

DAS MEDIAÇÕES AO PODER SIMBÓLICO: UMA ANÁLISE DO "CLUBE DO LIVRO DO PSB" COMO ESTRATÉGIA POLÍTICO-PARTIDÁRIA

VANESSA COUTINHO MARTINS¹

MAYRA REGINA COIMBRA²

PEDRO AUGUSTO SILVA MIRANDA³

RESUMO

Clubes de leitura caracterizam-se como espaços de mediações entre obra e leitores. Este artigo tem como objetivo compreender em que medida o "Clube do Livro do PSB" se configura efetivamente como essa atividade. O trabalho traz à tona o conceito de mediação (MARTÍN-BARBERO, 2008), articulado com a discussão sobre os campos sociais e disputa de poder (BOURDIEU, 2001) e, ainda, discussões dos campos sociais, política e literatura. Com auxílio da metodologia Análise da Materialidade Audiovisual (COUTINHO, 2016; 2018), concluímos que o destaque do clube não está no leitor e sim nos convidados. Logo, os encontros configuram-se como um espaço de reafirmação de ideologias político-partidárias, podendo ainda serem associados ao conceito de campanha permanente (JOATHAN; LILLEKER, 2020).

Palavras-chave: Clube do Livro. Poder. Literatura. Mediação. PSB.

Introdução

Clubes de leitura possuem a prática mediadora como cerne, seja essa prática por professores ou organizadores de eventos literários, por exemplo. Para Martín-Barbero (2008), a leitura, por si só, é um espaço de mediação. Tomando como base os conceitos do autor, é possível afirmar que esses encontros, a partir de trocas relacionais e partilha de ideias, são espaços de mediação. Lopes (2018), em uma visão mais ampla do conceito, e que se aproxima à de Martín-Barbero (2008), teoriza sobre a importância da mediação, posto que a comunicação está mediando nossas formas de vida no cerne da sociedade.

1 Doutoranda e mestra em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCOM/UFJF). Bolsista de Pós-graduação CAPES. Integrante do grupo de pesquisa "Narrativas Midiáticas e Dialogias" (CNPq/UFJF). Desenvolve pesquisas com foco em clubes de leitura, Educomunicação e Ecologia das Mídias. E-mail: vanessa-coutinhomartins@gmail.com

2 Graduada em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ), mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e doutoranda em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Tem como áreas de interesse Comunicação Política, Propaganda Política e Eleitoral, Teorias da Comunicação e do Jornalismo, Ciência Social e Política. E-mail: mayracoimbra@gmail.com.

3 Doutorando e mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCOM/UFJF). Bolsista de Pós-graduação UFJF (PBPG/PROPP/UFJF). Integrante do grupo de pesquisa "Narrativas Midiáticas e Dialogias" (CNPq/UFJF). Desenvolve pesquisas sobre telejornalismo, acontecimento e a grande cobertura telejornalística e história da televisão por assinatura. Jornalista graduado pela Faculdade de Comunicação Social da UFJF com atuação profissional em telejornalismo como produtor, editor e redator na TV Globo/GloboNews e na TV Integração. E-mail: pedro.miranda@estudante.ufjf.br

Os clubes de leitura possuem raízes no século XVIII, com encontros em grandes salões e, com o passar do tempo, sofreram migrações para os mais distintos ambientes de discussão (MARTINS, 2021). Com a expansão da *Internet*, esses encontros acharam no espaço digital aliados para sua propagação. Ainda, o contexto da pandemia da Covid-19 proporcionou a mudança de inúmeros eventos presenciais para a ambiência digital e os clubes de leitura remotos são uma expressão dessa virtualização da sociedade, ou uma “mídiatização da cultura e da sociedade”, como propõe Stig Hjarvard (2014).

No Brasil, pesquisas que envolvem clubes de leitura vinculadas a outros campos de estudo fora do ambiente escolar e da área da Educação são poucos, segundo mapeamento realizado por Martins (2021). Dessa forma, faz-se necessário a análise sobre experiências de interações entre leitores nos meios digitais à luz de reflexões que expressam o sentido da mediação nesses ambientes dentro do campo da comunicação. Nesta produção científica, optamos por uma aproximação de análise de clubes de leitura no campo comunicacional em uma vertente com os estudos culturais, em um ambiente que reflete a mediação e disputas de poder (BOURDIEU, 2001).

Logo, escolhemos como objeto empírico o “Clube do Livro do PSB” - uma parceria da JSB (Juventude Socialista Brasileira) e a Fundação João Mangabeira (ligada ao Partido Socialista Brasileiro) - um clube de leitura que, segundo os organizadores⁴, tem o objetivo de estimular o hábito da leitura, gerar interações entre os participantes e promover contato direto com a literatura política do país.

Segundo dados da pesquisa “Retratos da Leitura no Brasil” (2021), o gênero político de literatura⁵ não é popular entre os brasileiros, aparecendo nas pesquisas com apenas 13% de preferência no ano de 2019, seja no formato impresso ou digital. Assim, a análise de um clube de leitura que privilegia esse tipo de literatura visa fornecer contribuições de um segmento específico, mas que pode impulsionar as sociabilidades a partir da leitura de temas socialmente relevantes.

A pesquisa em questão se articula em dois pilares teóricos. O primeiro é a discussão sobre os campos sociais e como eles se articulam entre si na disputa pelo poder. O segundo concentra-se na discussão de dois campos sociais que interpelam o nosso objeto - a política e a literatura. Buscamos, dessa forma, compreender em que medida esse clube de leitura se configura efetivamente com o que se propõe a ser ou se existe disfunção no seu processo de realização. O objeto empírico em questão é interpretado a fim de investigar: 1) Quais são as vozes desse clube de leitura e 2) Quais as temáticas que pautam e são pautadas nesses encontros.

Optou-se por trabalhar com o método de Análise da Materialidade Audiovisual (AMA) (COUTINHO, 2018; COUTINHO, 2016), que possibilita a investigação de conteúdos audiovisuais sem que ocorra a dissociação de seus elementos ao longo de sua observação e, consequentemente, sem decompor o objeto investigado de suas características percebidas pelo público. Um conceito fundamental para o método e para a presente análise é o de “promessa” apresentado por Jost (2004). O teórico propõe um modelo de comunicação televisual/auditivo baseado, principalmente, no gênero como um intermediador, entre a emissão e a recepção. Para Jost (2004), o gênero do produto comunicacional possui uma promessa que se relaciona

4 Disponível em: <https://www.socialismocriativo.com.br/clube-do-livro-do-psb-discutira-obra-de-manuela-davila-sobre-fake-news/>. Acesso em: 05 out. 2021.

5 Na pesquisa, o gênero foi enquadrado juntamente com os gêneros de História, Economia, Filosofia e Ciências Sociais.

diretamente com o pertencimento e as possibilidades de ofertas de sentido do produto para quem o assiste.

Ao optar pela utilização da AMA, método validado por pares e empregado em dissertações de mestrado, artigos científicos publicados em periódicos nacionais e internacionais e livros/capítulos de livros científicos, buscamos nos valer do conceito de “promessa”, um dos referenciais teóricos da AMA, para pensar o “Clube do Livro do PSB”, a partir de seus recursos audiovisuais e de sua “promessa”. Portanto, tomamos como pressuposto a promessa de clube do livro, segundo Atwood (2000) e Martins (2021), para refletir em que medida há um “cumprimento” ou “descumprimento” ao leitor/público da promessa de um clube do livro, nos termos de Jost (2004).

A hipótese da pesquisa em questão é de que há um “descumprimento” da promessa pelo “Clube de Leitura do PSB”, sobretudo, a partir do conceito desses espaços como um ambiente para a participação e a interação entre os leitores.

Cabe destacar que os resultados do estudo apontam para a tendência do uso de clubes de leitura, dentre outras atividades, como estratégia de campanha permanente e de ampliação da base de filiados ao partido.

Os campos sociais e a disputa por poder simbólico

A organização social se constitui e se estrutura a partir do instrumento do poder. Esse elemento é responsável por reger todos os campos sociais e também é a razão pela qual os indivíduos estão em constante disputa. Johnson (1997), no Dicionário de Sociologia, conceitua poder como um conceito sociológico que abrange vários significados e em torno dos quais há também grande divergência. No entanto, aponta que a definição mais comum é a de Max Weber, que “conceitua o poder como a capacidade de controlar indivíduos, eventos ou recursos – fazer com que aconteça aquilo que a pessoa quer a despeito de obstáculos, resistência ou oposição” (JOHNSON, 1997). Esse poder pode ser usado desde as formas mais explícitas, para controlar eventos ou pessoas, até as formas mais sutis como a capacidade de moldar crenças e valores por meio do controle sobre a mídia ou instituições educacionais. Diferentemente da conceituação de Foucault (1979), que entende que o poder não está localizado em um determinado lugar, estrutura ou nas mãos de alguém. Para o autor, o poder não é algo que se pode ter em mãos, mas é algo que sempre circula. A partir dessa concepção, entende-se que os indivíduos estão constantemente envolvidos em relações de poder e não estão alheios a isso. Esse poder presente nas relações vai atuar como uma força capaz de coagir, controlar e disciplinar os indivíduos. Trata-se de um elemento estruturante capaz de manter a sociedade organizada.

É preciso não tomar o poder como um fenômeno de dominação maciço e homogêneo de um indivíduo sobre os outros, de um grupo sobre os outros, de uma classe sobre as outras; mas ter bem presente que o poder não é algo que se possa dividir entre aqueles que o possuem e o detêm exclusivamente e aqueles que não o possuem. O poder deve ser analisado como algo que circula, ou melhor, como algo que só funciona em cadeia. Nunca está localizado aqui ou ali, nunca está nas mãos de alguns, nunca é apropriado como uma riqueza ou um bem. O poder funciona e se exerce em rede. Nas suas malhas

os indivíduos não só circulam, mas estão sempre em posição de exercer este poder e de sofrer sua ação; nunca são o alvo inerte ou consentido do poder, são sempre centros de transmissão. Em outros termos, o poder não se aplica aos indivíduos, passa por eles (FOUCAULT, 1979, p. 193).

Para Bourdieu (2001) o poder é um instrumento simbólico e invisível, que rege todas as pessoas em sociedade, “(...) uma espécie de círculo cujo centro está em toda parte e em parte alguma” (BOURDIEU, 2001). Esse poder simbólico age como construtor da realidade e é ele que confere um sentido imediato ao mundo. Conforme Bourdieu (2001), esse poder somente pode ser exercido com a cumplicidade dessas mesmas pessoas que estão subordinadas a ele.

(...) num estado do campo em que se vê o poder por toda a parte, como em outros tempos não se queria reconhecê-lo nas situações em que ele entrava pelos olhos adentro, não é inútil lembrar que – sem nunca fazer dele, numa outra maneira de o dissolver, uma espécie de círculo cujo centro está em toda parte e em parte alguma – é necessário saber descobri-lo onde ele se deixa ver menos, onde é mais completamente ignorado, portanto, reconhecido: o poder simbólico é, com efeito, esse poder invisível, o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem. (BOURDIEU, 2001, p. 7).

Para o sociólogo, o poder simbólico atua de modo que pareça natural – sem coerção, inconsciente, remetendo a uma violência simbólica, pois, ao naturalizá-lo, está camuflando os processos de dominação.

Ao conceituar o termo, Thompson (1998) afirma que o poder se caracteriza pela “capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses, a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos e em suas consequências” (THOMPSON, 1998). E diferentemente do que os indivíduos costumam associar, o poder não é apenas aquele exercido pelo Estado ou pela política, mas aquele que se manifesta em ambientes totalmente contrários a estes.

O poder é um fenômeno social penetrante característico de diferentes tipos de ação e de encontro, desde as ações reconhecidamente políticas dos funcionários públicos até os encontros mais prosaicos entre indivíduos na rua. Se hoje comumente associamos poder à política, isto é, às ações de indivíduos agindo em nome do Estado, isto é porque os Estados se tornaram particularmente centros importantes de concentração de poder no mundo moderno. Mas a importância das instituições estatais não nos deveria ocultar o fato de que o poder manifestamente político é somente uma forma mais especializada de poder, e de que os indivíduos normalmente exercem poder em muitos contextos, que pouco ou nada têm a ver com o Estado (THOMPSON, 1998, p. 21).

Esse instrumento - poder - rege a sociedade, norteia as relações sociais e também provoca conflitos. Os campos sociais – espaços estruturados nos quais os agentes interagem e competem por uma posição de detenção do poder – entram em constante disputas e desenrolam lutas para adquirir ou manter o monopólio de capital: simbólico ou social. Bourdieu (2001) resalta que as estruturas dos campos sociais são semelhantes à estrutura de um jogo, nos quais se travam lutas no interior deles – relacionadas à distribuição e posse de um tipo de capital que se deseja obter – e também entre outros campos sociais – na tentativa de buscar a posse de um capital que está desigualmente distribuído e acumulado. “Cada campo é um campo de forças dotado de uma estrutura, e também de um campo de lutas para conservar ou transformar esse campo de forças” (BOURDIEU, 2001).

Ao considerar que as lutas não se dão apenas dentro dos campos, mas também fora deles e entre eles, entende-se que os campos sociais são ao mesmo tempo, concorrentes e complementares entre si. Para o autor, as pessoas/instituições “ricas em capital específico” são aquelas reconhecidamente identificáveis pelos seus pares. E é em busca desse reconhecimento que são travadas as lutas pelo poder.

No campo político, o que se tem tornado evidente é a disputa constante pelo domínio do poder. O que se percebe é que os políticos estão constantemente travando uma luta pela construção/desconstrução, imposição e fidelização de sua imagem na retina de seu público, antes restrita aos períodos que compreendem grandes disputas (BLUMENTHAL, 1980; HECLO, 2000; LILLEKER, 2007).

Política e literatura

Em 1516, o filósofo e escritor inglês Thomas Morus publicou o livro “A Utopia”, considerado um dos clássicos da literatura mundial, sendo classificado como um gênero político-literário. Na obra, Morus provoca o leitor a imaginar outras sociedades possíveis. Utopia (junção dos termos gregos “ou” - negação, “tópos” - lugar, e “ía” - qualidade, estado), ou seja, o não-lugar, é uma ilha afastada do continente europeu com uma sociedade ideal, sem diferenças, que traduz um estado de bem-estar social. Ao mesmo tempo que é perfeita, a metáfora da ilha se traduz como algo inatingível.

O livro reflete em forma de crítica o contexto sócio-histórico europeu no qual Morus estava inserido. Segundo Mumford (1922), a Europa encontrava-se em um período de violência e desordem com a emergência de regimes absolutistas e do colonialismo. Período em que os camponeses estavam sendo expulsos do campo para as cidades, aumento da fome e da miséria em paralelo ao enriquecimento e estilo de vida suntuoso dos reis e nobres.

A narrativa de Morus vai de encontro a esse cenário europeu do séc. XVI. Na “República de Utopia” nenhum cidadão poderia causar mal a outro em razão da religião, fanatismo e intolerância. Caso contrário, eram punidos com a expulsão do território de Utopia. A liberdade de culto e expressão religiosa eram asseguradas na ilha. A paz também é um princípio de Estado em Utopia que se mantinha afastada de conflitos externos. E o bem-estar da população era garantido e administrado pelo parlamento que tinha como principal objetivo a felicidade e a equidade social entre os habitantes.

A obra de Morus nos permite fazer aproximações entre o campo político e o literário. Para Xingjian (2011), a literatura não é um relato de fatos, como os registros históricos, por exemplo, e não faz da crítica social sua principal missão. No entanto, a literatura se vale da estética, que emana da natureza humana estando estreitamente ligada à cultura, a teia de sentidos atribuída pelo homem ao mundo, em sua composição.

Contextualização: O "Clube do livro do PSB"

Atwood (2000), em prefácio para o livro *The book group book*, afirma que as similaridades encontradas nas mais variadas formas desses encontros dizem respeito aos participantes gostarem de ler e de conversar sobre o que leram. Segundo a autora, a conversação nos clubes de leitura, usualmente, consiste de participantes tentando concordar com o que ocorreu no livro, se eles aprovam ou não aprovam os rumos estabelecidos na narrativa, qual é o significado que o autor aparentemente atribuiu aos acontecimentos e se há alguma pista para os nossos tempos.

Para Martín-Barbero (2000),

... muito daquilo que escutamos, nossos gostos, nossas concepções do mundo, não são individuais, são coletivos. Tem a ver com classe social, com grupo familiar, tem a ver com a região da qual procede ou onde vive, elementos raciais, elementos étnicos, idade. (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 155)

Lançado em abril de 2021, o "Clube do Livro do PSB" é uma iniciativa do Partido Socialista Brasileiro (PSB), em parceria com a Fundação João Mangabeira (FJM) e com a Juventude Socialista Brasileira (JSB), e, conforme informações de divulgação⁶, conta com encontros quinzenais para debater a autorreforma do partido e fazer discussões de livros que, segundo os organizadores⁷, são importantes para a formação política dos indivíduos.

Segundo Tony Sechi, dirigente da JSB e mediador do clube, o projeto "(...) tem por objetivo estimular o hábito da leitura, gerar interação e integração da militância, além do contato direto com as referências do partido e da literatura política do país (...)" (SECHI, 2021, *online*)⁸.

Na ficha de inscrição, o interessado em participar encontra a informação de que os encontros são abertos para qualquer pessoa. As reuniões acontecem no *Zoom* e o participante recebe, gratuitamente, por correio os livros que serão debatidos. O clube possuía, até o sétimo encontro, 560 inscritos.

Nos encontros, além da presença do mediador, há a presença do autor do livro ou de algum convidado para que possa fornecer um resumo do que se trata a obra escolhida. É interessante notar, porém, que todos os autores das obras debatidas são da região Sul do país, com exceção à obra do autor moçambicano escolhido para debate no 5º encontro, que contou com resumo apresentado por uma convidada.

6 Disponível em: <https://www.psb40.org.br/noticias/fjm-e-jsb-lancam-clube-do-livro-neste-sabado-10-com-a-participacao-do-presidente-do-psb/>. Acesso em: 26 set. 2021.

7 Ficha de inscrição do clube com as informações sobre sua estrutura disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdJ0-F63oSFEp1dmBF846TdXWl039C0b2iFfDtqYjc4-33ITg/viewform>. Acesso em: 26 set. 2021.

8 Disponível em: <https://www.socialismocriativo.com.br/clube-do-livro-do-psb-discutira-o-sentido-perdido-da-revolucao/>. Acesso em: 10 dez. 2021.

Figura 1 - 4º encontro do Clube do Livro do PSB com Manuela d'Ávila



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=fKdL4AayjqY&t=3982s> . Acesso em: 03 out. 2021.

A partir do 4º encontro, segundo informações fornecidas na reunião, os encontros passaram a ser transmitidos via *YouTube* devido à grande procura da discussão com Manuela d'Ávila.

A estrutura mediadora da literatura *Bibliothèque Bleue*, apresentada por Martín-Barbero (2006), nos fornece bases importantes para reflexões de mediação no contexto analisado. Segundo o autor, o início dessa literatura deu-se no começo do século XVII, em que a família Oudot, que possuía a ocupação de livreiros-editores, iniciou as atividades de publicação de folhetos impressos em um papel mais grosso e granuloso, recobertos por uma folha de cor azul que daria o título a esse tipo de literatura: a *Bibliothèque Bleue*.

O editor aproveita os caracteres das letras já muito gastas e põe os próprios tipógrafos e demais operários da imprensa a resumir e reescrever romances, contos de fadas, vidas de santos, receitas médicas, calendários etc. Quer dizer, o editor utiliza os trabalhadores da imprensa como mediadores para selecionar tradições orais e adaptar textos que vêm da tradição culta (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 146).

Para o autor, folhetos da literatura *Bibliothèque Bleue* vão à procura de seus leitores, misturando-os com as coisas elementares da vida e do cotidiano. Dessa forma, pensar em clubes de leitura nos faz refletir sobre o gênero escolhido para debates nesses encontros como um tipo de mediador.

Ainda, é importante pensar no papel dos leitores nessas reuniões. Atwood (2000) afirma que o assunto real e oculto das discussões em grupos de leituras são os próprios membros do grupo. Segundo a autora, os participantes estão prontos para revelar suas dúvidas e convicções e, acima de tudo, seus próprios gostos.

Retomando a discussão sobre o debate político promovido por clubes de leitura, podemos citar: o “Clube do livro à Esquerda”⁹, voltado à circulação de obras e debates socialistas; o “Clube do Livro da Expressão Popular”¹⁰, que tem como objetivo impulsionar a formação política e ideológica de militantes de esquerda; o “Ludovico Clube do Livro”¹¹, para liberais e empreendedores do Brasil; e o clube do livro “Armas da Crítica”¹², que propõe debates sobre economia, política, história e cultura. Neste mapeamento, o único clube do livro criado por um partido político é o objeto analisado no presente artigo.

Metodologia e corpus de análise

O *corpus* de análise delimitado corresponde a quatro encontros do Clube do Livro do Partido Socialista Brasileiro (PSB) com transmissões disponíveis no canal do *YouTube* do partido. São eles: 4º encontro, que contou com a presença da autora do livro “E se fosse você?”, Manuela d’Ávila; 5º encontro, em que os participantes debateram o livro “De todos se faz um país”, de Óscar Monteiro, sem a presença do autor moçambicano; 6º encontro, com a presença do autor do livro “Economia Política Inclusiva, Criativa e Sustentável”, organizado pela Fundação João Mangabeira; e 7º encontro, em que o foco foi o livro 5 da autorreforma do partido, com a presença de Domingos Leonelli, responsável pela redação da autorreforma do PSB.

A escolha desse recorte metodológico se explica por serem as únicas edições disponíveis na plataforma do *YouTube* do partido. A metodologia utilizada é a Análise da Materialidade do Audiovisual (COUTINHO, 2016; COUTINHO, 2018). Tal metodologia toma como base preceitos avaliativos que incluem o texto, o som, a imagem, o tempo e a edição, e os procedimentos metodológicos envolvem “(...) o estabelecimento de eixos e itens de avaliação tendo em vista as questões de pesquisa, o referencial teórico utilizado e ainda, mas não menos importante, os elementos paratextuais (...)” (COUTINHO, 2016).

A autora toma como base o conceito de paratexto descrito por Genette (2009), que se refere aos conteúdos que acompanham uma obra, como informações de autoria ou qualquer tipo de referência existente sobre o texto. É importante frisar que para Coutinho (2016), o termo “texto” não se refere apenas às obras escritas, mas também aos materiais audiovisuais em que o texto também esteja presente em outras instâncias.

Genette (2009), ao descrever o paratexto, apresenta dois subconjuntos: os peritextos e epitextos. O primeiro termo compreende o que está no espaço físico da obra e o outro termo refere-se aos materiais fora dela, mas que possuem uma relação direta. Esse procedimento, segundo Coutinho (2016), tem o objetivo de explicitar as promessas estabelecidas por um determinado produto audiovisual.

9 Clube do livro por assinatura em que o leitor recebe mensalmente um livro surpresa. Disponível em: <https://www.efopvania-bambirra.com.br/clubedolivro>. Acesso em: 26 set. 2021.

10 O clube leva o nome da editora que publica os livros lidos pelo grupo e funciona a partir de assinaturas mensais. Disponível em: <https://www.expressaopopular.com.br/loja/clube-do-livro/>. Acesso em: 26 set. 2021.

11 Clube do livro por assinatura mensal ou anual. Disponível em: <https://www.clubeludovico.com.br/#planos>. Acesso em: 26 set. 2021.

12 Clube do livro criado em comemoração aos 25 anos da Boitempo, com envios mensais de lançamentos antecipados da editora. Disponível em: <https://armasdacritica.boitempoeditorial.com.br/#sobreOClube>. Acesso em: 26 set. 2021.

Uma vez apresentados os contextos e promessas oferecidas, partimos, a seguir, para a definição dos eixos e dos itens de avaliação dos materiais audiovisuais analisados.

Análise do material audiovisual do "Clube do Livro do PSB" disponível no *YouTube*

A fim de verificar o cumprimento das promessas estabelecidas aos integrantes do clube, o objeto empírico em questão é interpretado para investigar: 1) Quais são as vozes desse clube de leitura e 2) Quais as temáticas que pautam e são pautadas nesses encontros. Apresentamos, a seguir, o detalhamento desses eixos avaliativos.

Quais são as vozes desse clube de leitura

Identificar quem fala e se todos aqueles com interesse de fala são ouvidos é essencial para compreendermos como os campos sociais se articulam na disposição do controle e manutenção de poder. No objeto em questão, os interessados em se inscrever para se expressarem de microfone aberto, segundo o mediador, deveriam enviar uma mensagem para seu *WhatsApp*. É importante, porém, levar em conta que ao analisar os quatro encontros disponíveis no *YouTube*, todos os participantes selecionados eram conhecidos do mediador e/ou possuíam algum vínculo com o partido de alguma forma, seja por possuir algum cargo político ou por serem filiados ao PSB.

Essa informação é constatada levando em conta a saudação e apresentação dos participantes pelo mediador ou por suas próprias falas ao se introduzirem. Sendo assim, é possível destacar que neste ambiente de conversação o poder presente nas relações entre os membros atua como força capaz de controlar e disciplinar os indivíduos que dividem este espaço, concedendo ou ocultando vozes aptas a serem ouvidas em um espaço que, aparentemente, se coloca como campo de interações e trocas.

Logo, a seleção de participantes por mensagem de *WhatsApp*, e não no próprio ambiente de mensagens do *Zoom*, pode ser encarada como uma forma de controle, de modo que os membros daquele encontro não possuam a informação de quais foram, de fato, as pessoas que se inscreveram para falar *ao vivo*. Assim, existe a garantia que todos os sujeitos que expressam suas opiniões, em um encontro exibido de forma *ao vivo*, compartilhem das mesmas ideologias do partido e não manifestem opiniões que acabam atacando esses preceitos. Outra questão relevante é a de que os participantes que utilizam o recurso de "levantar a mão" na plataforma nem sempre recebem a autorização de abrirem seus microfones.

Além disso, pode-se perceber que tanto os autores quanto o mediador não privilegiaram as interações no *chat*, já que, por diversas vezes, respondiam algumas poucas perguntas de forma oral e informaram que tinham tomado conhecimento dessas mensagens com frases como: "Conseguí ver vários comentários aqui no *chat*". Dessa forma, não há um diálogo efetivo

entre os participantes que, ao final dos encontros, ligam seus microfones para expressarem suas opiniões e têm suas vozes silenciadas com o término da transmissão pelos organizadores.

Sendo assim, fica evidente o que Bourdieu (2001) chama de poder simbólico, um poder invisível que só é exercido a partir da cumplicidade daqueles que não sabem ou não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem. Uma vez que as pessoas continuam a participar mesmo sabendo que são poucos os privilegiados da fala.

O campo da política, como espaço estruturado, possui agentes que interagem entre si e competem por uma posição de detenção do poder. Ainda que o conflito não seja aparente, nota-se entre os participantes essa busca de domínio do poder de fala, uma estratégia para aquisição e/ou manutenção do controle e de um poder simbólico entre aqueles que partilham o mesmo espaço. O que nos remete ao conceito de campanha permanente, teorizado anteriormente.

Ainda, nesse sentido, é importante destacar que o leitor não é um indivíduo passivo (CHARTIER, 2011). Logo, seu consumo literário dá-se a partir de apropriações do texto relacionado temas com sua própria vida, cotidiano e convívio em sociedade e há uma necessidade de expressão.

Deve-se levar em conta que as atividades de clube de leitura são configuradoras de suas próprias regras. Logo, exigir a leitura da obra previamente ao encontro ou não, levar o autor à maioria dos encontros ou não, ou, ainda, limitar o número de leitores que expõem suas opiniões de microfone aberto não determinam se há um enquadramento nesse tipo de atividade. A questão é em que medida há a escuta das vozes desses participantes, levando em conta que o amplo debate da obra e de questões contemporâneas são pertinentes nesse tipo de encontro.

É errôneo, porém, postular que clubes de leitura, por natureza, constituem-se de espaços neutros e horizontais. Assim como qualquer organização entre sujeitos, tensionamentos e disputas ocorrem, visto que nem sempre esses indivíduos compartilham das mesmas ideologias e valores. O que conflitua no objeto analisado é a efetivação da promessa estabelecida.

Quais as temáticas que pautam e são pautadas nesses encontros

Juntamente com as abordagens relacionadas aos conteúdos presentes nas obras literárias debatidas, é possível identificar um forte apelo de oposição ao governo Bolsonaro, tanto pelo mediador quanto pelos autores convidados e os leitores que participaram expondo suas opiniões de microfone aberto. Em um ambiente de Clube de Leitura, onde os campos político e literário articulam-se, nota-se que os agentes que deles fazem parte interagem e competem entre si pela posição de aquisição e detenção do capital simbólico e social que os rege.

Com isso, pautas de interesse do partido são constantes nos debates na medida em que aparecem mescladas com os tópicos que vão sendo colocados pelos participantes, como saúde pública, educação, acesso à informação etc, em uma frequente propaganda política, que acaba vinculando outras obras dos autores convidados no bate-papo, instigando sua aquisição. Além de pautas contra o atual governo, a propaganda da Fundação João Mangabeira, apoiadora e parceira da iniciativa do Clube do Livro, é intensa.

Sempre com elogios ao partido e à iniciativa do clube de leitura, as perguntas aos autores suscitam respostas que vão de encontro ao plano de governo ligado ao PSB e, quando a resposta do autor não contempla as ações que o partido propõe, o mediador ou algum filiado ao partido reforça os ideais e ações de interesse, seja expondo ações anteriores já realizadas ou reforçando convites para outros eventos futuros, como *lives*, que forneceriam algum tipo de informação extra para os participantes.

Nota-se que os organizadores se apropriam de um tipo de atividade que tem ganhado força e notoriedade nos últimos tempos para fazer algo que não necessariamente teria a obrigação de ser desenvolvido nesse formato, na medida em que uma roda de conversa ou palestra cumpririam os propósitos, sem, dessa forma, a necessidade de etiquetar a atividade como clube de leitura.

A ausência de questionamento dos modos de funcionamento e da estrutura do clube de leitura identificam a percepção dentro do campo de que de fato existem pessoas “ricas em capital específico”, ou seja, pessoas reconhecidamente identificáveis pelos seus pares. Que só se realiza pela cumplicidade daqueles que partilham esses espaços. Aliás, essa é a grande capacidade do poder simbólico - atuar de modo que pareça natural e sem que seja questionado.

Conclusão

O presente estudo buscou identificar se o Clube do Livro do Partido Socialista Brasileiro (PSB) se configura de fato como um clube de leitura ou se existe disfunção no processo de sua realização. No objeto analisado, nota-se que o destaque não é no leitor participante e sim nos convidados, sejam eles autores dos livros ou pessoas ligadas ao partido, que acabam transformando o encontro em uma palestra ou um grande palanque, numa ideia de comício repaginado. Ainda, é possível afirmar que o clube de leitura se apresentou como um espaço para realização de campanha contínua de seus membros.

O que se percebe atualmente e também no objeto analisado é que já não é mais possível delimitar quando se inicia ou quando termina um processo de campanha política, visto que seus membros estão sempre divulgando ações com intuito de persuadir os cidadãos em uma constante busca por novas formas para efetivação do processo, ainda que passe pela desintermediação midiática.

É importante destacar que, mesmo que cada clube de leitura seja responsável pela delimitação de suas próprias regras, cabe ao leitor a decisão de expressar suas opiniões ou não, sendo a escuta das vozes para um debate democrático um papel dos organizadores, seja essa escuta em ambiente ao vivo, de microfone ligado, seja em *chat* na plataforma escolhida, por exemplo.

Ao compararmos os objetivos e propostas do clube, apresentados pelo mediador do projeto e indicados no início deste artigo, é possível verificar que o discurso do PSB acerca do clube não se concretiza na medida que não há interações efetivas dos participantes que desejam expor suas opiniões acerca das obras ou sobre falas de outros integrantes que não sejam políticos ou tenham relacionamento íntimo com o partido, ocorrendo, desta forma, um paradoxo entre discurso e realidade concreta.

FROM MEDIATIONS TO SYMBOLIC POWER: AN ANALYSIS OF THE "CLUBE DO LIVRO DO PSB" AS A PARTY-POLITICAL STRATEGY

ABSTRACT

Book clubs are characterized as spaces for mediation between books and readers. This article aims to understand if the "Clube do Livro do PSB" effectively configures itself as a book club activity. The article brings out the concept of mediation (MARTÍN-BARBERO, 2008), articulated with a discussion on the social fields and power dispute (BOURDIEU, 2001) and also discussions on the social, political and literature fields. Using the Audiovisual Materiality Analysis methodology (COUTINHO, 2016; 2018), we concluded that the club's highlight is not the reader, but the guests. Therefore, the meetings are configured as a space for reaffirming political ideologies, which can also be associated with the concept of permanent campaign (JOATHAN; LILLEKER, 2020).

Keywords: Book club. Power. Literature. Mediation. PSB.

Referências

- ATWOOD, Margaret. Prefácio. In: SLEZAK, Ellen (Org.). *The Book group book: a thoughtful guide to forming and enjoying a stimulating book discussion group*. Chicago: Chicago Review Press, 2000.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- BLUMENTHAL, Sidney. **The permanent campaign: inside the world of elite political operatives**. Boston: Beacon, 1980.
- CHARTIER, Roger. (Org.). **Práticas da leitura**. São Paulo: Estação Liberdade, 2011.
- COUTINHO, Iluska. **O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível**, 2016.
- _____. Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual -Da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In: EMERIM, Cárilda; COUTINHO, Iluska; FINGER, Cristiane (Orgs.). **Epistemologias do telejornalismo brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2018.
- FAILLA, Zoara (Org.) **Retratos de Leitura no Brasil**. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.
- GENETTE, Gérard. **Paratextos Editoriais**. Tradução de Álvaro Faleiros. Cotia/SP: Ateliê, 2009.
- HECLO, Hugh. Campaign in gand governing: a conspectus. In: ORNSTEIN, N. J.; MANN, T. E.(eds.). **The permanent campaign and its future**. Washington, D.C.: American Enterprise Institute and The Brookings Institution, 2000. p. 1-37.
- HJARVARD, Stig. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2014.
- JOHNSON, Allan G. **Dicionário de sociologia: guia prático da linguagem sociológica**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- JOATHAN, Ícaro; LILLEKER, Darren G. Permanent Campaigning: a meta-analysis and framework for measurement. **Journal of Political Marketing**, p. 1-19, 2020.
- JOST, François. **Seis lições sobre a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- LILLEKER, D. G. *Key Concepts in Political Communication*. London: Sage, 2007.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Mediação e recepção: algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. **Matrizes**, v. 8, n. 1, p. 65-80, jan./jun. 2014. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/82931> Acesso em: 05 out. 2021.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006.

_____. Comunicação e mediações culturais, **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, 2000, São Paulo: Intercom, Vol. XXIII, n.º 1, p. 151-163. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/2010/1788> . Acesso em: 03 out. 2021.

MARTINS, Vanessa Coutinho. **Harry Potter e os leitores em rede**: sobre clubes do livro e migrações narrativas. Juiz de Fora: Editora Catarse, 2021.

MORUS, Thomas. **A Utopia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2017. 152 p.

MUMFORD, Lewis. **The story of utopias**. New York: Boni and Liveright, 1922.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.

XINGJIAN, Gao. **Ideologia e literatura**. In: Estado de São Paulo, 06/08/2011. Disponível em: <<https://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,ideologia-e-literatura-imp-,754863>>. Acesso em: 10 out. 2021.

Submissão: 05/05/2022

Aceite: 06/05/2022