementos: os atores e suas conexões. Como atores, a autora considera os próprios usuários, sejam eles perfis pessoais, grupos ou até mesmo instituições. Já as conexões são as próprias interações que se estabelecem através de laços virtuais cuja comunicação é mediada pela internet.

Justamente por promover tantos laços virtuais, Florczak (2019)⁶ fala sobre o que ela

⁵ Disponível em: https://exame.com/negocios/economidia_old/cinco-passos-para-lidar-com-uma-crise-de-imagem-na-empresa/. Acesso em 09 ago. 2020

⁶ Disponível em: <https://roflorczak.com/2019/09/12/comunicacao-corporativa-estrategica-e-digital-para-alem-das->

Pós-graduação em Influência Digital: Conteúdo e Estratégia

chama de gestão do diálogo em tempos digitais. Para a autora, é fundamental que a comunicação se apresente com um tom conversacional, de forma coerente e constante. Mais do que isso, ela alerta para um trabalho muito mais complexo que se apresenta nessas ambiências:

Admitir que marcas e empresas se relacionam, o tempo todo, com infinitas diversidades, com sujeitos empoderados e com o poder da mídia na ponta dos dedos exige estratégias sofisticadas que não podem menosprezar a capacidade cognitiva e a dimensão emocional dessas pessoas.

Um exemplo das possibilidades de dimensão que esse trabalho pode tomar em termos quantitativos de usuários é o próprio Facebook. Lançado em 28 de outubro de 2003, essa mídia social ainda tem, depois de quase 17 anos, um alcance global muito incidente. De acordo com levantamento publicado pelo site Resultados Digitais (2020)⁷, o Facebook é a segunda mídia social mais utilizada pelos brasileiros, perdendo apenas para o YouTube, e a primeira com o maior número de usuários no mundo inteiro, ultrapassando a marca de dois bilhões de usuários ativos.

Recuero (2009) explica que a dinâmica do Facebook se dá a partir de perfis e comunidades, tendo comunicação instantânea, utilização de aplicativos e um elemento pertinente para a discussão desse estudo: a possibilidade de todo e qualquer usuário criar uma página oficial para representar seu negócio, sua marca ou apenas a sua segura figura pública. Como protagonista não do Facebook, mas das mídias sociais como um todo, Goosen (2009) aponta a “geração Y”, representada por pessoas nascidas após 1980 e que possuem ampla capacidade de interconexão e expressão, definições importantes para dimensionarmos a importância da imagem de pessoas e marcas nesse ambiente.

Frente a isso, era questão de tempo para que as mídias sociais se tornassem o mais novo palco de inúmeras situações de crise. Somente o fato destes ambientes funcionarem 24 horas por dia, ao contrário da época em que a repercussão se dava através de jornais impressos uma vez ao dia ou de grandes matérias veiculadas em telejornais noturnos, já sinaliza para a necessidade de um monitoramento mais frequente e rigoroso, solidificando a medida apontada por Rosa (2001) de tomar ações imediatas em circunstâncias de crise.

[campanhas-a-gestao-de-dialogos/](#). Acesso em 19 ago. 2020.

⁷ Disponível em: <https://roflorczak.com/2019/09/12/comunicacao-corporativa-estrategica-e-digital-para-alem-das-campanhas-a-gestao-de-dialogos/>. Acesso em 19 ago. 2020.

Ou seja, com a atualização dos processos de comunicação trazida pelos tempos digitais, é importante entender que houve “[...] uma profunda ruptura no lugar protegido de simples emissor de informações que as empresas e marcas tentam preservar. Esse lugar confortável não existe mais” (FLORCZAK, 2019). Com a possibilidade de estreitar laços de forma tão rápida e a um clique de distância, os usuários querem interagir com as pessoas e marcas que eles gostariam que lhe dessem ouvidos. Para Florczak (2019)⁸, não é apenas sobre criar e manter uma imagem, mas sim defendê-la mesmo nos momentos difíceis, respondendo e dialogando com quem publica questionamentos e críticas.

Nesse sentido, é importante lembrar que

A comunicação estabelecida nas redes sociais, no que diz respeito à estratégia adotada no mundo on-line – as mensagens postadas, interação realizada, o mapeamento do público e o estreitamento da relação - também é identidade, que, quando benfeita, gera uma boa imagem para a organização. Podemos chamar de identidade corporativa digital, ou on-line, para nos referir à comunicação e à mensagem feitas no mundo on-line (TEIXEIRA, 2013, p. 51).

Quando um usuário pode escrever o que bem entende e publicar sua crítica no perfil de uma marca que lhe trouxe alguma insatisfação, novos cuidados passam a fazer parte do processo de gestão de crise. Porém, alguns que já eram aplicados antes dos escândalos chegarem às mídias sociais ainda seguem valendo, como a clara definição do público potencialmente atingido pela crise, o reconhecimento público do problema (FORNI, 2002) e a opção por dar um tratamento humano e transparente para a situação (PAJARO, 2017).

Entretanto, as mídias sociais apresentam, segundo Segura (2013)⁹, características próprias na hora de administrar um problema público de imagem e reputação. Uma delas, claro, é a alta velocidade: “Velocidade é muito importante. Muitas vezes é mais importante ter uma ‘boa resposta rápida’ do que uma ‘excelente resposta lenta’ (...) é fundamental manter a conversa. Se você não responder rapidamente, alguém vai responder por você” (SEGURA, 2013).

⁸ Disponível em: <https://roflorczak.com/2019/09/12/comunicacao-corporativa-estrategica-e-digital-para-alem-das-campanhas-a-gestao-de-dialogos/>. Acesso em 19 ago. 2020.

⁹ Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/ponto_de_vista/2013/06/07/Como-gerenciar--uma-crise-nas-midias-sociais.html> Acesso em 8 ago.2020

Pós-graduação em Influência Digital: Conteúdo e Estratégia

Na linha de criar fronteiras para a reação dos usuários, o autor também aponta a necessidade de que se crie um local onde as pessoas possam reclamar. Uma alternativa é a própria postagem com o pronunciamento da respectiva pessoa ou marca. Se não houver um espaço onde os usuários possam depositar suas críticas, certamente eles criarião um por conta própria. Outras medidas assertivas citadas por ele são o cancelamento de campanhas de marketing para não pulverizar a repercussão e a avaliação de, eventualmente, considerar levar contatos pontuais do plano online para uma conversa privada (e-mail, telefone, chat) se a situação fugir do controle ou da razão (*ibidem*).

Estabelecido o entendimento de urgência para reações imediatas, Galvão (2019)¹⁰ aponta para a importância da estratégia de conteúdo que será trabalhada na mensagem a ser publicada, uma vez que uma declaração mal compreendida nesse ambiente online pode rapidamente intensificar os danos de uma crise. Para ele, é importante não se justificar demasiadamente, muito menos parecer que, de alguma forma, o gestor da crise está tentando “comprar” o público prejudicado. Novamente, é reafirmado o bom efeito de uma mensagem que, antes de qualquer coisa, reconhece a existência de um problema.

Também a partir de Machado (2020 apud PÉREZ, 2001), é possível sintetizar que “a estratégia de presença digital está ligada à cooperação, à associação, ao diálogo e à capacidade de atuar em conjunto (apud PÉREZ, 2001), constituindo-se num complexo de ações que têm a finalidade de estabelecer relações e maximizar as oportunidades”. É um conceito que, assim como os demais apresentados aqui, nos aproximam da ideia do que configura uma crise gestada com êxito, considerando todas as novas particularidades trazidas pela ambiência digital e também os elementos de uma crise no seu sentido clássico.

5.2 RACISMO BRASILEIRO COM SANGUE EUROPEU

Já nos aproximando do objeto de estudo, ainda há de se contextualizar o tema racismo, que permeia a crise analisada. “Teoria ou crença que estabelece uma hierarquia entre as raças (etnias)” ou “Doutrina que fundamenta o direito de uma raça, vista como pura e superior, de dominar outras”, entre outras definições do dicionário Michaelis¹¹ (2020),

¹⁰ Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/crise-em-rede-social/>>. Acesso em 9 ago. 2020

¹¹ Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/racismo/>> Acesso em 9 ago. 2020

o racismo aqui é interpretado como o preconceito específico contra pessoas negras.

Para Brum (2019), o racismo ganha contornos inegavelmente estruturais no Brasil em particular a partir de uma série de negligências históricas e sociais que impediram a inserção da população negra na sociedade após o fim do sistema escravagista:

O Brasil nunca teve políticas de inclusão da população negra desde a abolição formal da escravatura, em 1888. Os descendentes dos quase cinco milhões de africanos escravizados que chegaram à costa brasileira, alimentando com corpos humanos um comércio que durou mais de três séculos, são ainda hoje os que vivem pior e morrem mais cedo. O Brasil foi o último país das Américas a abolir a escravidão negra. Este fato não é um acaso. E deixou marcas profundas. O racismo estrutura a sociedade brasileira. O enfrentamento dessa realidade foi encoberto por décadas pelo mito da 'democracia racial', aquele que diz que no Brasil não há conflitos entre brancos e negros. Desde, é claro, que os negros aceitem seu lugar subalterno na sociedade brasileira e aceitem liderar as piores estatísticas de vida e morte (BRUM, 2019, p.36).

A partir dessa perspectiva, Ribeiro (2019, p. 12) entende que “O racismo é, portanto, um sistema de opressão que nega direitos” e que, mesmo ela, uma filósofa negra e filha de pai militante, recebeu, ao longo da infância, informações equivocadas sobre a negritude, contada sob o ponto de vista dos brancos vencedores, que, segundo ela, resumem a história dos negros à escravidão, como se eles não tivessem uma vida pregressa, e ao momento redentor, em que Princesa Isabel assina a abolição da escravidão. “O que não me contaram é que o Quilombo dos Palmares, na serra da Barriga, em Alagoas, perdurou por mais de um século, e que se organizaram vários levantes como forma de resistência à escravidão, como a Revolta dos Malês e a Revolta da Chibata” (RIBEIRO, 2019, p. 7-8).

O sentimento de superioridade da raça branca em relação aos negros se dá, ainda segundo Ribeiro (2019), em função da população negra ter sido historicamente tratada como mercadoria, sem acesso a direitos básicos e distribuição de riquezas. Mesmo quando a Constituição do Império de 1824 determinava que a educação era um direito de todos os cidadãos, por exemplo, a escola era vetada para pessoas negras escravizadas. “Esses e outros dispositivos legais, estabelecidos durante e após a escravidão, contribuem para a manutenção da mentalidade ‘casa-grande e senzala’ no país em que, nas senzalas e nos quartos de empregada, a cor foi e é negra” (RIBEIRO, 2017, p. 10-11).

Conforme aponta Karnal (2017), o racismo brasileiro está intimamente ligado às

Pós-graduação em Influência Digital: Conteúdo e Estratégia

heranças culturais trazidas pela nossa colonização europeia por parte dos portugueses, o que se traduz em uma população que sempre procura explicações para seus comportamentos com foco nas heranças de Portugal, como se, de alguma forma, fôssemos desde sempre e para sempre portugueses. Essa mentalidade eurocêntrica e negacionista do protagonismo negro no nosso identitário se revela nos detalhes e também se traduz culturalmente, o que logo se configura como uma violência:

O Brasil ser o país de cabelo liso como padrão de beleza diz muito sobre nós, como diz muito o fato de escolher como símbolo da beleza nacional, na Olímpiada do Rio, uma mulher como Gisele Bündchen. É nossa *übermodel*, linda e extremamente profissional e competente no que faz. Mas quando decidimos pegar uma exceção – uma mulher bonita de origem alemã – para simbolizar a beleza nacional é porque a nossa identidade ainda é estrangeira, baseada num determinado modelo do norte da Europa. Isso está mudando, mas é uma mudança muito lenta. A violência racial existe, é diária, ocorre em revistas de ônibus, em ação de seguranças nos shopping centers e na forma como enxergamos nossos maiores símbolos de beleza. (...) Essa violência também surge de forma muito clara e forte na linguagem. (KARNAL, 2017, p. 39)

Enquanto o autor também observa a existência de uma violência estrutural em um país que gosta de estabelecer guetos sociais e econômicos de forma declarada, logo constatamos que um novo momento conquistado pelos movimentos negros começa a desestruturar “aquele conforto que a sociedade sempre teve e que a leva a desfilar no Carnaval cantando 'O teu cabelo não nega, mulata, porque és mulata na cor' (...) Esse sempre foi o nosso Carnaval. A nossa 'carnavalização', inclusive do preconceito, talvez atrapalhe a possibilidade de refletir sobre o tema em si” (KARNAL, 2017, p. 34)

A arrancada desse momento que passa a questionar tudo o que está aí pré-estabelecido em relação à negritude nasce, para Brum (2019), no início da segunda década do século XXI, durante os anos do governo de Dilma Rousseff, a primeira presidente mulher da história do Brasil. Foi nesse período de amplas transformações sociais promovidas pelo governo em busca de mais oportunidades para os negros e para as classes menos favorecidas “[...] que se tornou explícito que os negros, e principalmente as mulheres negras, grandes protagonistas deste momento, não ficariam mais no 'seu lugar', o que significa que aceitariam ainda menos passivamente continuar na senzala moderna” (BRUM, 2019, p. 34).

E é com raízes nessa cultura racista e eurocêntrica, mas também nos movimentos determinados a derrubar as paredes da senzala moderna, que se deu a crise envolvendo o nosso objeto de estudo nas mídias sociais.

6. DESCRIÇÃO DO CASE/OBJETO DE ESTUDO

Fundada em 1985¹², a Associação Profissional de Técnicos Cinematográficos do Rio Grande do Sul (APTC-RS) nasceu com a missão de se tornar a entidade responsável por dar voz aos cineastas gaúchos junto aos governos municipal, estadual e federal, ao poder legislativo e às associações empresariais. Também nasceu com a missão de auxiliar o Sindicato dos Artistas e Técnicos em Espetáculos e Diversões do Rio Grande do Sul (SATED) e o Ministério do Trabalho na concessão de Registro Profissional de artistas e técnicos na área de cinema.

No intuito de seguir com a valorização do cinema gaúcho e de promover discussões sobre o legado de obras específicas do Rio Grande do Sul durante o isolamento social trazido pandemia do Coronavírus em 2020, a APTC-RS passou a promover debates transmitidos ao vivo na sua página oficial no Facebook¹³ com o nome “APTC AO VIVO”, trazendo realizadores cinematográficos e atores envolvidos nos respectivos filmes debatidos, mas também críticos e outros profissionais de diferentes áreas do conhecimento. A primeira edição aconteceu no dia 15 de maio de 2020, com um debate sobre o longa-metragem “Aqueles Dois”, de Sérgio Amon.

Nosso objeto de estudo, no entanto, envolve o debate transmitido ao vivo sobre o filme “Inverno”, de Carlos Gerbase, no dia 3 de julho de 2020, marcando a oitava edição do APTC AO VIVO. O debate teve duração de uma hora, 54 minutos e 57 segundos. Participaram da conversa o diretor Carlos Gerbase, o montador Giba Assis Brasil, a realizadora Luciana Tomasi e a atriz Luciene Adami, todos integrantes da equipe de “Inverno”. Também participou do debate a roteirista e realizadora Mariani Ferreira, que não tem ligação profissional com o longa-metragem debatido. A mediação foi do crítico e realizador Giordano Gio.

“Marco do cinema gaúcho”¹⁴, o filme “Inverno” é dirigido por Carlos Gerbase, com

¹² Disponível em: <<https://aptcrs.wordpress.com/sobre/historico/>>. Acesso em 10 ago. 2020

¹³ Disponível em: <<https://www.facebook.com/pg/ptcabdrs/>>. Acesso em 10 ago. 2020

¹⁴ Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/cinema/noticia/2020/07/conversa-sobre-inverno-marco-do-cinema-gaúcho-e-destaque-desta-sexta-cka5cc8gm004o013iolbrk6gx.html>>. Acesso em 10 ago. 2020

Pós-graduação em Influência Digital: Conteúdo e Estratégia

inspiração no conto “O Argonauta”, escrito pelo próprio Gerbase. A estrutura do longa-metragem é trabalhada como um diário, inclusive com narrações, levando o espectador a conhecer um jovem jornalista que se identifica mais com seus discos, livros e filmes do que com a própria namorada, os amigos e os pais. Sem ter prazeres intelectuais ou sexuais com a namorada, ele se sente frio e solitário, em um relato que, encenado em Porto Alegre, alterna entre seu passado e sua imaginação.

O foco do artigo está na crise gerada a partir de quando o medidor Giordano Gio questiona os debatedores sobre as influências e inspirações estéticas, especialmente as europeias, que podem ser percebidas em “Inverno”. Como resposta à indagação, a realizadora Luciana Tomasi, também atriz do filme, prontamente responde: “Tu tá falando com um Schünemann, uma Tomasi, uma Adami, um Gerbase, um Henkin... E aí não adianta a gente tentar fazer um filme da senzala, entende? (...) Inclusive eu tenho sangue francês também, então não adianta”.

O depoimento despertou reações de sorrisos e risadas em outros debatedores brancos. Já a realizadora Mariani Ferreira (única pessoa negra no encontro) não esboçou qualquer expressão no momento. O comentário, evidenciando uma natureza de cunho racista baseada em ideias e culturas de visão eurocentrista, não foi recriminado por nenhum outro membro, e o debate seguiu normalmente. Minutos depois, quando retomou a fala com a voz embargada, Mariani Ferreira disse:

Acho que tem duas coisas no cinema gaúcho que sempre me impressionam: essa coisa de mostrar uma Porto Alegre que é apenas um recorte da Porto Alegre real, não é a Porto Alegre total. Ao mesmo tempo em que essa Porto Alegre é a Porto Alegre dos Tomasi, dos Gerbasi, dos Adami, Porto Alegre também é a Porto Alegre dos Oliveira Silveira. Porto Alegre é onde nasceu o 20 de novembro [o Dia da Consciência Negra]. É bem triste dizer que não se faz 'filmes de senzala' em Porto Alegre.

Tomasi, novamente usando o termo, retruca dizendo que, sim, filmes de senzala são feitos em Porto Alegre. Entre a primeira fala da realizadora envolvendo o “filme de senzala” e o comentário de Mariani, foram registradas inúmeras críticas de usuários do Facebook que estavam acompanhando o debate ao vivo e também de quem assistiu depois. No dia 11 de agosto de 2020, contudo, a APTC removeu os vídeos de todas as suas mídias sociais, atendendo a orientação do Ministério Público Federal¹⁵. Hoje existem apenas trechos específicos disponíveis na internet, em canais não-

¹⁵ Disponível em: <<http://www.mpf.mp.br/rs/sala-de-imprensa/noticias-rs/mpf-rs-recomenda-a-aptc-que-remova-publicacao-de-live-na-qual-houve-manifestacao-racista>> Acesso em 11 ago. 2020

Pós-graduação em Influência Digital: Conteúdo e Estratégia

oficiais. Enquanto os vídeos originais estiveram disponíveis, foram registrados mais de 145 comentários, a partir de mais de 8,8 mil visualizações do conteúdo, contabilizando a versão original do vídeo e a versão republicada posteriormente pela APTC, no dia 6 de julho, dessa vez com a própria entidade alertando sobre as falas de cunho racista.

“Bando de racista SIM” e “o custo de saber ouvir é cada dia mais caro” foram alguns dos comentários publicados. A repercussão ultrapassou as fronteiras do Facebook para ganhar manchetes em sites, blogs e outros veículos de comunicação regionais e até mesmo nacionais, como UOL¹⁶, Extra¹⁷ e Hugo Gloss¹⁸, todas alertando para a natureza de cunho racista do episódio. Usuária do Facebook, Caroline Forthwy escreveu no próprio vídeo disponibilizado à época:

O cinema gaúcho sendo elitista e racista? Que novidade! A única diferença é que dessa vez foi gravado, experimentem ir em algum evento de cinema para ver o nível. Enquanto os sangues-franceses discutem o quão europeu e artísticos seus filmes são, tem artistas humildes lutando, conciliando trabalho e vida para fazer obras realmente boas para o cinema nacional sem dinheiro ou glamour, só a paixão pela arte e muito talento, coisa que dinheiro nenhum compra. Não vejo a hora desse mundo glamouroso e racista de vocês cair aos pedaços.

Como resposta à crise gerada pelo debate, Luciana Tomasi se pronunciou em duas ocasiões nas mídias sociais. A primeira foi no dia 5 de julho de 2020, em forma de comentário publicado na nota oficial da própria APTC sobre a polêmica do debate (FIGURA 1):

¹⁶ Disponível em: <<https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2020/07/07/mariani-ferreira-luciana-tomasi-filme-de-senzala.htm>> Acesso em 11 ago. 2020

¹⁷ Disponível em: <<https://extra.globo.com/tv-e-lazer/fala-considerada-racista-de-cineasta-gaucha-criticada-video-de-live-retirado-do-ar-rv1-1-24519367.htm>> Acesso em 11 ago. 2020

¹⁸ Disponível em: <<https://hugogloss.uol.com.br/brasil/produtora-de-meu-tio-matou-um-cara-e-acusada-de-racismo-apos-fala-em-debate-com-cineastas-caso-gera-revolta-e-diretora-negra-que-estava-na-live-manifesta-reudio/>> Acesso em 11 ago. 2020

Figura 1 – O primeiro pedido de desculpas



Luciana Tomasi PEDIDO DE DESCULPAS

Gostaríamos de nos desculpar por nossas falas equivocadas durante a Live da APTC sobre o filme Inverno. A palavra “senzala” foi usada de forma infeliz e racista. Além disso, a discussão sobre o machismo no filme foi por nós abordada de forma superficial. Assumimos estes erros e tentaremos melhorar. Enviamos um pedido de desculpas à cineasta Mariani Ferreira, mas agora fazemos publicamente. Não conseguíamos durante a Live debater e ler os comentários ao mesmo tempo, então não foi nosso intento ignorar a discussão sobre racismo que estava acontecendo.

Entendemos que precisamos nos educar muito mais sobre machismo e racismo. Pedimos desculpas a todos e todas que ofendemos. Nos últimos anos, temos realizado o projeto Primeiro Filme, com grande alcance em colégios públicos, incluindo muitos estudantes negros. Estamos tentando, com este projeto, tornar o cinema gaúcho mais democrático e promover a diversidade. Porém sabemos que isso não é suficiente e precisamos nos educar para evoluirmos como pessoas e para nos expressarmos melhor publicamente. Esperamos que o cinema gaúcho seja cada vez mais representativo da realidade do estado e conte cada vez mais com filmes de cineastas negras e negros.

Luciana Tomasi e Carlos Gerbase

Curtir - Responder - 5 sem



14

Fonte: Facebook (2020)¹⁹

¹⁹ Disponível em: <<https://www.facebook.com/aptcabdrs/photos/a.229949230439119/2717825714984779/>>. Acesso em 20 ago.2020.

Pós-graduação em Influência Digital: Conteúdo e Estratégia

Já o segundo pronunciamento aconteceu no dia 6 de julho, sendo publicado dessa vez no perfil pessoal da realizadora, também no Facebook (FIGURA 2):

Figura 2 – O pedido de desculpas



PEDIDO DE DESCULPAS (ESTENDIDO)

Gostaríamos de nos desculpar por nossas falas equivocadas durante a Live da APTC sobre o filme Inverno. A palavra "senzala" foi usada de forma infeliz e racista. Além disso, a discussão sobre o machismo no filme foi por nós abordada de forma superficial. Assumimos estes erros e nos esforçaremos para melhorar de forma concreta, assumindo nosso compromisso com a equidade racial e de gênero, bem como todas as diretrizes dos Direitos Humanos Universais que sempre foram por nós defendidos.

Enviamos um pedido de desculpas à cineasta Mariani Ferreira e agora o fazemos publicamente, reiterando a ela o agradecimento pelos ensinamentos que foram compartilhados durante nosso debate. Ainda temos muito a aprender e praticar, e eventos como este reforçam que o combate às desigualdades se faz dia a dia, em todos os espaços.

Não conseguíamos durante a Live debater e ler os comentários ao mesmo tempo, então não foi nosso intento ignorar a discussão sobre racismo que estava acontecendo nos comentários. Por isto, mais uma vez, nos colocamos à disposição em nossos espaços para refletir mais profundamente sobre racismo, pluralidade e representatividade – temas tão caros às mudanças que estamos vivendo, juntos, no Brasil e no mundo.

Quem nos conhece e sabe sobre as causas pelas quais sempre lutamos, sabe que nenhum sentimento de exclusão ou preconceito cabe em nosso coração. Mas isso, de maneira nenhuma, nos exime do erro cometido. O nosso pedido de desculpas é a mais sincera e a mais humana palavra que devemos a todas e todos.

Entendemos que precisamos nos educar muito mais sobre machismo e racismo. Nos últimos anos, temos realizado o projeto Primeiro Filme, com grande alcance em colégios públicos, com o intuito de tornar o cinema gaúcho mais democrático e promover a diversidade. Porém sabemos que isso não é suficiente e precisamos nos educar para evoluirmos como pessoas e para nos expressarmos de modo que o nosso pensamento em prol da diversidade, da pluralidade e da justiça social estejam presentes.

Pedimos desculpas a todos e todas que ofendemos. Esperamos que o cinema gaúcho seja cada vez mais representativo da realidade do estado e conte cada vez mais com filmes de cineastas negras e negros, com ampla liberdade temática e estética.

Luciana Tomasi e Carlos Gerbase



413 341 comentários 30 compartilhamentos

Fonte: Facebook (2020)²⁰

²⁰ Disponível em: <<https://www.facebook.com/luciana.tomasi.31/posts/10214469044679373>> Acesso em 20 ago. 2020

Partindo especificamente desses dois pedidos de desculpas publicados pela realizadora em datas e espaços distintos no Facebook, analisamos o quanto as respostas de Luciana Tomasi foram efetivas diante das críticas recebidas após a *live* da APTC-RS. Ambas as publicações são observadas a partir dos conceitos abordados neste trabalho sobre como se dá a gestão de uma crise nas ambientes digitais.

7. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a análise do nosso objeto de estudo, realizamos uma pesquisa exploratória, desenvolvida mediante técnicas de pesquisa bibliográfica e documental. Em relação à pesquisa exploratória, Gil (2008) considera que ela tem como principal finalidade

[...] desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores [...] Habitualmente envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso" (GIL, 2008, p.27).

Por definição, a pesquisa exploratória tem a proposta de apresentar mais informações sobre o assunto investigado, possibilitando as devidas definições e delineamentos. Também é um tipo de pesquisa que orienta formulação de hipóteses e novos tipos de enfoques para os assuntos abordados (PRODANOV e FREITAS, 2013).

No tocante às técnicas, Gil (2008) considera que a pesquisa bibliográfica se dá a partir de materiais já elaborados, especialmente livros e artigos científicos, ambas fontes de estudo que usamos no presente artigo para contextualizar conceitos sobre comunicação, crise e racismo, todos temas pertinentes à discussão proposta.

Já a pesquisa documental se assemelha à bibliográfica, mas tem como diferença a natureza das fontes, que, nesse caso, apresentam-se em forma de documentos, registros e materiais sem tratamento analítico ou que podem ser interpretados como objeto de pesquisa (GIL, 2008). É o caso das respostas publicadas pela realizadora Luciana Tomasi que analisamos, assim como as próprias reações de outros usuários a esses pronunciamentos. Esses materiais e registros foram coletados diretamente do próprio Facebook, onde estão disponíveis de forma pública.

Aplicando essa metodologia na pesquisa, observamos a construção das publicações de Tomasi a partir dos elementos elencados pelos diversos autores como fundamentais para a boa gestão de uma crise. Dessa forma, é possível analisar o quanto a realizadora foi assertiva ou não nas suas tentativas de gerenciar os desdobramentos que se deram após a sua fala de cunho racista e também a forma como os demais usuários reagiram às ações da realizadora.

Além da discussão em si, retomamos ainda definições fundamentais envolvendo tópicos orbitantes à crise. Sendo assim, a análise começa na revisão dos conceitos de racismo, crise e comunicação, elencando, logo em seguida, aspectos indicados pelos autores como cruciais para uma boa gestão e analisando individualmente cada um deles para avaliar quais são os pontos mais sólidos e as fragilidades das iniciativas adotadas por Tomasi.

8. ANÁLISE

8.1 RACISMO E LUCIANA TOMASI: POR QUE SE TRATA DE UMA CRISE?

Sendo o racismo um sistema de opressão que nega direitos à população negra e que é estrutural em nossa sociedade porque os negros sempre foram historicamente tratados como mercadoria (RIBEIRO, 2019) e porque o Brasil foi o último país das Américas a abolir a escravidão, podemos afirmar que essa doutrina, apresentada pelo dicionário Michaelis (2020) como responsável por interpretar uma raça como superior à outra (no caso a branca em relação à negra), está enraizada do ponto de vista cultural e cotidiano no nosso país.

É importante evocar as palavras de Karnal (2017) neste momento sobre como somos o país que, quando precisa apresentar o seu exemplo de beleza em um evento mundialmente televisionado como os Jogos Olímpicos, prefere escolher uma modelo de origem alemã e estética europeia. Mais importante ainda é remontar à crítica que o autor faz sobre como banalizamos o racismo, levando-o até mesmo para as marchinhas de Carnaval, onde o povo brasileiro canta em alto e bom som sobre a textura do cabelo e a cor de pele da população negra.

Quando vivemos em uma sociedade que incorpora o espírito europeu, renegando sua própria identidade, como se de alguma forma ela representasse um pedacinho da Europa perdido na América do Sul, cria-se uma violência que, também conforme aponta Karnal (2017), acaba se refletindo cotidianamente, inclusive na fala. Um exemplo pertinente para ilustrar esse racismo estrutural, cotidiano e banalizado é o depoimento da realizadora Luciana Tomasi na live da APTC-RS sobre o filme “Inverno”.

Ao citar sobrenomes de origem europeu e afirmar que tem sangue europeu para contextualizar o fato de não poder fazer “filmes de senzala”, Tomasi evidencia o racismo estrutural apontado por Ribeiro (2019), o negacionismo dessa realidade por parte da população branca observado por Brum (2019) e como tudo isso se traduziu em pequenas violências culturais e cotidianas (KARNAL, 2017). Em tempos onde começa a existir a conscientização de que essa “senzala moderna” precisa ser derrubada, episódios da fala de Luciana Tomasi se tornam uma crise, ampliados pela potência das ambiências digitais.

Se recuperarmos o conceito de Castells (2006) para o que é a internet, veremos mais uma vez que ele parte desse pressuposto de pluralidade de vozes, de inúmeras expressões culturais e de diversidade. Por isso mesmo, uma fala como a proferida pela realizadora dificilmente passaria despercebida em uma ambiência com usuários tão diversos e em uma época onde tanto se luta por um mundo mais justo e igualitário. Não por acaso, a crise tomou grandes proporções também em função da ambiência digital onde acabou se materializando: no Facebook, a segunda mídia social mais utilizada no Brasil, perdendo apenas para o YouTube (RESULTADOS DIGITAIS, 2020).

A comunicação em si já expressa, conforme aponta Martino (2020), uma relação de interação e um processo de construção social. E, se as mídias sociais são a construção de uma identidade (TEIXEIRA, 2013), não existe lugar mais fértil do que a internet para a construção ou a derrocada de uma reputação. Por fim, antes de entrarmos na análise propriamente dita sobre como Luciana Tomasi reagiu à retaliação sofrida por usuários do Facebook em relação a sua fala de cunho racista, vale ainda reforçar que os acontecimentos vividos pela realizadora resultaram em uma crise de imagem, conceito que Rosa (2001) define, em linhas gerais, como o momento em que uma entidade ou personalidade vê o patrimônio de sua credibilidade

e reputação ser abalado. E, dada a repercussão negativa do episódio, não há dúvidas de que Tomasi se viu lutando contra exatamente essa circunstância.

Pontualmente, analisamos agora os acertos e as fragilidades das duas mensagens publicadas pela realizadora com o objetivo de gerenciar a crise e expressar seu posicionamento diante do ocorrido. A partir dessa análise mais detalhada e de como os usuários reagiram às publicações, podemos concluir o nível de efetividade das intervenções de Tomasi.

8.2 GERENCIANDO A CRISE: ASPECTOS POSITIVOS

Em ambas as publicações, Luciana Tomasi demonstra estar claramente ciente do público que foi afetado por seus comentários. Essa tomada de consciência apontada por Forni (2002) está representada nas passagens em que a realizadora reconhece o racismo existente em sua fala, pedindo desculpas não apenas a Mariani Ferreira, única debatedora negra presente no debate, mas também a todos que se ofenderam com a natureza problemática da escolha de palavras, em especial “senzala”.

Somente o fato de Tomasi pedir desculpas evidencia outro ponto básico em qualquer crise, dessa vez apontado por Rosa (2001): o de reconhecer o erro. Mais do que entender quem pode ter sido ofendido por algum comentário ou ação, é premissa fundamental admitir o erro. É válido perceber ainda como a realizadora, no pedido de desculpas publicado no dia 6 de julho, contextualiza que não ignorou as reações publicadas durante a *live* (para ela, não era possível, de forma hábil, participar do debate e ler todos os comentários ao mesmo), colocando-se à disposição para refletir sobre o tema racismo em seus espaços – não especificados, mas subentendidos, por exemplo, como os do próprio Facebook).

Explicações como a citada demonstram a preocupação genuína que Rosa (2001) aponta como benéfica em um momento como esse. A própria autocrítica do texto evidencia isso: em momentos pontuais, Tomasi fala sobre o quanto ainda precisa se educar sobre as questões raciais e que toda a discussão sobre o tema na *live* foi tratada de forma superficial, com destaque pontual ao uso “infeliz”, segundo ela própria, da palavra “senzala”. Ao enumerar em quais pontos errou, Tomasi busca traduzir para o plano escrito sua preocupação com o erro cometido e com o seu próprio despreparo para discutir a questão com consciência e respeito.

É no compromisso com a verdade que Forni (2002) diz estar estabelecido outro pilar de uma boa gestão de crise. Pode parecer óbvio, mas é mais complexo do que parece. Em um momento de crise, falar a verdade significa também não falar sobre situações hipotéticas ou sobre um mundo de ideias alternativas. É preciso se confrontar com o que aí está. Tomasi faz exatamente isso, ainda que somente no segundo pedido de desculpas, onde comenta, por exemplo, que o atual combate às desigualdades deve ser feito dia a dia em todos os espaços. Ou, então, quando fala sobre a importância da representatividade e da pluralidade para as mudanças que estão sendo vividas no Brasil e no mundo.

Os pontos citados até aqui surtem efeito positivo no pedido de desculpas, visto que abrangem componentes humanos e que servem como um bom ponto de partida para a construção de uma mensagem com a finalidade de aplacar uma crise (a admissão do erro, a identificação do público atingido pelos comentários de cunho racista, a preocupação em se colocar aberta à reflexão, a tomada de consciência do cenário social em que a crise se apresenta, etc.), mas não contemplam inúmeros aspectos mais estratégicos e sutis, que, conforme vemos a seguir, acabam tanto enfraquecendo quanto anulando vários pontos de ambas as mensagens.

8.3 GERENCIANDO A CRISE: OS DESLIZES

Como citado por Rosa (2001), toda crise, seja ela em seu sentido clássico ou ocorrida em ambientes digitais, precisa ser gerenciada de forma imediata para, entre outros aspectos, evitar que a situação tome proporções desnecessariamente maiores e mais graves. Não foi o que aconteceu no caso de Luciana Tomasi, que reagiu à crise apenas dois dias após o episódio. Considerando que ela se pronunciou em duas ocasiões, estendendo o texto publicado inicialmente, a reação demorou, na verdade, três dias para se tornar uma realidade.

O resultado dessa demora se traduziu em uma crise que gerou inúmeros comentários no Facebook, em diferentes espaços, perfis e páginas. Quando publicou o pedido de desculpas, a crise já havia tomado grandes proporções, gerando até mesmo discussões posteriores fora do Facebook, com manchetes em portais como UOL, Hugo Gloss e Extra. Reconhecendo em suas próprias postagens que não conseguiu acompanhar os comentários em tempo real na *live* da APTC-RS, Tomasi, caso tenha os lido logo depois, teve uma prévia muito clara do tamanho que aquela crise poderia tomar. Minimizá-la exigia agir com rapidez, e não somente dois ou três dias depois.

Ao demorar para publicar seu posicionamento, a realizadora instantaneamente falhou em aplicar outra medida para remediar a situação: a de criar um local onde os usuários pudessem compartilhar suas críticas e comentários (SEGURA, 2013). Sem ter onde canalizar suas percepções, eles passaram a escrever nos comentários da própria *live* mesmo depois de ela já ter sido encerrada, em demais publicações da APTC-RS e, claro, em seus próprios perfis pessoais, expondo e contextualizando o ocorrido. Não queremos dizer que seria possível ‘controlar’ em que espaços isso iria ocorrer, mas uma atitude mais rapidamente propositiva de Tomasi poderia contribuir para que as discussões não ficasse tão visíveis e impulsionassem ainda mais o conteúdo que originou a crise.

Em termos de criar esse espaço, há outro problema provocado por Tomasi: sua primeira mensagem foi escrita nos comentários da nota publicada pela APTC-RS sobre a crise da *live*, espaço visível para todos os usuários, mas camouflado em meio a vários comentários que só são acessados por quem se dispõe a lê-los. A investida não foi suficiente para conter a situação, e Tomasi se viu obrigada a finalmente criar o espaço onde todos poderiam rapidamente acessar e depositar suas críticas: uma postagem pública no seu próprio perfil pessoal, compartilhada com todas as suas conexões.

A demora para vir a público (dois ou três dias, no caso das ambientes digitais, podem sim ser interpretados como uma demora, já que mídias sociais estão em pleno funcionamento durante 24 horas por dia) afeta ainda a necessidade que as pessoas têm de se sentirem ouvidas em um momento de crise (PAJARO, 2017). Ora, sem ter uma resposta de Tomasi durante quase todo um fim de semana e sem ter um canal direto com ela para depositar críticas, os usuários do Facebook, especialmente aqueles atingidos de forma particular pelo comentário de cunho racista, ficaram com a sensação de que não estavam sendo ouvidos diante da falta de posicionamento. A leitura possível era de que nada estava acontecendo.

Quando publica o pedido de desculpas que, em sua versão estendida, tem aspectos assertivos como os já citados no item anterior dessa análise, Luciana Tomasi começa outro momento da crise: o de concentrar as críticas em um único local (no caso, a postagem no seu próprio perfil) e, a partir daí, administrá-las. Florcak (2019) alerta para a indispensável necessidade de criar um diálogo em tom conversacional de forma coerente e constante com os usuários, o que, mais uma vez, não ocorreu. Na

verdade, o cenário é justamente o oposto: a realizadora não respondeu um comentário sequer entre os mais de 340 recebidos na sua publicação.

Manter-se comunicativo e acessível em um momento de crise também é para Forni (2002) uma necessidade básica para ter algum tipo de controle sobre esse tipo de situação, especialmente em uma ambiência digital que, conforme já sinalizou Florczak (2019), busca novas interações, configurando-se de maneira muito diferente da mídia tradicional, onde há o protagonismo absoluto do processo de emissão, sem necessariamente uma réplica ao que é comunicado ou publicado. O que se conclui é que Tomasi usou o Facebook como uma emissora sem conhecimento ou prática de uma ambiência digital que demanda novas ações e práticas. Sem estabelecer um diálogo, ela anula o próprio comentário da postagem de que estaria colocando os seus espaços à disposição para a reflexão sobre racismo, pluralidade e representatividade.

Para registrar outro problema das ideias desenvolvidas por Tomasi na própria mensagem publicada, vale recuperar a passagem em que ela menciona o “Primeiro Filme”, projeto de “grande alcance em colégios públicos” que vem realizando nos últimos anos para tornar o “cinema gaúcho mais democrático e promover a diversidade”. Esse é um recorte do pedido de desculpas que pode ser associado à ideia trabalhada por Galvão (2019) de que, em um momento de crise, não se deve tentar “comprar” o público prejudicado. Pode ser que exista a boa intenção de compartilhar a iniciativa, mas a circunstância é inadequada: no contexto em que foi colocado, o projeto parece uma tentativa de convencer o público atingido de que, no final das contas, o comentário de cunho racista foi somente um deslize, já que uma ação como essa compensaria as acusações de racismo.

Todos esses elementos sublinham a ideia de Teixeira (2013) de que mídias sociais também são a construção de uma identidade. No caso dessa crise em si, uma desconstrução de identidade. Negando uma abertura de diálogo com os usuários do Facebook e deixando de agir com rapidez logo após a problemática fala feita na *live*, para ficar somente em dois aspectos mais centrais, Tomasi apresenta um certo descaso com a crise em si e com a construção e manutenção de identidade que se estabelece como missão em uma ambiência digital. O resultado é uma crise com erros de gerenciamento, o que é materializado não apenas no confronto com aspectos básicos de gestão de crises, mas na própria reação de um público atingido que se fez muito presente na apresentação do pedido de desculpas e que acabou

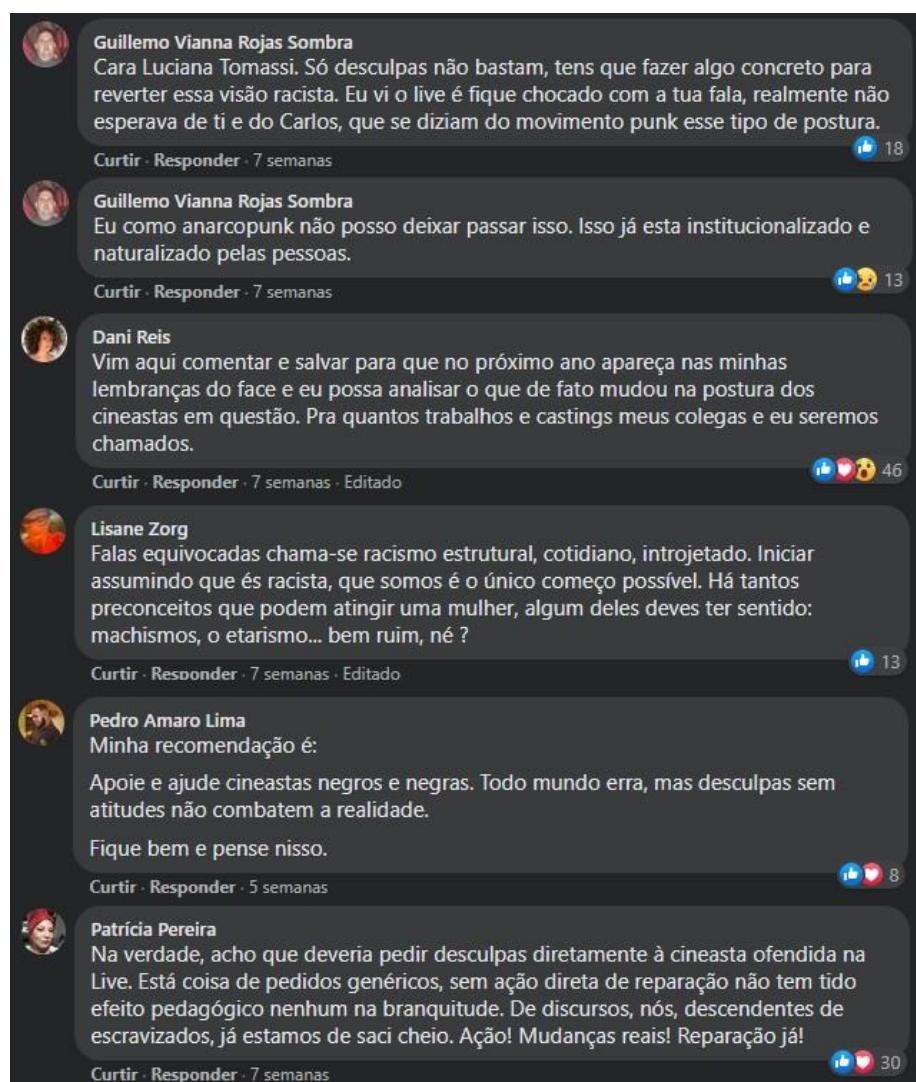
Pós-graduação em Influência Digital: Conteúdo e Estratégia

sinalizando que não se sentiu atendido pela realizadora.

8.4 A INTERPRETAÇÃO DOS USUÁRIOS

Entre mais de 340 comentários publicados no pedido de desculpas, é possível encontrar mensagens solidárias à retratação de Tomasi. O público atingido pela fala de cunho racista, entretanto, reforça o quanto a mensagem teve pouca eficácia. Comentários como os reproduzidos na Figura 3 ilustram parte dessa insatisfação:

Figura 3 – Reações negativas ao pedido de desculpas



Fonte: Facebook (2020)²¹

²¹ Disponível em: <<https://www.facebook.com/luciana.tomasi.31/posts/10214469044679373/>>. Acesso em 27 ago. 2020

Analisando as respostas solidárias à Tomasi, vemos que há em comum o fato de elas virem todas de pessoas brancas e que, em alguns casos, minimizam o ocorrido, dizendo que o termo “filme de senzala” não foi racista, mas sim somente uma “fala provocativa” que estava sofrendo tentativa de criminalização por parte do público que se sentiu atingido. É sintomático que nenhuma pessoa negra – e, portanto, com lugar de fala em relação às dores trazidas pelo comentário de Tomasi – não defende o texto publicado pela realizadora. Trata-se do sinal evidente possível do quanto ela não foi assertiva junto a esse público.

Conforme já mencionado, o fato de Tomasi não abrir uma linha de conversação com o público que compareceu em peso para crítica à sua fala e ao seu posicionamento só agrava a situação. São vários os comentários em que os críticos à situação cobram práticas efetivas, indicam filmes (“O Grande Tambor”) e livros (“Pequeno Manual Antirracista”) representativos da população negra ou relacionados à discussão do racismo e lançam reflexões sobre o quanto tudo está enraizado estruturalmente na sociedade brasileira e, mais especificamente, gaúcha. Tomasi não responde a nenhum deles. Também não curte os comentários ou lança qualquer sinal de que ao menos leu todas as críticas. Ela se posiciona como uma emissora. Nessa crise, não houve diálogo. E o público percebe isso, ampliando a potência de disseminação que, por reunir temas tão pulsantes e pertinentes na atualidade, deveria ser substancialmente conversacional.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Querendo ou não todos os usuários de mídias sociais gerenciam imagens. Da escolha de uma foto que será postada no Instagram à seleção de palavras para o famoso “textão” no Facebook em uma discussão política, por exemplo, tudo passa pela forma como queremos ser vistos pelos outros ou pelo quanto queremos impactar determinadas pessoas. Mídias sociais são, enfim, fragmentos de identidade. E, com o alto índice de usuários registrados mundialmente em diferentes plataformas, esse caminho de exposição é uma indiscutível realidade. Estar na rede é estar em uma vitrine para o mundo inteiro, e hoje já há gerações que nascem tendo perfis em mídias sociais criados pelos próprios pais sem que nem tenham consciência para decidir se querem ou não estar lá.

Ainda é notável, contudo, como tamanha condição de exposição muitas vezes não é interpretada também como uma imensa responsabilidade. É bem verdade que, para o público médio que apenas consome esse universo sem necessariamente refletir sobre ele, tudo não passa de um entretenimento, e a espontaneidade pode muito bem ser suficiente para uma construção inconsciente de imagem e a arrecadação de inúmeros *likes*. O problema é quando nasce uma crise. Com ela, se percebe o quanto as ambiências digitais pode tomar traços assustadores, sérios e muito urgentes.

Por habitualmente interpretarmos as mídias sociais mais como um passatempo diário e menos como caminhos trilhados a partir de processos de comunicação, não pensamos nas dimensões que uma crise pode gerar nessa ambiência, muito menos em como agir de maneira objetiva e estratégica. Ainda há um longo caminho a ser trilhado na conscientização de que o plano virtual redimensionou imagens, identidades e reputações. Gerenciar uma crise, ao contrário do que acontecia em tempos dominados por mídias tradicionais como o jornal e o rádio, não é apenas se contentar com a posição de emissor que apresenta um pedido de desculpas e dá o assunto por encerrado.

O episódio vivido pela realizadora cinematográfica Luciana Tomasi é potente para essa reflexão por duas razões. Primeiro porque descortina um universo onde a diversidade e a representatividade movimentam lutas, ações e reivindicações efetivas. Por ser o local onde o mundo inteiro se encontra, a internet abarca o ser humano como ele é, em toda a sua pluralidade. Racismos estruturais, intolerâncias e preconceitos passaram a ser fortemente combatidos nessa ambiência, visto que as mídias sociais dão voz a quem quiser falar. Sem medo e em um mundo supostamente mais aberto à justiça, usuários questionam e condenam sem hesitar falas como a do “filme de senzala”, que tanto perpetua a visão eurocentrista, branca e privilegiada em relação à população negra. O preconceito antes circunscrito a um jantar com os amigos agora é escancarado para o mundo. É preciso pensar cada vez mais nisso.

A outra razão que leva esse episódio a ser tão representativo dos nossos tempos é, claro, a maneira com que Luciana Tomasi reagiu às críticas direcionadas a sua fala. Todo o processo foi encarado sem levar em conta muitas das especificadas das ambiências digitais. Atuando exclusivamente como emissora de um pedido de desculpas, a realizadora não conversou, debateu ou interagiu com os tantos comentários e as tantas publicações que fizeram a sua crise se tornar conhecida

nacionalmente. É um tipo de comportamento que comprova a importância de ampliar a discussão sobre o quanto as ambiências digitais, em momentos críticos, precisam ser observadas com estratégia e planejamento.

Constatando que a tentativa de gestão de crise para esse episódio não foi bem sucedida, logo chegamos a essas reflexões, todas pautadas pela importância de se pensar a ambiência digital com um olhar mais atento e profissionalizado. Por mais que tenhamos avançado quantitativamente em nossa presença na internet, ainda se faz necessária a constante prática de revisá-la, reinterpretá-la e, principalmente, aprimorá-la em todas as suas vertentes, possibilidades e processos comunicacionais.

10. REFERÊNCIAS

- ARRUDA, Jéssica. **Black Lives Matter: entenda movimento por trás da hashtag que mobiliza atos.** UOL, 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/06/03/black-lives-matter-conheca-o-movimento-fundado-por-tres-mulheres.htm>. Acesso em 19 ago. 2020.
- BRUM, Eliane. **Brasil, construtor de ruínas** - Um olhar sobre o país, de Lula a Bolsonaro. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2019.
- CASTELLS, Manuel. **Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2006.
- FORNI, João José. **Gestão de crises e comunicação: o que gestores e profissionais de Comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas**. São Paulo: Atlas, 1019.
- FORNI, João José. Comunicação em tempo de crise. In: DUARTE, Jorge (org.) **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria técnica**. São Paulo: Editora Atlas S. A., 2002.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.
- GOOSSEN, Richard J. **E-Empreendedor**: a força das redes sociais para alavancar seus negócios e identificar oportunidades. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- KARNAL, Leandro. **Todos contra todos: o ódio nosso de cada dia**. Rio de Janeiro: LeYa, 2017.
- MACHADO, Jones. Gestão estratégica de comunicação de crise. Rio Grande do Sul: FACOS-UFSM, 2020.
- MARTINO, Luiz Cláudio. Sobre o conceito de comunicação: ontologia, história e teoria. 2020. Disponível em: <http://www.revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/19768>. Acesso em 19 ago. 2020.
- PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. D. Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. 2ª. ed. Novo Hamburgo: Universidade Freevale, 2013.
- RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- RIBEIRO, Djamila. **Pequeno manual antirracista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.
- ROSA, Mário. **A síndrome de Aquiles**: como lidar com as crises de imagem. São Paulo: Gente, 2001.
- ROSA, Mario. **A era do escândalo**: lições, relatos e bastidores de quem viveu as grandes crises de imagem. São Paulo: Geração Editorial, 2003.
- TEIXEIRA, P. B. **Caiu na rede. E agora? Gestão e gerenciamento de crises nas redes sociais**. São Paulo: Évora, 2013.

WRIGHT, Charles. **Comunicação de massa**: uma perspectiva sociológica; tradução de Mary Akier. Rio de Janeiro: Bloch editores, 1968