

IV Seminário de Comunicação e Territorialidade

“Comunicação contra as desigualdades”

**PósCom-Ufes – Centro de Artes – Campus de Goiabeiras
17-18 de Outubro de 2018**

**O LUTO MUDIATIZADO NO CASO DA CHAPECOENSE: espetáculo, consumo e
experiência do público na territorialidade digital**

**Alexsandro TORRES¹
José Antonio MARTINUZZO²**

1 INTRODUÇÃO

Seja para expressar sentimentos, seja para passar adiante uma cultura, o desejo de se comunicar está entre as necessidades universais da vida humana. Em nossa sociedade contemporânea, articulada pela midiatização em rede e fortemente mobilizada por conteúdos que circulam em territórios digitais, os processos comunicacionais passam por ressignificações e somam novas práticas, participando de profundas alterações nas relações humanas, nas esferas culturais, sociais, políticas e econômicas.

Com os avanços das tecnologias digitais e o crescente uso das redes sociais, temas da vida cotidiana, como a experiência do luto e os sentimentos de dor provocados pela morte, pertencem cada vez menos ao espaço privado e passam a ganhar novos espaços midiatizados. “A sociedade contemporânea (dita “pós-industrial”) rege-se pela midiatização, quer dizer, pela tendência à virtualização das relações” (SODRÉ, 2006, p. 20). Um dos aspectos mais fundamentais da midiatização é a constituição dos ciberterritórios e suas ciberterritorialidades.

Esses conceitos estão relacionados às experiências humanas suportadas comunicacionalmente no ciberespaço, inscrevendo territórios e territorialidades na teia das redes digitais, bordejadas pelos limites das conexões informáticas e das trocas dialógicas, a partir dos mais diversos interesses (MARTINUZZO, 2016, p. 14).

¹ Alexsandro de Oliveira Torres. Aluno do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes). E-mail: alexsandro1978@gmail.com

² José Antonio Martinuzzo. Professor/Orientador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes). E-mail: martinuzzo@hotmail.com



Nos ciberterritórios, organizados a partir do acesso ao consumo de dispositivos tecnológicos, dentro das lógicas do capital e da globalização, observamos que os atores-rede apropriam-se dos recursos da linguagem existentes nas redes sociais digitais para narrar a experiência de luto. Isso possibilita aos enlutados elaborar uma perda que é traumática.

Como pontua Freud (2011), o luto é um processo que tem as narrativas como fator central para superar a dor de viver uma perda. Ou seja, perde-se algo e se constrói uma história para preencher o vazio ocasionado pela falta. Daí pensar a questão de as redes sociais digitais se apresentarem como um espaço de elaboração de luto, em função da ampla narrativa que ensejam, com as mais diferentes formas de expressão ofertadas pelas infoterritorialidades, tais como postagens e comentários, e também pela produção de conteúdos multimídias realizada pelos próprios usuários.

O presente trabalho pretende entender como é que se vive o luto nesses ciberterritórios, e em particular compreender a experiência de luto vivenciada na territorialidade digital durante o acidente aéreo com a delegação da Associação Chapecoense de Futebol, ocorrido na Colômbia, no dia 29 de novembro de 2016, quando morreram 71 pessoas que estavam a bordo do avião da empresa LaMia³.

Também pretende-se observar alguns fatores específicos nessa experiência de luto, tais como: a influência do poder da midiatização e das plataformas digitais para o espalhamento da notícia; a configuração do acontecimento em evento midiático com aspectos de espetáculo e consumo tanto nas mídias on e off-line; e a importância do futebol como instrumento de entretenimento e de negócios lucrativos.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para iniciar os estudos sobre o objeto de investigação, está sendo realizada uma pesquisa bibliográfica que busca se apropriar de conceitos como luto, morte,

³ Na queda do voo 2933 da companhia boliviana LaMia, morreram 71 das 77 pessoas a bordo – entre atletas, comissão técnica e diretoria da Chapecoense, jornalistas e convidados. Por falta de combustível, comprovada em investigações, a aeronave caiu na Colômbia, um dia antes do time brasileiro disputar a primeira partida da final da Copa Sul-Americana, prevista para 30 de novembro de 2016 contra a equipe colombiana do Atlético Nacional, de Medellín. Seis pessoas sobreviveram ao acidente: três jogadores, um jornalista e dois tripulantes.





midiatização, ciberterritórios, consumo e cultura do espetáculo. O procedimento metodológico também inclui uma análise de conteúdo nas duas plataformas digitais da Chapecoense – Facebook e Twitter –, além de uma análise de redes para a mídia, sob a perspectiva de Raquel Recuero, Marco Bastos e Gabriela Zago.

O recorte temporal compreende de 29 de novembro a 18 de dezembro do mesmo ano – período em que pretendemos entender como se procede a construção da vivência do luto nas redes sociais.

No período de 20 dias, o noticiário sobre a queda do voo preencheu a maior parcela da agenda da imprensa nacional, abrangendo fatos determinantes para a experiência do luto, tais como: a divulgação da lista de vítimas e sobreviventes; as reações do público no velório coletivo; a recuperação e o retorno dos sobreviventes ao Brasil; os gestos de solidariedade em todo o planeta; e a confirmação da Chapecoense como campeã da Copa Sul-Americana de 2016, sem a necessidade da realização dos dois jogos finais contra o time colombiano do Atlético Nacional.

A justificativa para escolher o Facebook⁴ como um dos objetos para análise teórico-empírica deve-se ao fato de ser a rede social digital da Chapecoense com o maior número de seguidores, com mais de 3,9 milhões de usuários, como aponta o último levantamento realizado pelo Ibope Repucom⁵.

Já o Twitter, apesar de ser a terceira plataforma digital da Chapecoense com maior representatividade, com mais de 648 mil seguidores, é uma rede que possibilita o rastreamento das publicações, o que a torna ideal para nos ajudar a encontrar as respostas que desejamos. Para tal análise, utilizaremos elementos fornecidos pelo Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic), da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), para a mineração de dados.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir de uma coleta preliminar de dados e do início de uma revisão bibliográfica, podemos considerar inicialmente que, diante do luto midiaticado, há

⁴ Facebook é a rede social digital do planeta com maior número de usuários ativos por mês, com um total de 2,2 bilhões, de acordo com informações do portal de estudos e estatísticas Statista. Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/post/16064- quais-sao-as-dez-maiores-redes-sociais>. Acesso em: 28 mai. 2018.

⁵ Disponível em: <http://www.iboperepucom.com/br/rankings/ranking-digital-dos-clubes-brasileiros-out2018/>. Acesso em: 5 out. 2018.





uma tendência de nos familiarizarmos mais com os fatos e as vítimas, aparentemente distantes dos nossos circuitos afetivos. Primeiramente, por sermos sensíveis à notícia da morte, principalmente em circunstâncias impactantes, e depois por estarmos inseridos numa ciberaldeia global e, com mais frequência, conectados em rede em tempo real perante os acontecimentos midiáticos.

Nos resultados preliminares de coleta de dados, observamos nas postagens das redes sociais os estágios apontados por Freud (2011) para a elaboração do luto diante da tragédia aérea com o time da Chapecoense, que são: a negação da perda; o convencimento da perda; e a narrativa que se constrói sobre essa dor.

O presente trabalho pode fomentar a discussão durante o seminário sobre o pleno acesso à internet, às redes sociais digitais, e de que modo os usuários estão “comprando” o discurso de que precisamos estar multiconectados, dentro de uma lógica capitalista e de globalização que estimula o nosso consumo. E para quem de fato é interessante que adotemos esse tipo de comportamento?

4 CONCLUSÕES

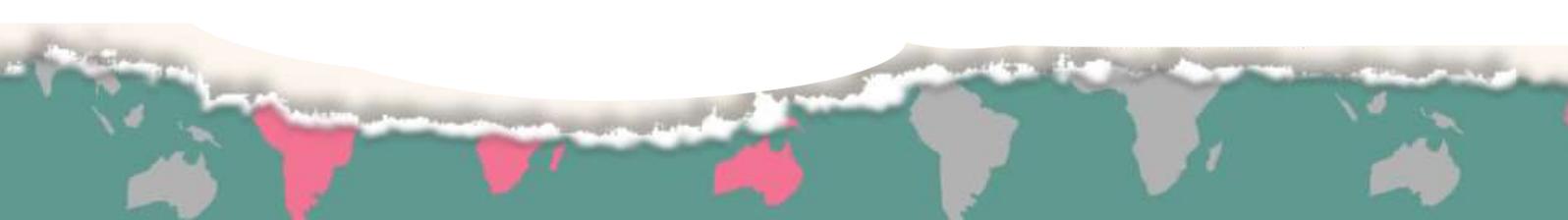
Conforme Freud, o luto é basicamente um processo narrativo acerca da perda e da dor da falta, colocando-se o ciberterritório e suas intensas trocas comunicacionais como um ambiente propício a esse afeto. Dentro dessa sociabilidade digital, a discussão do luto mostra-se presente intensamente nas redes sociais, como já pudemos perceber em nossas pesquisas iniciais.

“A sociedade dá indícios de não sobreviver sem as máquinas que atualizam a existência em frações de segundos. Tudo diluiu-se e restabelece-se sem direito a intervalos”, pontua Moraes (2006, p. 33), ao reportar o pensamento de John Berger (2004) sobre o poder da midiatização em rede.

Como descreve Martinuzzo (2016), a informação circula nesses infoterritórios, é compartilhada, conectada à conversação, é debatida e provoca possibilidades de novas formas de organização social apoiadas em interesses das coletividades.

5 PALAVRAS-CHAVE

Luto. Midiatização. Redes. Ciberterritório. Comunicação. Chapecoense.





6 REFERÊNCIAS

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FREUD, Sigmund. **Luto e melancolia**. São Paulo: CosacNaify, 2011

KELLNER, Douglas. **Cultura da mídia e triunfo do espetáculo**. In: MORAES, Dênis (Org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MARTINUZZO, José Antonio. Prólogo – Territorialidade: o que é isso? In: MARTINUZZO, José Antonio; TESSAROLO, Marcela. (Orgs.). **Comunicação e territorialidades**: as pesquisas inaugurais do primeiro Programa de Pós-Graduação em Comunicação do Espírito Santo. Vitória: Universidade Federal do Espírito Santo, Departamento de Comunicação Social, 2016.

MORAES, Dênis de (Org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. **Análise de redes para a mídia social**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

REZENDE, Renata. **A morte midiaticizada**. Como as redes sociais atualizam a experiência de fim da vida. Niterói: Eduff, 2015.

SODRÉ. **Éticidade, campo comunicacional e midiaticização**. In: MORAES, Dênis (Org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

