Amazônia: As Nuances Comunicacionais aos Olhos da Estratégia Eleitoral/Governamental de Jair Bolsonaro e Emmanuel Macron[1]

Gustavo KOETZ[2]
Roberto MACEDO[3]
Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, SP

Resumo
Comumente, a aparição de polêmicas e questionamentos, assim como discussões e efemérides abrem um leque de iniciativas para que as lideranças governamentais evidenciem seus posicionamentos, que exponham seus ideais, e que reiterem seus desejos. As comunicações eleitoral e governamental, embora de competências paralelas, estão intrinsecamente interligadas e, em longo prazo, refletem uma a outra. Parte desta dinâmica demonstra a importância de um discurso coerente para a corroboração da credibilidade do elegível/elegido, já que este, a todo o momento, é avaliado por diversas estruturas político-sociais que determinam a base na qual, inevitavelmente, está sustentado. Cabe a tal indivíduo, portanto, desenvolver, em ordem de adquirir uma boa imagem, a evidência física de sua eloquência e a tangibilidade de suas promessas.

Palavras-Chave: Amazônia; comunicação; estratégia; geopolítica.

Introdução

A representação do indivíduo e de suas vontades remete à antiguidade com a Grécia antiga. A abertura política para as classes ascensionais promovidas primeiro por Sólon e a fragmentação do poder político em distritos ("Demos", em grego) seguinte por Clístenes - magistrados que, por um tempo, detiveram o poder de legislar na época - desencadeou o que seria o resultado da democracia moderna. Assim iniciou-se a essência da representação própria de grupos e de suas devidas autonomias.

Em outra época, 2.500 anos depois, além de compor o interesse público que os elegeu, os presentes representantes passaram a responder (com suas próprias maneiras) às causalidades da globalização. A formação de um mundo conectado a poucos segundos de interação faz do eleito constantemente avaliado por entidades tais como o mercado global, a opinião pública e a mídia internacional – seres que, complexos demais até uma década atrás, hoje podem ser formados e compreendidos por quaisquer leigos interessados, mediante meia dúzia de cliques em seus celulares.

[1] Trabalho apresentado no GT Comunicação e Política, do PENSACOM BRASIL 2019.
[2] Estudante de Graduação 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Presbiteriana Mackenzie, e-mail: gkoetz3@gmail.com
[3] Orientador do trabalho. Docente do Centro de Comunicação e Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie, Coordenador do Observatório de Marketing Político e Governamental – OMPG, e-mail: roberto.macedo@mackenzie.br

Partindo de uma qualificação global, portanto, é exigida do sujeito a constante manutenção de sua imagem. Seja atendendo às pautas que o elevaram ao seu cargo atual ou pela sua aparente atenção, o eleito (que possui probabilidade de se reeleger) define uma coerência comunicacional a ser seguida.

Avaliado por duas medidas, a aprovação local e a recepção internacional, os governos levam em conta a probabilidade de se tornarem reféns de uma luta eterna pela satisfação média. Ponto este que, muitos governos considerados errados e defeituosos foram considerados errados e defeituosos propriamente por entidades que não foram agradadas, e vice-versa. É nesta etapa que entra em prática a comunicação precisa e efetiva para o sucesso da narrativa. O parecer de que a situação está decorrendo de forma correta é, muitas vezes, mais importante do que estar, de fato, correta.

Em 2019, por exemplo, foram vistos na 74ª Sessão da Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas, iniciada no dia 17 de setembro, diversos direitos de resposta a discursos das lideranças internacionais. Entre eles, os mais exaltados englobaram o conflito entre Paquistão e Índia sobre o território da Caxemira, além de conflitos entre Sérvia e Albânia, Guatemala e Belize, Indonésia e Vanuatu, Azerbaijão e Armênia, Irã e Israel, Irã e Arábia Saudita, Irã e Bahrein e, finalmente, Irã e Emirados Árabes Unidos.

É perceptível, mesmo não enfatizada em uma estratégia comunicacional, a necessidade de se posicionar por parte dos representantes. No mesmo caso, observa-se que a questão da Caxemira reergueu centelhas conflitantes entre as duas soberanias sul-asiáticas devido às explícitas investidas da liderança paquistanesa e o parecer do recém-eleito governo indiano. Ambos com fortes posicionamentos em seus discursos na ONU.

Esses posicionamentos agregam um fim eleitoral imagético, tendo como meio, a anestesia geral de sua base política, mesmo contrapondo os interesses internacionais de união. Basta ver, estampada, a afronta de um país para com outro em um palanque simbólico e literal das Nações Unidas. Um espelho onde a imagem supranacional refrata um objetivo local.

Eventos como este ilustram uma fração ínfima da defesa dos interesses regionais existentes. Pela proporção, aumentada em escala global e em médio prazo, haveria uma ampliação de casos similares. Ou seja, se colocada todas as circunstâncias envolvendo

dois ou mais países em um período de uma década – tempo médio das influências de uma gestão, a quantidade de desavenças tendem a aumentar exponencialmente. E como, de fato, aumentam.

Aplicada essas mesmas circunstâncias sob uma visão intermediadora crítica - o protagonismo do indivíduo e das massas, a exaltação coletiva se efetiva na condução governamental. A crescente tangibilidade dos discursos políticos, as respostas midiáticas e os debates públicos elevados pelas plataformas tecnológicas e digitais, levam à plausibilidade da histeria generalizada acerca das repercussões consequentes.

Em um caso exemplificado, Hong Kong – região autônoma no território Chinês, perpetuou as redes sociais e manchetes internacionais com o seu repúdio, inicialmente, ao acordo de extradição proposto pelo governo Chinês.

Tomando proporções preocupantes, a questão honconguesa acabou envolvendo, além do mercado e geopolítica chinesa, diversos setores da sociedade, dentre elas partes de populações que se identificaram com a causa, empresas internacionais que responderam o mercado chinês, personas públicas que opinaram sobre a ocasião e até influenciadores digitais fazendo comentários sobre. Na maioria dos casos, o posicionamento desenfreado (mesmo não sendo estúpido) levou a mais prejuízos dos envolvidos do que agregou benefícios à causa.

Para destrinchar uma amostra repercutida, serão decorridas neste artigo, algumas especificidades do caso envolvendo os incêndios na floresta amazônica sob o ponto de vista francês e brasileiro.

Uma eventualidade em território brasileiro proporcionando alcance mundial, em aspectos físicos, comunicacionais e simbólicos. Uma aglomeração de pautas soberanas, desenvolvimentistas, sob a chancela da consciência social, do saciar eleitoral e, evidentemente, dos confrontos ideológicos, aspectos que marcaram ambos os posicionamentos de Jair Bolsonaro e Emmanuel Macron, respectivos presidentes das repúblicas do Brasil e da França.

Serão analisadas e comparadas as congruências entre seus posicionamentos e bases eleitorais, e a repercussão midiática periférica daqueles que não participam diretamente, mas que desejam, a todo momento, participar.

Percepção e Governo

Em agosto de 2019, estamparam nas redes sociais e notícias internacionais, como o grande retorno do mal à Terra, diversos focos de incêndios florestais localizados na América do Sul. O evento, visto como o grande catalisador do fim do mundo e uma imoralidade pecaminosa para a civilidade do século XXI, conscientizou e elevou o indivíduo médio e a massa midiática ao ápice da contemplação das virtudes e mazelas humanas e, na mesma velocidade, após algumas semanas, condenou tal frenesi ao abismo do esquecimento e da irrelevância.

O Brasil, como a potência de maior expressão na América do Sul e Estado-Símbolo das florestas tropicais, por estar propriamente relacionado às queimadas, foi alvo soberano das críticas internacionais. Tais que, assim declarado o malfeitor do mês, o consequente acerto de contas foi posto em prática, como já esperado, por todos aqueles que entendem seu direito de expressão do mesmo jeito que um fanático entende seus deveres a uma seita religiosa. A respeito da predisposição humana em opinar e agir sobre um assunto pouco compreendido e aprofundado, Edmund Burke faz - em sua obra "*Reflexões sobre a revolução na França*", aos pés de uma potencial revolução, um paralelo:

> Mas eu não posso tomar a dianteira e tecer elogios ou críticas a nada que se relacione com ações humanas, e preocupações humanas, com base numa visão simples do objeto, despojado de toda relação, na total nudez e solidão da abstração metafísica. As circunstâncias são as responsáveis por dotar, na realidade, todos os princípios políticos de sua cor e efeito distintivos. São as circunstâncias que tornam todo esquema civil e político benéfico ou prejudicial para a humanidade. (BURKE, 2017, p. 32 e 33).

O filósofo conservador pede, antes de tudo, prudência. E, de fato, antes de ser exigida justiça pelas mãos da Providência Divina contra a Terra de Santa Cruz, é fundamental atentar à circunstância em questão: atos como o "dia do fogo" – ação orquestrada por produtores rurais da região Norte que teriam incendiado áreas da floresta amazônica - não representaram, sozinhos, toda a ação humana envolvida nessa totalidade catastrófica.

Segundo dados públicos proporcionados pela NASA, na mesma semana, com as mesmas e até maiores proporções, ocorreram focos de incêndios em países vizinhos como a Bolívia, Paraguai e Peru, e até mesmo de outros continentes como a República

Democrática do Congo, República do Congo, Angola, Zimbábue, Malauí, Moçambique, Tanzânia, Zâmbia e nas ilhas Canárias.

Pergunta-se, então, por quais motivos ocorreram grandes repercussões apenas no caso brasileiro. Para entender este evento, basta apenas analisar a variável correta.

Em uma equação, os valores das constantes universais - se inerentes à fórmula - mantém-se inalterados independentemente dos outros fatores atribuídos ao resto da conta. Como o nome já diz, uma *constante.* Nesse caso, os focos de incêndios são as constantes universais desta equação, pois os mesmos foram o elemento em comum dentre as nações. Qual foi, portanto, a variável que germinou tanta discrepância entre o resultado brasileiro e a dos demais países?

Eis que surgem, em suas formas mais tímidas, das gavetas do Marketing, o discurso político e a gestão de imagem. Em sua essência, a manutenção da imagem. Nas palavras de Ney Lima Figueiredo (1994, p.18) - em sua obra *"Jogando para Ganhar"* - "O marketing político, ao contrário do que muitos pensam, não deve ficar restrito somente à época de eleições, mas sim, ser utilizado a todo tempo, principalmente para preservar o poder".

É a partir da consolidação dessa dinâmica que o político percebe a linha tênue em que se encontra quando, erguido pelas mãos do povo, percebe a facilidade em que pode ser arremessado de volta ao chão.

Como a política não beatifica o candidato, como bem se observa na mancha da lama em seu terno, há de alguém, portanto, exercer esta tarefa, ou algo próximo a isso. E esse alguém é ninguém menos que o ser entendido da sua importância como cidadão, caminhando pomposamente às urnas, mas sem o compromisso de saber em quem está votando, nem o que justifica o seu voto. Na prática, o eleitor comum.

Com seus medos, desejos e opiniões, o "empoderado" parte para a zona de conforto em que acredita estar - a liberdade de pensamento e de expressão, a luta pelos direitos e pela diversidade de opiniões O protagonismo e a liberdade individuais, embora aparentemente conceituados nos debates e jargões públicos, são pouco compreendidos em sua totalidade.

A liberdade do indivíduo é, em si, uma dádiva, mas o seu louvor não contemplativo cega seu entendimento como um todo. Pelo medo da sombra de governos autoritários, não se é exigido do sujeito que ele saiba o que está dizendo ou fazendo, nem as consequências do que diz e faz, mas o ato de dizer/fazer já remete a algo belo e libertador a ser ouvido/observado. E em grande escala, esta inconsequência eleva-se ao patamar de virtude moderna a ser procurada, justamente pela própria essência da liberdade.

> (...) a liberdade, quando os homens agem em conjuntos, é poder. Pessoas razoáveis, antes de se posicionarem, observarão o uso que é feito desse poder, especialmente ao se tratar de um novo poder em mãos de novas pessoas que desconhecem, total ou parcialmente, seus princípios, temperamentos e disposições, e em situações onde aqueles que aparecem no centro da agitação talvez não sejam os verdadeiros protagonistas. (BURKE, 2017, p. 34).

O candidato e o eleitor, com suas virtudes e falhas, amados e desprezados numa relação mais que esquizofrênica, percebem que já chegaram a se casar apenas quando estão se divorciando. Um ser que está intrinsecamente ligado ao outro escolher por optar, na mais repentina desatenção, pelo isolamento e ignorância das ações de seu par, permite-se ficar sujeito à sutileza da narrativa do mesmo, que o agrada até o momento em que não lhe é mais conveniente.

A participação do indivíduo na política não é percebida como uma consequência da alta cultura, mas entendida, simplesmente, como um fim possibilitado pela vontade própria do indivíduo em aprendê-la. Como um gosto, alguns apreciam de mais, outros, de menos. Seja qual for o momento histórico, apresentam-se, concomitantemente, eleitores ferrenhos - apreciadores das notícias e análises políticas, e eleitores perdidos - à deriva e passivos ao mesmo ambiente.

Em tal contexto, o discurso político e sua repercussão emergem como potencial narrativo capaz de criar no imaginário popular - este tentando entender seu país, mediante o caos estruturado - a ideia de estar vivendo no amaldiçoado Tártaro ou na irrelevância e desorientação do Campo de Asfódelos, e até mesmo, na fortuna dos Campos Elísios.

Uma amostra patenteada da percepção do eleitor no cenário brasileiro foi vista durante as eleições de 1994, na veiculação de uma mensagem, no tempo e formato corretos, na

mais que perfeita sincronia da comunicação eleitoral - governamental. Tal mensagem, que bem executada, determinou a vitória de Fernando Henrique Cardoso à Presidência da República - candidato que, um ano antes, foi nomeado ao cargo de Ministro da Fazenda durante o governo Itamar Franco. Seu objetivo: controlar a inflação que já alcançava a marca de 1348% em maio de 93.

Entre suas medidas, preparou o Plano Real para entrar em prática logo no ano seguinte. A circulação do Real iniciou-se no primeiro dia de Julho de 1994 - três meses antes do dia da eleição - mesmo período estipulado e programado para que outras medidas tomadas pelo ministro concretizassem, enfim, seus efeitos.

Além disso, junto com a execução do Plano Real, utilizou-se da âncora cambial para segurar a inflação nos primeiros três meses. Neste período, R$ 1,00 passou a valer U$ 1,00 e, segurando a inflação perto de 0% nos meses de Agosto, Setembro e Outubro, FHC conseguiu concretizar suas façanhas dias antes da eleição. Tal convergência de sucessos foi, para muitos crédulos da época, apenas um exemplo da Teoria da Mera Coincidência, em vez de uma simples estratégia eleitoral/governamental não explícita da boca pra fora.

> Toda campanha política é única, inteiramente diferente das outras. Inversamente, toda campanha política é idêntica a quaisquer outras. Quem pretender repetir ponto por ponto uma campanha que deu certo no passado pode incorrer em grave erro. Mas quem esquece os princípios gerais, que estão presentes em qualquer campanha, comete erro ainda maior. (FIGUEIREDO, 1994, p.109)

Imaginemos a surpresa das pessoas quando, no mesmo período, FHC se demite do cargo de Ministro para ser candidato à Presidência da República pelo PSDB e, aos pés da eleição, repercute-se uma conversa, captada por antenas parabólicas, entre Rubens Ricupero e o candidato a respeito da eleição. “Na conversa, Ricupero - um dos articuladores do Plano Real - disse que o Plano foi usado como propaganda para beneficiar a candidatura de Fernando Henrique”. (Doc. Teatro das Tesouras - 1994, 2018).

A Circunstância Eleitoral

No caso Amazônia, as comunicações a serem avaliadas englobam uma análise das bases eleitorais de ambos os presidentes. Começando por Emmanuel Macron, ex-ministro da

economia que obteve sua subida à Presidência da República em maio de 2017. Em clara oposição a Marine Le Pen, autointitulado "nem de esquerda e nem de direita", destacando seu desgosto pelo sistema político francês atuante, e visto como o novo rosto para esta classe tradicional, Macron se encontrou no meio de uma estagnação econômica somada a um ceticismo político exacerbado.

A insatisfação com os presidentes antecessores - Jacques Chirac e Nicolas Sarkozy - nas últimas décadas, permitiu a criação de uma vontade catatônica característica de um cenário polarizado e instável, alavancada pelos recentes ataques terroristas e a profunda crise econômica que se abateram sobre os franceses.

Tanto Macron, quanto Le Pen adotaram estratégias que, por suas características intrínsecas, obtiveram resultados já esperados. Segundo o Instituto Ipsos, 43% dos votos em Macron tiveram como motivação impedir Le Pen, e 33% dos votos foram pela renovação política que o candidato representava. Por Le Pen, 22% dos votos foram para barrar Macron, e 41% pela mesma renovação política desejada. Esse confronto direto englobou a notória política do medo perante a oposição e a sensação de esperança por algo diferente, aspectos imanentes ao populismo clássico.

Em sua obra "*Tratado de Comunicação Organizacional e Política*", Gaudêncio Torquato menciona:

> Em suma, o discurso político leva em conta o ânimo social - a natureza do estado coletivo - e a tipologia comportamental dos cidadãos, agindo, com maior ou menor intensidade, sobre os mecanismos sensoriais de cada um. O discurso político é um agente poderoso de poder. (TORQUATO, 2008, p.24)

A vitória de Macron, e a instauração do aumento dos preços dos combustíveis e do custo de vida no país ao final de 2018, fez do presidente - do mesmo jeito que fez de Chirac e Sarkozyda - a vidraça a ser quebrada da vez, levando uma das maiores e incuráveis dores de cabeça de seu governo - "os coletes amarelos", 300 mil manifestantes e 55% de aprovação das revoltas pela população.

Jogaram e jogam-lhe paus e pedras por suas ações governamentais não atenderem às injustiças sociais e econômicas presentes na França. Tais manifestações se mostram presentes até o momento da produção deste artigo, consagrando a marca de 1 ano em

novembro de 2019, mesmo com o desinchaço de suas motivações. Em suma, a perda de popularidade de Macron vem se mostrando constante ao longo de seu mandato.

Dois anos depois após a posse de Macron, Jair Bolsonaro assume o cargo da Presidência da República Brasileira e este, assim como aquele, buscou votos em pautas anti-oposição ou anti-establishment, reformas econômicas e promessa de inovação, seja ela qual for. Com a mesma insatisfação pelos governos anteriores - Dilma Rousseff e o legado petista - Bolsonaro ganhou grande apoio da população que não desejava que seu opositor, Fernando Haddad - candidato pelo partido dos trabalhadores fosse eleito.

Solidificou uma abordagem caracteristicamente coloquial e ríspida, em contrapartida com o excesso de grandiloquência dos antigos representantes. Esta, a maior dificuldade comunicacional nos aspectos das relações exteriores de seu governo e também um dos pontos positivos mais importantes para a sua base eleitoral que, por uma aversão a promessas soberbas, conforma-se com a sua "brasileiragem" no modo de falar.

> Quando a distância é muito grande, há uma deformação do corpo, uma descaracterização da identidade. O ideal seria que a sombra estivesse mais próxima do corpo, a imagem estivesse mais próxima da identidade. O eleitor percebe a distorção entre o que um candidato é e o que pretende mostrar. (TORQUATO, 2008, p. 185).

O dilema de agradar a população local, que envolve tanto apoiadores quanto críticos, e a recepção internacional, torna-se um eterno empecilho para a sua governabilidade atual. Uma grande repercussão envolveu o nome de Bolsonaro e de seu governo justamente no caso Amazônia, sete meses após a sua posse.

Desde sua campanha eleitoral, evidenciou seu desinteresse (ou sua falta de dar a devida atenção) às questões ambientais. Em uma acumulação de ações que não lhe deram crédito como: a fusão do Ministério da Agricultura ao Ministério do Meio Ambiente, antes cogitado ser extinto; a defesa do uso dos recursos da Amazônia; críticas sobre o excesso de leis ambientais no país; a demissão do diretor do Inpe - Ricardo Galvão; a suspensão da contribuição da Alemanha e Dinamarca ao Fundo da Amazônia; e críticas próprias aos mesmos países, Bolsonaro determinou um pretexto imagético de não possuir nem perto de suas prioridades, a questão ambiental.

E, por outro lado, como já levantado neste artigo, a variável a ser observada, além do discurso político, é a gestão de imagem. Na Bolívia, por exemplo, onde os mesmos

incêndios ocorriam, Evo Morales - antes das denúncias de fraude eleitoral, chegou a sobrevoar as áreas bolivianas em questão, e determinou o processo criminal de qualquer um que tenha sido comprovado como iniciador de algum incêndio - atitude demorada a ser aplicada pelo governo brasileiro. No mesmo período, chegou a contratar também, um Boeing 747 Supertanker para combater as chamas, e anunciou a montagem de um gabinete de emergência ambiental.

Bolsonaro permitiu, através da falha comunicacional nos aspectos ambientais, que a redenção de Macron fosse iniciada. Diante de uma participação ambientalista no corpo eleitoral europeu - grande parte representada pela ascensão dos partidos denominados "Verdes" que afloram pela Europa, o francês aproveitou as notícias dos primeiros fogos quando os mesmos emplacaram na mídia internacional.

Tendo também, a França, como representante de 20% do setor agrícola da UE, e sob a regulamentação da PAC - Política Agrícola Comum, sistema este que tem como um de seus pilares/normas: a *atribuição de incentivos financeiros ao pousio, à reconversão de produções, à reflorestação, à criação de reservas ecológicas e parques naturais e à agricultura por meios naturais* (em outras palavras, a corroboração das diretrizes ecológicas pelos participantes permitem aos mesmos, a utilização de subsídios agrícolas), o presidente confrontou o acordo realizado, no dia 28/06 de 2019, entre a UE e o Mercosul, mediante à insatisfação de parte da população francesa.

A sua principal constatação foi: a suposta concorrência desigual que a entrada dos países do Mercosul na zona comercial da UE proporcionaria aos países europeus. A não vigência dos países latino-americanos às normas da PAC para o setor agrícola (que para países da Europa, é de essencial importância, pois não detém da alta capacidade competitiva que países como, por exemplo, o Brasil possui) ocasionaria em uma suposta competição desleal. Em outras palavras, novamente, para se concorrer à efetividade do Mercosul, países europeus necessitarão de subsídios, e somente os receberão seguindo regras. Estas mesmas regras proporcionariam um maior custo de produção, assim tornando-se uma competição desigual.

> Assim como acontece com o produto (se referindo a um dos P's de Marketing - Produto, Preço, Praça e Promoção), o posicionamento do candidato é fundamental. Existem anseios, desejos, expectativas, que devem ser levantados por meio de pesquisas sérias, a serem atendidos

> para qualquer eleitorado (...). Pautar o candidato dentro dessas expectativas é a chave da questão. (FIGUEIREDO, 1994, p.15)

Macron, assim, determinou sua abordagem. Somando a causa do corpo eleitoral ecológico/ambiental europeu, ao ver as chamas se perpetuando na América do sul, ao corpo eleitoral agrícola de grande representação na UE - que possuem um histórico agrícola protecionista, seu posicionamento foi claro.

Sindicatos e organizações agrícolas franceses - como o FNSEA, alemães - como o Deutscher Bauernverband, italianos - como Coldiretti, assim como os de interesses Pró-UE - como a Copa Cogeca, entre outras vozes europeias, serviram de base de sustentação para uma nova iniciativa comunicacional do presidente, e por fim, iniciou sua entrada na questão Amazônica, como veremos adiante.

Devo esclarecer aqui que, sem sombra de dúvidas, existem outros inúmeros fatores que contribuíram para a ascensão de Macron à PR, além da questão agrícola/ecológica. Este direcionamento tem como objetivo, unicamente, englobar uma cadeia de comunicações escolhidas pelo emissor em um determinado momento, em um determinado contexto. O mesmo caso aplica-se ao presidente brasileiro.

A partir do mês de Agosto, o olhar internacional observou a dificuldade da soberania brasileira em gerir uma segurança a respeito do controle das chamas e a proteção das florestas, pauta ecológica esta, pouco difundida em seu plano de governo. A situação chegou ao seu ápice quando, uma semana após a repercussão na mídia, se deu a formação de um “rio” de fumaça que acobertou grande parte da região Centro-Oeste do Brasil. Assim estava determinado o contexto geopolítico midiático do mês.

A Diplomacia Tardia

Erguido os megafones - ou os 280 caracteres do Twitter, a corrida de apontamento de dedos se iniciou, e, da mesma forma que em quaisquer eleições diretas, o 2º turno encarna a bestialidade antagônica à democracia que as próprias eleições remetem, a recusa da cordialidade diplomática entre o maior símbolo de poder de uma nação ao outro igual, e vice-versa, demonstra a realidade que o Séc. XXI nega existir. A de que, ora essa, não estamos no ápice do respeito e da civilidade humana, apesar de todas as evoluções tecnológicas.

Somado a isso, é evidente a importância da comunicação para o imaginário do homem, e quem melhor para divulgar tal comunicação, senão a mídia. Esta, porém, sob o respaldo de uma autoridade que se arraiga em uma credibilidade de décadas atrás, acusa qualquer nova fonte de informação de ser uma concorrente desmerecida, para não ter que admitir que a natural descentralização dos veículos transmissores de informações, a partir do desenvolvimento de novas tecnologias, igualou seu alcance ao de um celular na mão de um único indivíduo.

Atualmente, a mídia demonstra um cinismo vaidoso digno daquela que se autoproclama, nominalmente, como a detentora da verdade, quando na superficialidade dos fatos, ainda debate quais dentre elas é a mais verdadeira. Os meios de comunicação, inevitavelmente, se tornaram um quadro de propaganda enviesada escancarada, quando, para sobreviverem nesse mercado, tiveram de apelar para aquilo que sustenta a picuinha humana - a narrativa, a polêmica, a fofoca. A respeito da propaganda no imaginário do homem, Olavo de Carvalho cita brevemente em sua obra "*O Jardim das Aflições*" (2015):

> Os *slogans*, as figuras, os *jingles* e logotipos da propaganda povoam a imaginação do homem de hoje exatamente como outrora os anjos, demônios, heróis e duendes do imaginário tradicional. Eles formam o vocabulário básico no qual o habitante das grandes cidades expressa seus desejos, aspirações e temores. O *homo urbanus* está preso no círculo da linguagem publicitária, já que sua imaginação não tem outra fonte para buscar inspiração e modelos de conduta além das comunicações de massa. (CARVALHO, p. 114 e 115)

Não é de se esperar, portanto, que na era da "paz e diversidade", haja justamente o crescimento dos confrontos e segregações. Se, durante sua formação como indivíduo, autor dos próprios pensamentos e ações, um homem é acusado de ser o Inimigo ou o Vilão, condutor de uma moral inexistente – características estas amplamente disseminadas por tudo e todos – e depois é exigido que pregue, com verídica intenção, pela paz, pelo respeito e a diversidade, então pela incongruência mais descarada, acaba por entrar em um estado de neurose propício à desestruturação da própria alma. Eis que é normalizada e encorajada, a loucura dos indivíduos e massas.

Mas não devemos ignorar o verdadeiro intuito da comunicação. Neste ambiente caótico e desprovido de uma moral vigente, é de uma ingenuidade assombrosa achar que cada posicionamento perante a Amazônia não possua outras intenções, além do que foi

escrito/dito. Mesmo que a conscientização ambiental seja, de fato, uma pretensão verídica, ela, ao se respaldar em qualquer entidade política, permitiu ser usada como ativismo pelas as mesmas, e acabou perdendo, por essa mesma consolidação, a substância de seu ideal. A natureza acima das questões políticas se transformou na natureza que se submete às ações de grupos políticos.

Após a entrada na pauta Amazônica, Macron acusa Bolsonaro de ter mentido sobre o clima, e se opõe ao acordo EU - Mercosul. Declarando iniciativas para a reunião do G7, o francês se posiciona perante o mundo – e principalmente, ao 1/3 dos partidos europeus, possuidores de valores ambientais.

Encaixa aqui, enfim, a análise das bases eleitorais dos presidentes que, ambos cercados por grandes desafios governamentais, altos níveis de rejeição, e tendo o ano de 2022 como uma próxima possível reeleição, demonstra as similaridades entre duas personalidades tão diferentes. Macron, recuado por constantes manifestações e apresentando, a cada dia, uma maior rejeição, apoia-se no Acordo de Paris – atualmente, um dos maiores símbolos ecológicos mundiais – e no protecionismo histórico vigente ao setor agrícola francês – uma das principais potências do setor na Europa - contra Bolsonaro – que possui, como já visto, um pretexto imagético anti-ambiental, remetente à sua campanha eleitoral, e a defesa dos recursos amazônicos para o desenvolvimento econômico do país – pauta econômica perpetuada no plano de governo brasileiro.

Após o posicionamento do francês, o brasileiro exige a retirada dos insultos à sua pessoa, e questiona a questão climática ser abordada em uma reunião, sem a presença do Brasil. Nesse caso, Bolsonaro apoia-se em seu ideal de pátria soberana, observada desde a sua campanha, e que é notoriamente adorada pelo seu corpo eleitoral. Até mesmo sua caricatura é envolvida quando, através das redes sociais, envolve a esposa de Macron, Brigitte, ao conflito. Característica esta, que também remetida aos seus filhos, incorpora a apreciação do mesmo corpo eleitorado que o elegeu.

Mais uma vez, a soberania brasileira é reiterada quando, ao se pronunciar perante o conflito, Macron levanta a hipótese de internacionalização da Amazônia. Foi, certamente, munição para o capitão do exército. Ao mesmo tempo, fora de escala brasileira, membros da UE hesitam em ratificar o acordo entre os dois blocos

econômicos, alegando as mesmas preocupações apontadas por Macron, mas que, por haver desavenças entre os próprios membros, serviu de tiro pela culatra para Macron, em alguns momentos. Em outros, conseguiu apoio de lideranças nacionais que identificaram a mesma constatação perante o acordo econômico.

Neste embate, onde se acabou exigindo até mesmo pedidos de desculpas de um candidato ao outro, e vice-versa – grande exemplo da maturidade global que o Séc. XXI representa, alguma parte, como na maioria dos casos, acaba cedendo, seja pela conveniência do momento ao observar o lugar nenhum que este confronto está levando, ou até outra polêmica tomar a atenção da população – pelo menos no seu final de semana, e inevitavelmente, esquecer a anterior na manhã de segunda-feira – como foi o caso.

Considerações Finais

Ao final de dois meses, a crise planetária havia desaparecido, a fumaça diplomática havia se dissipado, o Natal e 2020 estavam chegando, mas ambas as partes estavam prejudicadas. Embora as chamas tenham, eventualmente, sido controladas, e a crise de imagem do PR brasileiro ter sido gerida, o governo brasileiro ficou marcado mundialmente em seu 1º ano de posse, enquanto Macron, que tentou puxar uma briga que não precisava, obteve confrontos até mesmo com outras nações europeias. Ao fato que, a questão Amazônica, seis meses após seu ápice, ainda é discutida, mas o fervor que a acompanhava, a santidade "óbvia" daqueles que a defendiam, e a demonização aparente daqueles envolvidos diretamente, demonstrou ser uma exaltação desnecessária para a causa.

Por uma ironia e coincidência do universo, o presidente francês se encontra em uma situação na qual o governo brasileiro havia acabado de sair – a Reforma da Previdência. Aquela que encaminhou por polêmicas e desavenças no contexto brasileiro, passa pelo mesmo processo nas terras francesas, porém em uma escala muito maior. Percebe-se assim que, não importando o viés político, a conduta governamental, o pretexto eleitoral e o país em questão, é de extrema necessidade a gestão comunicacional, assim como sua percepção no imaginário do cidadão, para o marketing de um grupo de poder.

A própria campanha eleitoral estampa a essência da "politicagem" ao, mediante um prazo, desenvolver um Produto (candidato), sob um determinado Preço (discursos e promessas), para uma determinada Praça (potencial eleitor) e com a respectiva Promoção (45 a 90 dias de período de campanha com todas as artimanhas possíveis, como os jingles, o tempo de TV, logos, bordões, slogans, entre outros). Os 4 P's essenciais do Marketing.

Entende-se, portanto, que na política, o parecer eleva-se sobre o ser. Faz parte da natureza do próprio jogo de poder que define as grandes disputas da humanidade durante toda a sua existência. Cabe ao leitor ou estudioso, pela própria curiosidade ou necessidade de saciar seu interesse e entender este tipo de comunicação, em levar-se por esse caminho – que tem muito a ensinar, sustentado pelo ceticismo contrário à idolatração de discursos e promessas, ou que caia no abismo da cegueira deliberada proporcionada pelo o ideal de mundo perfeito. Onde o certo e o errado, o Bem e o Mal, são facilmente identificados por uma pretensão descomunal de cada ser por ai que não se permite aprofundar em algo, pelo simples fato de necessitar um clique a mais e 1% a menos.

Referências Bibliográficas

BURKE, Edmund. **Reflexões sobre a revolução na França.** 4. ed. Campinas, SP: Vide Editorial, 2017.

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política.** São Paulo: Cengage Learning, 2008.

FIGUEIREDO, Ney Lima. **Jogando para ganhar.** São Paulo: Geração Editorial, 1994.

CARVALHO, Olavo de. **O Jardim das Aflições.** 3. ed. Campinas, Sp: Vide Editorial, 2015.

FIGUEIREDO, Filipe; PINTO, Matias. **Xadrez verbal podcast #206 – Assembleia Geral da ONU, Peru e Equador.** 2019. Disponível em: <http://www.central3.com.br/xadrez-verbal-206-adeus-lenin/>. Acesso em: 11 out. 2019.

FIGUEIREDO, Filipe; PINTO, Matias. **Xadrez verbal podcast #201 – Amazônia, América latina e Europa.** 2019. Disponível em: <https://xadrezverbal.com/2019/08/24/xadrez-verbal-podcast-201-amazonia-america-latina-e-europa/>. Acesso em: 28 nov. 2019.

FIGUEIREDO, Filipe; PINTO, Matias. **Xadrez verbal podcast #especial – Acordo Mercosul – UE – Parte 1.** 2019. Disponível em: <https://xadrezverbal.com/2019/07/10/xadrez-verbal-podcast-especial-acordo-mercosul-ue-parte-1/>. Acesso em: 02 jan. 2020.

NASA. **Focos de Incêndio - 18/08/2019.** 2019. Disponível em: <https://go.nasa.gov/2r5Hk9o>. Acesso em: 02 nov. 2019.

O Teatro das Tesouras | 1994 [s.i]: Brasil Paralelo, 2018. (19 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4aqhPpHlm1c&t=545s>.

ELAINE ORTIZ. **A escolha que vai mudar a Europa.** 2017. Disponível em: <https://istoe.com.br/escolha-que-vai-mudar-europa/>. Acesso em: 14 nov. 2019.

G1. **43% dos votos a Macron foram contra Le Pen, diz pesquisa.** 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/eleicoes-na-franca/2017/noticia/43-dos-votos-a-macron-foram-contra-le-pen-diz-pesquisa.ghtml>. Acesso em: 16 nov. 2019.

ISTOÉ. **Agricultores europeus criticam o acordo UE-Mercosul.** 2016. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/agricultores-europeus-criticam-o-acordo-ue-mercosul/>. Acesso em: 18 nov. 2019.

GABRIELA RUIC - EXAME. **Eleições europeias: onda verde ofusca o avanço nacionalista e eurocético.** 2019. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/mundo/eleicoes-europeias-onda-verde-ofusca-o-avanco-nacionalista-e-eurocetico/>. Acesso em: 29 nov. 2019.

DW BRASIL. **Protestos na França marcam 1 ano dos "coletes amarelos".** 2019. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/protestos-na-fran%C3%A7a-marcam-1-ano-dos-coletes-amarelos/a-51279079>. Acesso em: 18 nov. 2019.

BBC. **Q&A: Reform of EU farm policy.** 2013. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/world-europe-11216061>. Acesso em: 01 jan. 2020.

EC.EUROPA.EU. **Aims of the common agricultural policy.** 2019. Disponível em: <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/cap-glance>. Acesso em: 05 jan. 2020.