
Charlie Hebdo: Polémica, religião e o interesse dos usuários de Internet franceses

Charlie Hebdo: Controversy, religion and the interests of French Internet users

Thiago Perez Bernardes de Moraes e Romer Mottinha Santos

**Edição electrónica**

URL: <http://journals.openedition.org/cp/1193>

DOI: 10.4000/cp.1193

ISSN: 2183-2269

Editora

Escola Superior de Comunicação Social

Refêrencia eletrónica

Thiago Perez Bernardes de Moraes e Romer Mottinha Santos, « *Charlie Hebdo*: Polémica, religião e o interesse dos usuários de Internet franceses », *Comunicação Pública* [Online], Vol.11 nº 20 | 2016, posto online no dia 30 junho 2016, consultado o 04 setembro 2020. URL : <http://journals.openedition.org/cp/1193> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/cp.1193>

Este documento foi criado de forma automática no dia 4 setembro 2020.



Comunicação Pública Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

Charlie Hebdo: Polêmica, religião e o interesse dos usuários de Internet franceses

Charlie Hebdo: *Controversy, religion and the interests of French Internet users*

Thiago Perez Bernardes de Moraes e Romer Mottinha Santos

NOTA DO EDITOR

Recebido: 30 Setembro 2015

Aceite para publicação: 2 Dezembro 2015

Introdução

- 1 O atentado ao jornal *Charlie Hebdo* ocorrido em 7 de janeiro de 2015 levantou um grande debate público em todo o mundo sobre o fundamentalismo e também sobre os limites da liberdade de expressão. Entretanto, antes disso, o jornal francês já tinha sido protagonista de outras polêmicas relacionadas à religião islâmica, principalmente em períodos onde este jornal estampou em suas capas caricaturas do profeta Maomé.
- 2 Nesse sentido, o objetivo deste trabalho é aferir se o interesse dos franceses por este jornal guarda relação com polêmicas envolvendo Religião, Islão e o Profeta Maomé. A hipótese da pesquisa é de que as polêmicas, como as que envolvem as caricaturas de Maomé, podem aumentar o interesse público entre os franceses pelo jornal. Não são abordados aqui o posicionamento ideológico nem o interesse político que o jornal pode apresentar em suas publicações.
- 3 Para testar a hipótese utilizamos a ferramenta *Google Trends* para medir o interesse dos usuários de Internet franceses no período de Janeiro de 2004 até Dezembro de 2014, totalizando 574 semanas de coleta de dados. Os resultados mostram que estes buscaram

informações sobre o *Charlie Hebdo* com mais intensidade em períodos onde ocorreram eventos polêmicos – isso considerando que em fevereiro de 2006, novembro de 2011, setembro de 2012 e janeiro de 2015 encontramos os maiores picos de interesse pela publicação, e sendo que nestes períodos ocorreram eventos muito polêmicos. É importante salientar que em ambos os períodos da nossa análise a variável “Profeta Maomé” teve maior potencial explicativo para o interesse no *Charlie Hebdo* (o que reforça a ideia de que as caricaturas do profeta geram visibilidade para o jornal).

1. História do *Charlie Hebdo*

- 4 Em novembro de 1970, morria, aos quase 80 anos, o general Charles de Gaulle – militar, Estadista e ex-dirigente da Resistência à ocupação alemã. Ele se retirara, aposentado, numa pequena aldeia da Normandia, *Colombey-les-Deux-Églises*. O jornal satírico *Hara-Kiri* estampou em manchete: "Baile Trágico em Colombey: um morto". A publicação foi proibida de circular pelo então ministro do Interior, o “gaullista” conservador Raymond Marcellin, com o aval do Presidente à época, Georges Pompidou, também “gaullista”. Os jornalistas e cartunistas do jornal decidiram então contornar a proibição lançando o *Charlie Hebdo*, versão semanal do mensal *Charlie*, que mantinham em homenagem a Charles Brown, personagem de histórias em quadrinhos do norte-americano Charles Schulz (1922-2000).
- 5 Mas em verdade o *Charlie Hebdo* era bem mais que um meio de humor negro. Ele criou e ampliou nos *media* franceses um espaço editorial que se definia como libertário, como uma casa-mata que protegia uma constelação muitíssimo diversificada dos pensamentos da esquerda não-oficial. Implicava com o catolicismo conservador, com o Partido Comunista, com a hierarquia judaica, com a extrema-direita e com o terrorismo islâmico. De certo modo, por mais que nunca tenha sido um jornal de ampla circulação, era por intermédio dele que sobrevivia nos *media* o pensamento criativo nascido nas barricadas estudantis de Maio de 1968. O *Charlie Hebdo* foi também uma espécie de academia na qual se formou e onde cresceu o melhor do desenho francês especializado em humor. Mesmo pouco conhecidos no Brasil, onde as atenções estão voltadas à produção norte-americana, surgiram no jornal nomes como Cabu ou Wolinski (mortos no atentado do dia 7 de janeiro de 2015), Gébé, Reiser, Cavanna ou Siné.
- 6 Um dos pressupostos editoriais da publicação estava no fato de que, pura e simplesmente, aquilo que era institucionalmente sério não prestava, em termos de política ou de costumes. Certos almanaques publicados periodicamente davam conta, com muito humor, desse recado.
- 7 Mas, por mais que tentasse, o *Charlie Hebdo* não escapava facilmente da reputação de ser um jornal de pessoas mais velhas, que concebiam sempre da mesma maneira aquilo que seria aceitável como reação libertária. Foi mais do que previsível, nesse ponto, ter publicado as imagens de Maomé, que em 2006 provocaram protestos em massa no mundo muçulmano. Já não havia o mesmo vigor juvenil de 1969, quando François Cavanna criou o pequeno grupo editorial, que sobreviveu às crises internas – como a de 2008, com a demissão do cartunista Siné – e ao declínio na circulação de exemplares (Natali, 2015).
- 8 Em setembro de 2012, o *Charlie Hebdo* publicou sátiras em que o profeta e líder religioso do islamismo, Maomé, aparecia nu e em cenas pornográficas. A publicação ocorreu no contexto de uma onda de levantes antiamericanos, desencadeada pela exibição do filme

A *inocência dos muçulmanos* nos Estados Unidos. Em protesto contra o filme, multidões de muçulmanos foram às ruas, o que resultou em embaixadas fechadas, em feridos em vários países e na morte do embaixador dos EUA na Líbia, Chris Stevens (Avancini, 2013, p. 1).

Quadro 1. Cronologia com polêmicas do *Charlie Hebdo*

Setembro 2005	Jornal dinamarquês <i>Jyllands-Posten</i> publica caricaturas do profeta Maomé consideradas ofensivas. Ação provoca atos de violência contra embaixadas da Dinamarca
Fevereiro 2006	<i>Charlie Hebdo</i> reproduz caricaturas do jornal dinamarquês em protesto. Os 140 mil exemplares com as caricaturas se esgotam rapidamente, e o semanário providencia tiragens extras de 400 mil exemplares. Presidente Jacques Chirac critica publicação, dizendo que ela é uma "provocação que pode perigosamente exacerbar as paixões". Polícia é mobilizada para proteger sede da redação
Março 2007	Tribunal parisiense determina arquivamento de processo que poderia ser aberto por iniciativa de entidades muçulmanas contra o <i>Charlie Hebdo</i>
Fevereiro 2008	Polícia dinamarquesa anuncia prisão de três pessoas que planejavam assassinar cartunista dinamarquês responsável por caricaturas de Maomé no <i>Jyllands-Posten</i> . Jornal diz que alvo do ataque seria Kurt Westergaard, então com 73 anos
Novembro 2011	Sede do <i>Charlie Hebdo</i> é alvo de bomba incendiária depois que semanário nomeia Maomé "editor-chefe" de uma edição. Diretor da publicação é mantido sob proteção policial.
Setembro 2012	<i>Charlie Hebdo</i> volta publicar caricaturas do profeta. Na capa, desenho mostra judeu ortodoxo carregando um muçulmano numa cadeira de rodas. Ambos dizem ao leitor: "Não ria!". Governo francês fecha escolas, representações diplomáticas e centros culturais em uma sexta-feira – dia tradicional de protestos em países islâmicos – em 20 países, para evitar ataques
Janeiro 2013	Site do <i>Charlie Hebdo</i> fica fora do ar por algumas horas após ser atacado por <i>hackers</i> . No mesmo dia, publicação havia lançado uma história em quadrinhos sobre Maomé
Janeiro 2015	Sede do <i>Charlie Hebdo</i> , no centro de Paris, atacada, sendo alvo de ataque terrorista

FONTE: FOLHA DE S. PAULO.

2. O Islão na França

- 9 Diferente dos Estados Unidos, onde os imigrantes conseguem dentro de uma geração alcançar *status* socioeconômico médio e educação, na Europa, mesmo após três gerações, dependendo do país, os imigrantes têm 5 a 19 vezes mais chances de serem pobres e de terem menos acesso à educação.¹ Na França, cerca de 60% a 75% da população carcerária do país é composta por muçulmanos (porém, apenas 7,5% da população do país é muçulmana). Há que considerar que, além desta questão da

exclusão social, existe também, relacionado ao islão, o fator ideologia². Uma pesquisa recente apontou que 27% dos jovens franceses entre 18 e 24 anos (não apenas muçulmanos) são favoráveis ao Estado Islâmico. Nesse sentido, a *Jihad* é a única ideologia cultural sistêmica que consegue crescer em ritmo acelerado, trazendo basicamente aos jovens um discurso fundamentado na ideia de que a religião e a luta podem ser uma via para alguém não só se mudar a si mesmo mas também mudar o mundo (Cordall, 2014; Atran e Sheikh, 2014).

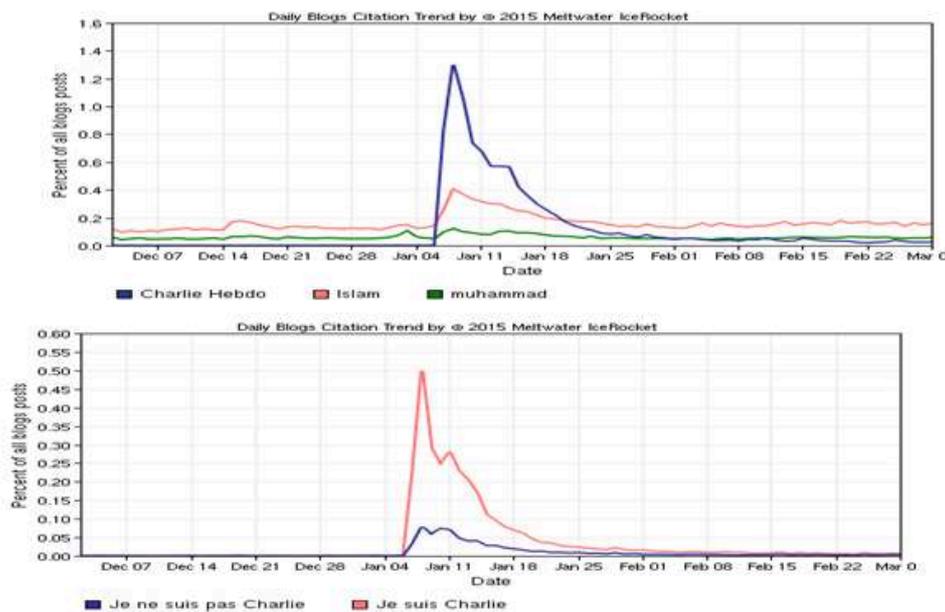
- 10 Há pelo menos 1.500 lugares destinados ao culto islâmico na França. Contudo, apenas alguns desses espaços são mesquitas, e no geral trata-se de locais pequenos e mal equipados. Recorde-se que a construção de mesquitas na França tem enfrentado barreiras que vão desde protestos das comunidades até bloqueios arbitrários por parte das autoridades locais (Fregosi, 2014).
- 11 Pode-se dizer que a “islamofobia” francesa ganhou corpo na década de 80, quando o país viveu uma crise social e econômica na qual os imigrantes se tornaram “bodes expiatórios”. Vale ressaltar também que em 1983 o partido anti-imigração *Fronte Nacional* (Front National) chegou ao poder. Neste mesmo ano, 20 jovens imigrantes foram feridos ou mortos pela força de segurança nacional francesa. Durante as décadas de 80 e 90 houve um crescimento do sentimento antiárabe, que se refletiu com força no discurso político que buscava questionar a lealdade dos muçulmanos relativamente ao Estado francês e também aos princípios republicanos secularistas, fundamentais na identidade francesa tradicional (Khosrokhavar, 1997, 1999). Neste ponto, é indubitável que na década de 80 se tornou um *modus operandi* comum entre candidatos políticos instrumentalizar o medo do islão como um recurso eleitoral, sobretudo a nível municipal (Caieiro, 2006).
- 12 Além dos políticos, o discurso contra o islão na França têm tido desde a década de 90 lugares privilegiados nos *media*, tanto nos veículos que politicamente se identificam como sendo de esquerda quanto nos que se posicionam à direita. Um exemplo interessante é a publicação *Le point*, líder de vendas na França e que já contou com várias capas que foram percebidas como “islamofóbicas”. A revista *Marianne* e o jornal *L'Express* também já publicaram matérias de capa com conteúdos contra o islão (Diallo, 2012).
- 13 Em suma, não há dados oficiais sobre a percepção pública do islão na França. Porém, a intolerância contra os muçulmanos parece crescer de forma exponencial. Isso se reflete no aumento, nas últimas décadas, de incidentes contra muçulmanos (Asal, 2014; Cutaia, 2015).

3. Atentado de 7 de janeiro de 2015

- 14 No atentado ocorrido na manhã de 7 de janeiro de 2015 (uma quarta-feira), um dos mais graves da história da França, três homens infringiram um ataque com *rifles* automáticos contra a sede do *Charlie Hebdo*, em Paris. Dois dos terroristas entraram no jornal vestidos de preto, encapotados, armados com armas de fogo *Kalashnikov* e gritando "*Allah al akbar*" ("Deus é grande"). Durante mais de dez minutos, os agressores efetuaram pelo menos 30 disparos contra os jornalistas e os funcionários do jornal. Ao todo, doze vítimas morreram (Yárnoz, 2015).

- 15 Esse acontecimento levantou um grande debate público, onde milhares de pessoas saíram às ruas para protestar e dizer que o atentado não atingiu somente a comunidade francesa mas sim a liberdade de expressão em sentido *lato* e *stricto*. Esse borbulhar nas ruas de Paris migrou para as redes sociais, em debates que se tornavam cada vez mais acirrados *pari pasu* com a veiculação de notícias. Dentro desse debate, foi visível a formação de duas correntes dicotômicas, onde uma repugnava totalmente a morte dos jornalistas e outra se focava mais na questão da liberdade de expressão.
- 16 Essa polarização nas redes sociais materializou-se através das manifestações *Je suis Charlie* e *Je ne suis pas Charlie*. Um estudo recente analisou o padrão de distribuição de *hashtags* relacionados a estas manifestações do período de 7 de janeiro até o dia 19, totalizando uma coleta de mais de 3 milhões de publicações no *Twitter*, nos idiomas português, espanhol, inglês, e, sobretudo, francês. O estudo encontrou padrões semelhantes na distribuição do discurso: 1) Quanto ao *Je suis Charlie*, o conteúdo encontrado nas nuvens de palavras permitiu interpretar que houve um sentimento coletivo de indignação em relação à violência do atentado; 2) Já os discursos relacionados ao *Je ne suis pas Charlie* tiveram um caráter mais politizado, problematizando e relativizando as questões de religião, da cultura e da tolerância que envolviam o atentado. Mesmo com alguns pontos de divergência, ambos os discursos convergiram em um ponto – serem veementemente contra os ataques à revista (Fassin, 2015).

Gráfico 1. Volume (intensidade) de publicações em blogs



Fonte: Meltwater IceRocket.

- 17 No Gráfico 1, para melhor ilustrar a polêmica que o atentado ao jornal *Charlie Hebdo* gerou no mundo, traçamos com a ferramenta *Meltwater IceRocket*³ duas frequências que abrangem o período do atentado: uma para as expressões *Je suis Charlie* e *Je ne suis pas Charlie*, e outra para os termos *Islam*, *Muhammad* e *Charlie Hebdo*. Ao analisarmos o gráfico (que elenca o percentual de publicações em blogs), fica evidente que o período do atentado gerou uma enorme curva, o que demonstra a magnitude social deste evento.

- 18 Segundo o filósofo e psicanalista esloveno Slavoj Žižek, a resposta aos assassinios de Paris significa se “livrar” da auto-satisfação da adequação de um liberal permissivo e aceitar que o conflito entre a permissividade liberal e o fundamentalismo, finalmente, é um falso conflito – um círculo vicioso de dois polos que são gerados e onde um pressupõe o outro (Žižek, 2015).
- 19 A primeira edição do jornal satírico após os ataques, que mataram dez jornalistas e dois policiais, esgotou em minutos. Em toda a França, as bancas foram inundadas com a pergunta: “Tem um *Charlie*?”. Nesta edição o jornal apresentou desenhos inéditos de Tignous, Cabu, Wolinski, Honoré e Charb, que foram mortos durante o ataque. Em seu editorial, o novo editor-chefe, Gérard Biard, rendeu homenagem às vítimas e fez uma forte defesa do Estado laico, elemento fundamental para que uma democracia preserve os direitos inalienáveis de *liberté, égalité, fraternité*. A edição, de número 1.178, teve tiragem de 8 milhões de cópias, ante os habituais 60 mil exemplares (Noël, 2015, p. 9).
- 20 A casuística teológica ou legal da Al-Qaeda e dos defensores da “rendição” é factível precisamente porque as regras tradicionais que eles quebram – as restrições do Corão ao assassinio e a repulsa à tortura – têm raízes muito profundas. Todavia, quando as sociedades ou os grupos sociais que não estão acostumados a um grau elevado de violência social se veem envolvidos por ela, ou quando as regras da normalidade se rompem nas sociedades tradicionalmente violentas, os limites estabelecidos para o emprego ou para o grau da violência podem desaparecer. E existe um fator mais perigoso na geração da violência sem limites: é a convicção ideológica de que a causa que se defende é tão justa e a do adversário é tão terrível que todos os meios para conquistar a vitória e evitar a derrota não só são válidos como são necessários. Isso significa que tanto os Estados quanto os insurgentes sentem ter uma justificativa moral para o barbarismo (Hobsbawm, 2007, pp.124-127).
- 21 Se os supostos fundamentalistas de hoje em dia acreditam realmente ter encontrado o seu caminho da verdade, por que se sentiriam ameaçados pelos não-crentes, por que os invejariam? Ao contrário dos verdadeiros fundamentalistas, os terroristas pseudofundamentalistas se sentem profundamente preocupados, intrigados, fascinados pela vida pecaminosa dos não-crentes. O terror fundamentalista islâmico nesse sentido não se fundamenta exatamente na convicção do terrorista de sua superioridade nem em seu desejo de salvaguardar sua identidade religiosa e cultural do massacre promovido pela civilização consumista global (Žižek, 2014, pp. 76-77).

4. Internet, Pesquisa social e *Google Trends*

- 22 A capacidade de coletar e analisar grandes quantidades de dados de forma inequívoca e de longa data trouxe impacto para áreas da ciência como física e biologia. Entretanto, devemos considerar que o uso de grandes bancos de dados quantitativos ainda está em uma fase embrionária para a maior parte das ciências sociais (com exceção da economia). Neste diapasão o desenvolvimento de uma ciência social computacional tem trazido avanços consistentes, mas no geral ainda se trata de uma área que desfruta de pouca visibilidade. De toda forma, alguns pesquisadores de âmbitos como ciência da computação, física ou ciências sociais estão a dirigir o processo de solidificação deste campo. Há pouca evidência em periódicos disciplinares de ciência política, sociologia e economia de que existe uma ciência social computacional, no sentido *stricto*. Todavia, o desenvolvimento maior deste campo tem de alguma forma ocorrido distante da

academia, localizada principalmente em lugares como a Agência Americana de Segurança Nacional, o *Yahoo* e, principalmente, o *Google*. Nesse sentido, como ponto negativo podemos citar uma grande quantidade de trabalhos, publicados por autores ligados a estas e a outras instituições, onde os dados não são postos para acesso público – ou seja, os estudos não podem ser replicados; logo, se tornam “imunes” a críticas (Lazer, Pentland, Adamic, Aral, Barabasi, Brewer e Van Alstyne, 2009; Bond, Fariss, Jones, Kramer, Marlow, Settle e Fowler, 2012).

- 23 Cada pesquisa realizada em um motor de busca na Internet deixa *ad hoc* algum rastro que representa uma unidade, uma medida comportamental importante acerca de um indivíduo e/ou uma população. Nesse sentido, é possível dizer que a maioria dos estudos que têm como objectivo mensurar o comportamento humano na Internet utilizaram o *Google Trends* como fonte padrão de dados. Em muitos casos os dados que conseguem se obter com esta ferramenta podem ser limitados, como no que concerne à distribuição geoespacial. Mas ainda assim é inegável que, em perspectiva global, a ferramenta tem enorme capacidade de fornecer dados a fim de tornar ainda mais robustos os levantamentos quantitativos realizados por meio de técnicas tradicionais (Zheluk, Quinn e Meylakhs, 2014).
- 24 Basicamente, o *Google Trends*⁴ oferece informações acerca da distribuição temporal (a partir de 2004 até o presente, com capacidade de gerar até um ano de previsão futura com base nas informações passadas) e da distribuição geográfica média das pesquisas registadas no *Google*. Isto é algo bem interessante se considerarmos que os motores de busca são o “portal de entrada”⁵ da Internet e também que o *Google* é o motor mais popular do mundo (Vaughan e Romero-Frias, 2014).
- 25 O *Google Trends* compreende praticamente todos os países e mensura todas as semanas a contar a partir de janeiro de 2004. Além disso, permite a aplicação de quatro delimitadores, a fim de refinar os resultados: 1) delimitação por país específico; 2) recorte por região específica dentro de um país; 3) delimitação quanto aos recortes temporais específicos; 4) possibilidade de procurar em categorias específicas. A ferramenta gera resultados relativos, num esquema de correspondência parcial, podendo gerar volumes relativos a pesquisas globais por termos ou grupos de termos (Vaughan e Chen, 2015).
- 26 Em suma, podemos dizer que em primeiro lugar o *Google Trends* permite a geração de dados globais, com valores atribuídos a cada um dos países, ou frequências relativas a países específicos, onde é possível identificar a distribuição por região e, não obstante, se pode seleccionar regiões específicas. Em segundo lugar, o *Google Trends* permite que o recorte seja específico em sua temporalidade (é possível escolher qualquer período específico de janeiro de 2004 até o presente), e é possível buscar determinado conjunto ou termo dentro de uma categoria específica, o que é especialmente útil para se angariar resultados não residuais. Por exemplo: se procurarmos o Termo “*Apple*” dentro da categoria “Eletrônicos e Computadores”, obteremos o nível de interesse público geral referente à marca *Apple* e seu valor não mercado, minando a possibilidade de essa medição ser contaminada pelo interesse público por maçãs (frutas). Essa segmentação por categoria é possível com alto grau de exatidão, pois o *Google Trends* baseia a categoria com que determinado termo é buscado na análise dos termos que o usuário buscou imediatamente antes do termo ou do conjunto em questão. É possível também segmentar a busca por subcategoria – por exemplo, “software”, que é uma subcategoria de “Eletrônicos e Computadores” (Moraes, 2014; Vaughan e Chen, 2015).

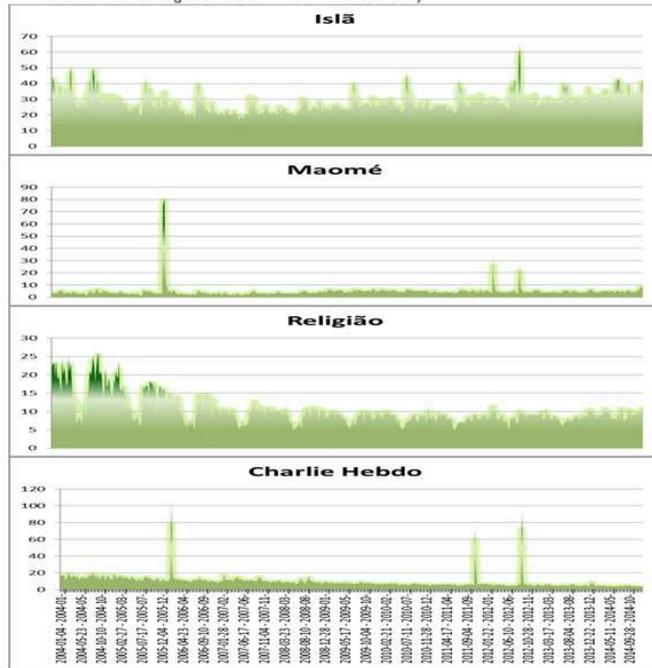
- 27 Em especial, a ferramenta *Google Trends* vem se mostrando eficaz para o estudo da distribuição e da formação dos valores ideológicos e políticos. Estes processos são, tradicionalmente, de interesse motriz para a ciência política e para a sociologia, onde geralmente o método de pesquisa adotado é a aplicação de questionários a populações pré-determinadas. Apesar de ser bastante oneroso e limitado, esse tipo de método tornou-se hegemônico em relação aos demais, por de alguma forma revelar grande confiabilidade.
- 28 Há ainda que considerar que o avanço das tecnologias levou a Internet a se tornar a principal fonte primária de informação para uma enorme quantidade de indivíduos. O *Google Trends* é certamente um grande auxílio, dando aos cientistas sociais acesso a uma ilimitada fonte sobre o comportamento e os interesses registrados nas consultas (Seithe e Calahorrano, 2014).

5. Metodologia

- 29 Nesse trabalho utilizamos o *Google Trends* para medir o interesse em perspectiva temporal dos usuários de Internet franceses pelo jornal *Charlie Hebdo* e também pelo islão e por Maomé. O nosso objectivo é aferir se há correlação entre tais interesses ao longo do tempo.
- 30 Para nosso estudo compusemos dois bancos de dados considerando como recorte geográfico apenas a França. Um conjunto foi composto de duas frequências do tipo Beta⁶ (uma relativa a Islão, outra a profeta Maomé) e também de uma frequência simples para o termo *Charlie Hebdo*, sendo todas elas relativas ao período de janeiro de 2004 até dezembro de 2014 – totalizando 574 semanas de dados. No segundo conjunto, trabalhamos com as mesmas frequências, mas com o recorte temporal considerando apenas janeiro de 2015 – totalizando 31 dias de dados.
- 31 As frequências não se referem a valores absolutos e sim a uma ponderação relativa que esquadrinha os dados em uma escala de zero (poucas pesquisas no *Google*) até cem (muitíssimas pesquisas no *Google*). Em nossa medição utilizamos estatísticas descritivas, estudos de correlações, séries temporais e regressão linear múltipla. Geramos também previsões com método ARIMA. Todos os testes estatísticos foram feitos levando e conta o intervalo de confiança de 95%.

6. Resultados

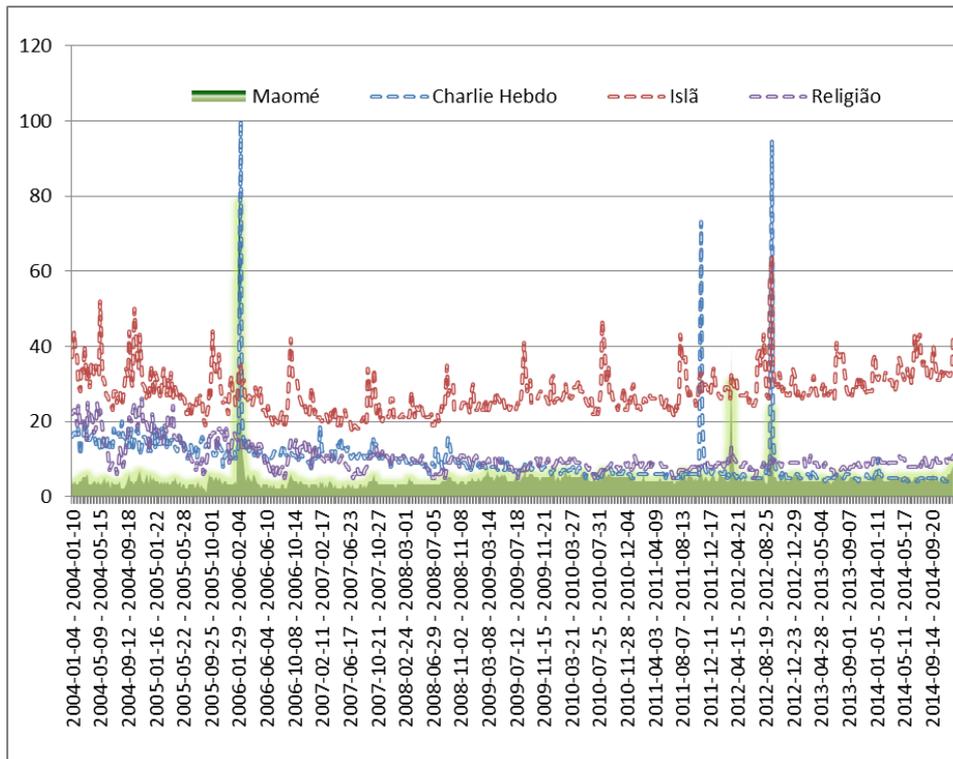
Gráfico 2. Interesse francês pelo jornal *Charlie Hebdo* e pelos temas Maomé e Islão (janeiro 2004 – dezembro 2014)



Fonte: Elaboração dos autores.

- 32 Ao analisarmos os Gráficos 2 e 3, ficam evidentes três grandes picos de interesse (por parte dos usuários de Internet franceses) pelo jornal *Charlie Hebdo*, pelo Islão e também pelo Profeta Maomé. São estes períodos: I) 02/2006; II) 11/2011; e III) 09/2012. É interessante notar que estes três picos correspondem a períodos em que, como demonstramos no Quadro 1, ocorreram episódios polêmicos relacionados ao jornal.

Gráfico 3. Interesse francês pelo jornal *Charlie Hebdo* e pelos temas Maomé e Islão (janeiro 2004 – dezembro 2014)



FORNTE: ELABORAÇÃO DOS AUTORES.

- 33 No Quadro 2 expomos a estatística descritiva referente a 574 semanas de interesse depositado em pesquisas no motor de busca *Google*, no período de janeiro de 2004 até dezembro de 2014, em todo território francês.

Quadro 2. Estatística descritiva do interesse francês pelo jornal *Charlie Hebdo* e pelas frequências Beta Profeta Maomé e Islão (janeiro 2004 – dezembro 2014)

		<i>Charlie Hebdo</i>	Islão	Profeta Maomé	Religião
N	Válido	574	574	574	574
	Ausente	0	0	0	0
Média		9,2840	27,7875	4,5854	10,2317
Erro de média padrão		,29156	,24162	,20562	,16232
Modelo padrão		6,98524	5,78891	4,92621	3,88899
Variância		48,794	33,511	24,268	15,124
Assimetria		8,479	1,425	12,517	1,755
Erro de assimetria padrão		,102	,102	,102	,102

Kurtosis	99,578	4,308	178,063	2,981
Erro de Curtose padrão	,204	,204	,204	,204
Amplitude	97,00	47,00	80,00	21,00
Mínimo	3,00	17,00	1,00	5,00
Máximo	100,00	64,00	81,00	26,00

Fonte: Elaboração dos autores.

- 34 A frequência relativa ao Islão (27,7875) é a maior, representando quase o triplo da frequência relativa ao interesse manifesto pelo jornal *Charlie Hebdo* (9,2840). De toda forma, as três frequências demonstram níveis de erro de simetria-padrão quase idênticos. Entretanto, devemos considerar que ainda assim o maior erro da média-padrão corresponde ao *Charlie Hebdo* (0,29156) – vide a maior distância entre valores mínimos (3,0) e máximos (100,0). Isso indica que o interesse por esse jornal tem alguns picos muito elevados (incomuns), provavelmente gerados por polêmicas que entraram no enquadramento mediático francês.

Quadro 3. Correlações de Pearson

		Charlie Hebdo	Profeta Maomé	Islão	Religião
Charlie Hebdo	Correlação de Pearson	1	,437**	,135**	,358**
	Sig. (2 extremidades)		,000	,001	,000
	N	575	575	575	575
Profeta Maomé	Correlação de Pearson	,437**	1	,263**	,087*
	Sig. (2 extremidades)	,000		,000	,036
	N	575	575	575	575
Islão	Correlação de Pearson	,135**	,263**	1	,348**
	Sig. (2 extremidades)	,001	,000		,000
	N	575	575	575	575
Religião	Correlação de Pearson	,358**	,087*	,348**	1
	Sig. (2 extremidades)	,000	,036	,000	
	N	575	575	575	575
**. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).					

*. A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).

FONTE: ELABORAÇÃO DOS AUTORES.

- 35 Conforme plasmado no Quadro 3, podemos dizer que há consistentes correlações positivas entre o interesse dos usuários de Internet franceses pelo jornal *Charlie Hebdo* e os interesses pelos tópicos Profeta Maomé, Islão e Religião. A correlação mais forte encontrada com o coeficiente de Pearson foi entre o interesse pelo *Charlie Hebdo* e o interesse pelo profeta Maomé. Para entender melhor o efeito que o interesse pelos tópicos enumerados teve sobre a visibilidade do jornal realizamos um estudo de regressão linear múltipla, como exposto no Quadro 4.

Quadro 4. Resumo do modelo / ANOVA / Coeficientes

Modelo	R	R quadrado	R quadrado ajustado	Erro padrão da estimativa		
1	,549 ^b	,301	,297	5,85600		
Modelo	Soma dos Quadrados	df	Quadrado Médio	F	Sig.	
1	Regressão	8411,845	3	2803,948	81,765	,000 ^b
	Resíduos	19546,868	570	34,293		
	Total	27958,713	573			
Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	T	Sig.	
	B	Modelo padrão	Beta			
1	(Constante)	3,467	1,231		2,816	,005
	Islão	-,125	,046	-,104	-2,708	,007
	Profeta Maomé	,615	,051	,434	11,958	,000
	Religião	,633	,067	,353	9,488	,000

a. Variável dependente *Charlie Hebdo*

- 36 b. Preditores: (Constante), Religião, Islão, Profeta Maomé

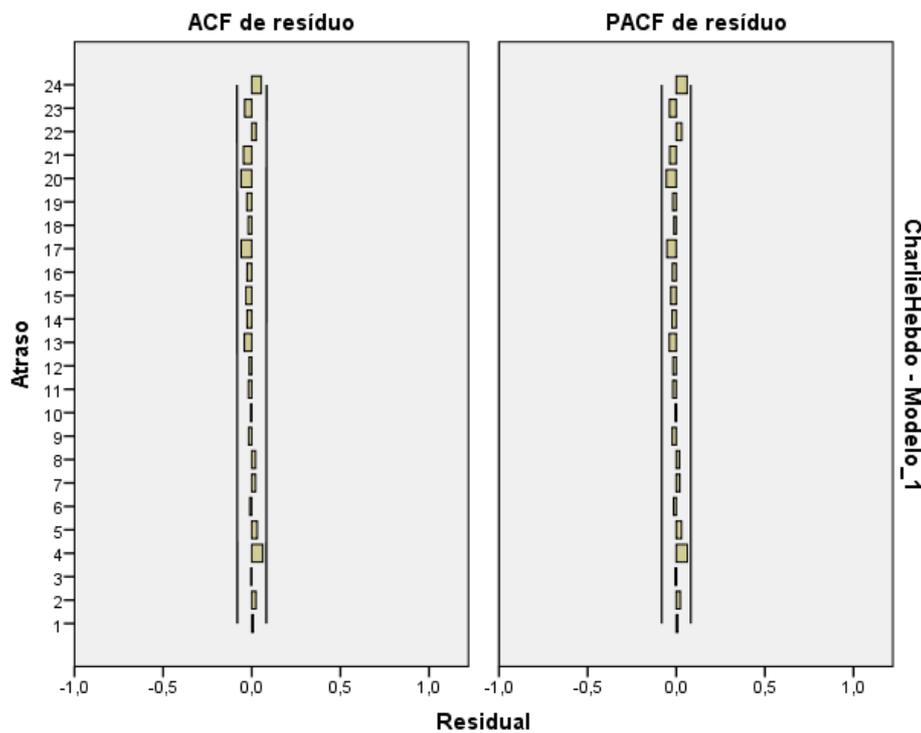
FONTE: ELABORAÇÃO DOS AUTORES.

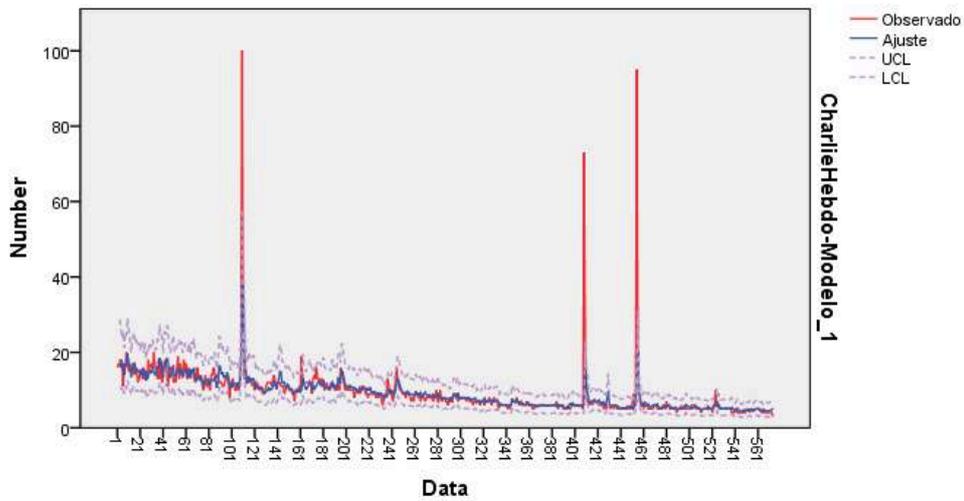
- 37 Em nossa regressão linear (Quadro 4) identificamos que as variáveis independentes propostas explicam em média 30% (vide o valor do *r* quadrado ajustado) da distribuição

da variável dependente. Os outros 70% correspondem a factores que não serão explicados em nossa pesquisa.

- 38 Identificamos grande consistência da significação global e também uma relação significativa entre o interesse pelo *Charlie Hebdo* e o interesse pelo Islão. Encontramos igualmente coeficientes (Profeta Maomé e Religião) ainda mais significativos, mas com relação positiva. O valor de t e o grau de significação da variável Islão são significativos, mas ainda assim inferiores aos observados nas variáveis Profeta Maomé e Religião. Ao analisar o valor de t (11,958) e o valor de Beta padronizado (0,434) nota-se que a variável Profeta Maomé têm maior poder explicativo em comparação com as demais variáveis independentes, o que reforça a ideia de que o interesse dos usuários de Internet pelo profeta Maomé aumenta a visibilidade do *Charlie Hebdo*.
- 39 Traçamos uma previsão usando o método ARIMA, como exposto no gráfico 4. É perceptível que a previsão detém um nível satisfatório, conforme demonstra o ajustamento, que em nenhum momento não se sobrepõe aos intervalos de confiança. Essa tendência se confirma também na distribuição dos resíduos.

Gráfico 4 Interesse real no jornal *Charlie Hebdo* e interesse previsto

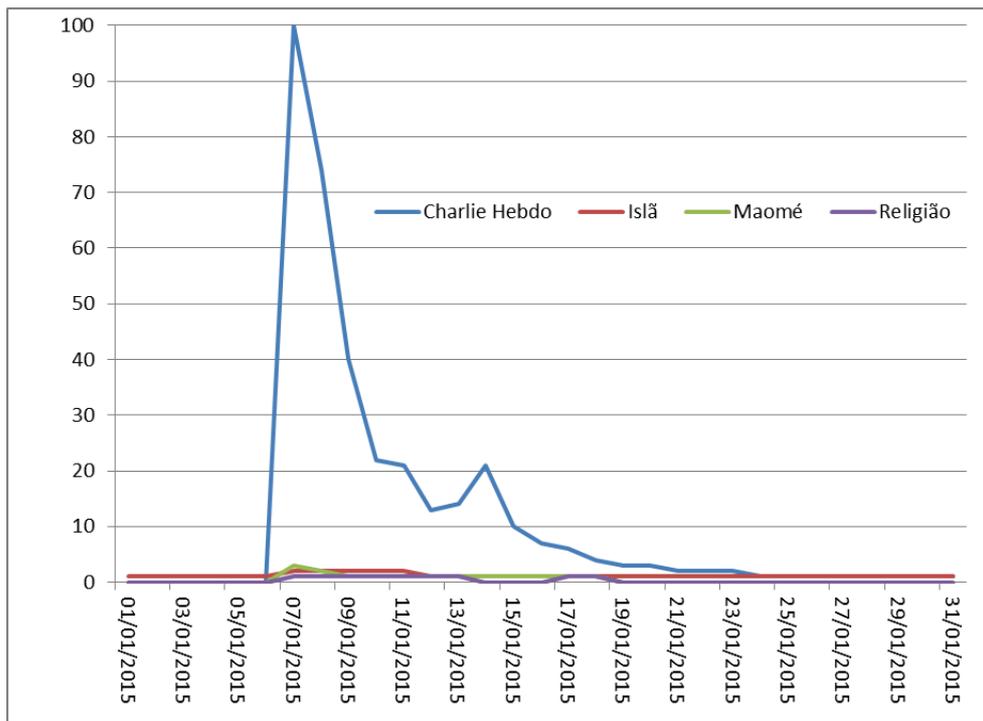


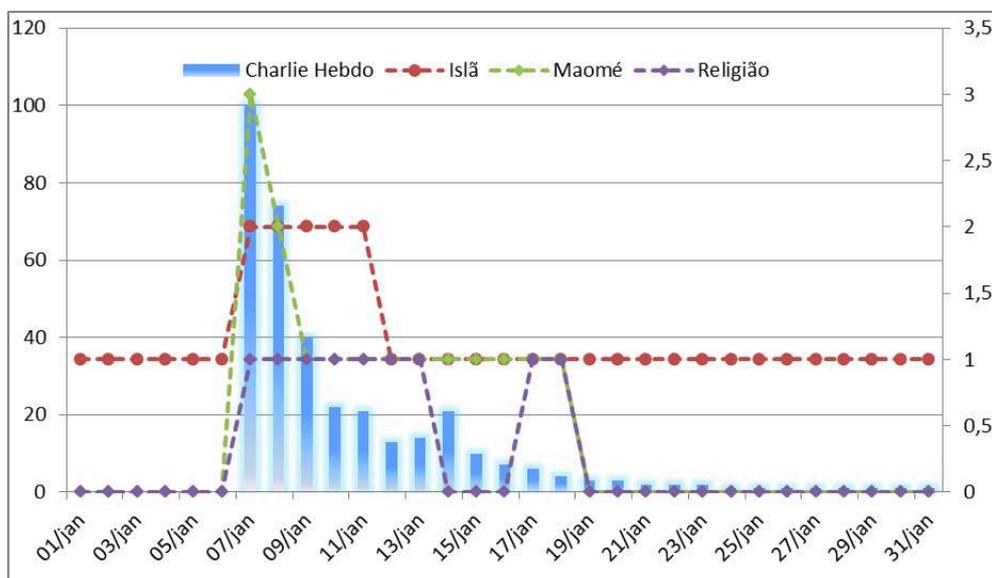


FORNTE: ELABORAÇÃO DOS AUTORES.

40 No Gráfico 5 traçamos a distribuição da frequência temporal de interesse pelo jornal *Charlie Hebdo* e pelos tópicos relativos a Islão e Profeta Maomé para o período de janeiro de 2015, para verificarmos o efeito que o atentado teve sobre o interesse público. Realizamos esse recorte temporal considerando que o atentado ao jornal foi um dos eventos mais polêmicos em todo mundo, o que demanda uma análise mais acurada. Para melhor visualizar a relação das frequências traçamos também nessa visualização uma distribuição onde a variável dependente ocupa o eixo principal e as variáveis independentes o secundário.

Gráfico 5. Interesse francês pelo jornal *Charlie Hebdo* e pelas frequências Beta Profeta Maomé e Islão (janeiro 2015)





FORNTE: ELABORAÇÃO DOS AUTORES.

- 41 É visível um pico explosivo de interesse no dia 8 de janeiro (um dia após o atentado contra o *Charlie Hebdo*) e também alguma flutuação no interesse dos usuários de Internet franceses por Islão, Religião e Profeta Maomé.
- 42 No Quadro 5 traçamos correlações utilizando o índice de Pearson para as variáveis *Charlie Hebdo*, Islão, Maomé e Religião.

Quadro 5. Correlações de Pearson

		Charlie Hebdo	Islão	Profeta Maomé	Religião
Charlie Hebdo	Correlação de Pearson	1	,797**	,895**	,619**
	Sig. (2 extremidades)		,000	,000	,000
	N	31	31	31	31
Islão	Correlação de Pearson	,797**	1	,687**	,686**
	Sig. (2 extremidades)	,000		,000	,000
	N	31	31	31	31
Profeta Maomé	Correlação de Pearson	,895**	,687**	1	,762**
	Sig. (2 extremidades)	,000	,000		,000
	N	31	31	31	31
Religião	Correlação de Pearson	,619**	,686**	,762**	1
	Sig. (2 extremidades)	,000	,000	,000	
	N	31	31	31	31

** . A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

FONTE: ELABORAÇÃO DOS AUTORES.

- 43 Fica claro no Quadro 5 que há uma consistente correlação positiva (estatisticamente significativa) entre o interesse pelo jornal e o interesse pelos tópicos Religião, Islão e Profeta Maomé, sendo que, novamente, a correlação mais significativa ocorre com este último.
- 44 A fim de melhor entender o efeito que o interesse por Islão, Profeta Maomé e Religião exerceu sobre o interesse pelo jornal *Charlie Hebdo*, traçamos no Quadro 6 uma regressão linear múltipla, considerando os 31 dias do mês de janeiro de 2015.

Quadro 6. Resumo do modelo / ANOVA / Coeficientes

Modelo	R	R quadrado	R quadrado ajustado	Erro padrão da estimativa		
2	,950 ^b	,903	,892	7,35676		
Modelo	Soma dos Quadrados	df	Quadrado Médio	F	Sig.	
2	Regressão	13587,807	3	4529,269	83,687	,000 ^b
	Resíduos	1461,290	27	54,122		
	Total	15049,097	30			
Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.	
	B	Modelo padrão	Beta			
2	(Constante)	-27,513	5,369		-5,125	,000
	Islão	26,620	5,265	,444	5,056	,000
	Profeta Maomé	25,884	3,057	,837	8,467	,000
	Religião	-15,741	4,792	-,324	-3,285	,003
a. Variável dependente <i>Charlie Hebdo</i>						

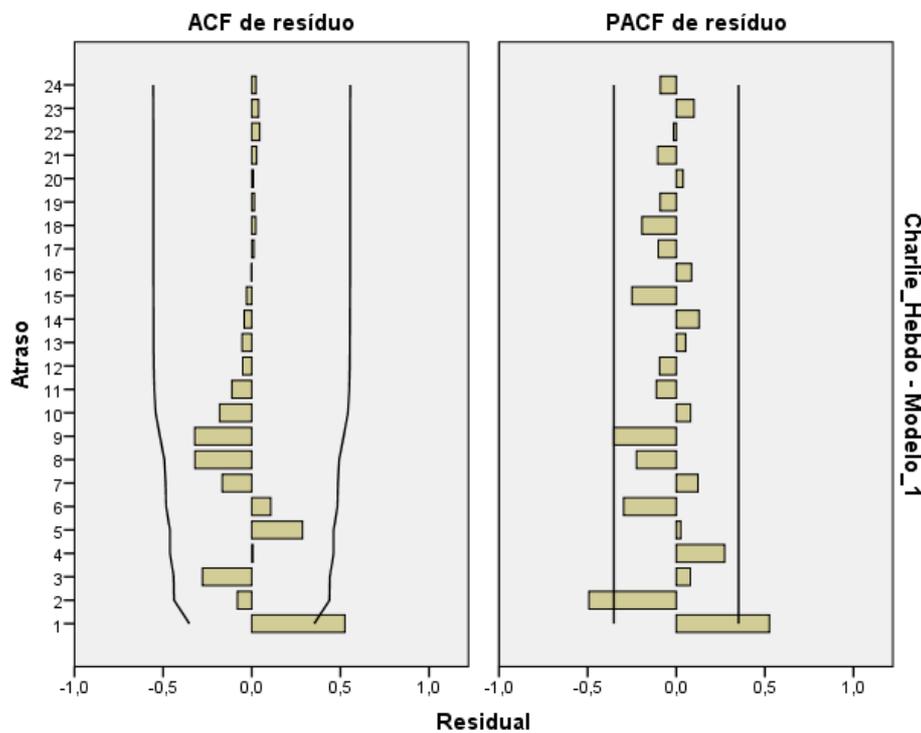
- 45 b. Preditores: (Constante), Religião, Islão, Profeta Maomé

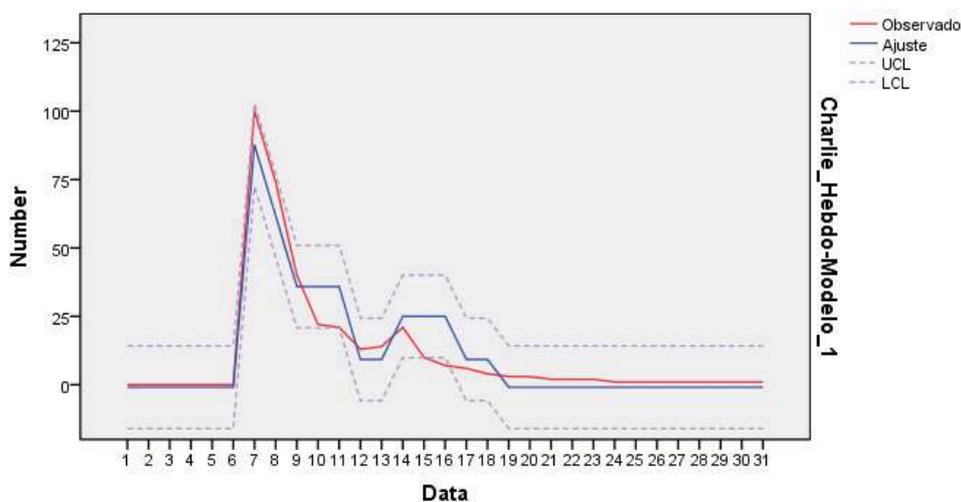
FONTE: ELABORAÇÃO DOS AUTORES.

- 46 Ao realizarmos a regressão para o período de janeiro de 2015, encontramos um valor de *r* quadrado ajustado muito maior que o encontrado no período de 2004 até 2014, o que

indica que para o período selecionado as variáveis independentes explicam cerca de 90% da distribuição da variável dependente. O teste ANOVA indica alta significação global das variáveis independentes. Essa relação é também verificada pelos valores de coeficientes, de t e também de significância. Entretanto, a variável Religião se comportou de maneira diferente em relação ao período anterior, assumindo uma relação negativa observada no valor de t e dos coeficientes. De toda forma, encontramos na variável Profeta Maomé o maior potencial explicativo (assim como no primeiro período da análise) – vide o valor de t e de Beta padronizado, superior aos das demais variáveis independentes selecionadas. Para ilustrar, assim como no período anterior (2004-2014), traçamos uma previsão num modelo Box-Jenkins, conforme exposto no Gráfico 6. Nota-se que há aderência do modelo, visto que os valores de previsão se ajustam aos observados. Considera-se também que os resíduos extrapolam pouco os intervalos de confiança.

Gráfico 6. Interesse real e previsto no jornal *Charlie Hebdo*





FORNTE: ELABORAÇÃO DOS AUTORES.

Conclusão

- 47 Nossos resultados sinalizam que os momentos onde polêmicas rondaram o jornal *Charlie Hebdo* foram os mesmos onde os usuários de Internet franceses buscaram informações sobre ele – considerando, repetimos, que em fevereiro de 2006, novembro de 2011, setembro de 2012 e janeiro de 2015 encontramos os maiores picos de interesse pelo jornal. Num quadro geral, pode-se dizer que pelo menos 30% do interesse dos franceses pelo *Charlie Hebdo*, guarda relação com o interesse pelos temas Islão, Religião e Profeta Maomé. Se considerarmos apenas o período de Janeiro de 2015, 89% do interesse pelo jornal podem ser explicados por estas variáveis independentes. Nesse sentido, parece haver uma tendência simbiótica entre eventos polêmicos e o interesse pelo *Charlie Hebdo*.
- 48 Existe a possibilidade de que o enquadramento do *Charlie Hebdo* para o tema Religião esteja ligado a uma estratégia, com o objetivo de “gerar polêmica e colher visibilidade”, isso considerando que religião é um dos temas mais polêmicos da França, presente tanto no enquadramento dos *media* como no dos políticos. Não é nosso objectivo dizer que o jornal vive apenas de polêmica; no entanto, apontamos que em perspectiva temporal há evidências empíricas que corroboram a nossa hipótese, o que não nega o fato de provavelmente o jornal e os cartunistas terem um posicionamento ideológico específico.

BIBLIOGRAFIA

Asal, H. (2014). Islamophobie: la fabrique d'un nouveau concept. État des lieux de la recherche. *Sociologie*, 5(1): 13-29.

- Atran, S., Sheikh, H., e Gomez, A. (2014). Devoted actors sacrifice for close comrades and sacred cause. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(50): 17702-17703.
- Avancini, M. M. (2013). Os usos e sentidos da liberdade de expressão na contemporaneidade. *ComCiência*, (146).
- Bond, R. M., Fariss, C. J., Jones, J. J., Kramer, A. D., Marlow, C., Settle, J. E., e Fowler, J. H. (2012). A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization. *Nature*, 489(7415): 295-298.
- Braudel, F. (1995). *A history of civilizations*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Caeiro, A. (2006). The shifting moral universes of the Islamic tradition of Iftā': A diachronic study of four Adab al-Fatwā Manuals. *The Muslim World*, 96 (4): 661-685.
- Cordall, S. S. (2014). Choosing Jihad. *World Policy Journal*, 31 (4): 70-76.
- Croft, W. B., Metzler, D., e Strohmman, T. (2010). *Search Engines: Information Retrieval in Practice*. Reading: Addison-Wesley: (pp. 351-358).
- Cutaia, N. (2015). Mouvements islamophobes et Charles Martel: quelle réappropriation? Cas d'étude sur le Bloc identitaire et l'affaire de la mosquée de Poitiers. *Cahiers Mémoire et Politique*, n° 1.
- Diallo, R. (2012). The Guerlain affair: Odorless french racism. *Palimpsest: A Journal on Women, Gender, and the Black International*, 1 (1):135-139.
- Esposito, J. L. (1998). *Islam: The Straight Path* (Vol. 4). New York: Oxford University Press.
- Fassin, D. (2015). In the name of the Republic: Untimely meditations on the aftermath of the Charlie Hebdo attack. *Anthropology Today*, 31 (2): 3-7.
- Folha De S.Paulo. (2015). Veja cronologia com polêmicas da 'Charlie Hebdo' e ataques à publicação. Mundo. 07 de jan.
- Frégosi, F. (2014). Les nouveaux musulmans: entre surexposition et invisibilité. *Esprit*, (5): 65-77.
- Hobsbawm, E. J. (2007). *Globalização, Democracia e Terrorismo*. Editora Companhia das Letras.
- Khosrokhavar, F. (1999). L'identité voilée. *Confluences Méditerranée*, (16): 1995-96.
- _____ (1997). *Anthropologie de la Révolution Iranienne: Le Rêve Impossible*. Editions L'Harmattan.
- Kiwan, N. (2013). Muslim and secular: performing 'Muslim exemplarity' and public debates on islam in France. *Performing Islam*, 2 (1): 45-66.
- Lapidus, I. M. (1988). *A History of Islamic Societies*. Cambridge University Press.
- Lazer, D., Pentland, A. S., Adamic, L., Aral, S., Barabasi, A. L., Brewer, D., e Van Alstyne, M. (2009). Life in the network: the coming age of computational social science. *Science* (New York, NY), 323 (5915): 721.
- Lorcerie, Françoise (2012). Y a-t-il des élèves musulmans? *Diversité-Ville école intégration*, n. 168: 64-73.
- Moraes, T. P. B., e Santos, R. M. (2013). Os protestos no Brasil: Um estudo sobre as pesquisas na web, e o caso da Primavera Brasileira. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 9 (2): 193-206.
- _____ (2015a). Caza al terrorismo y corrida electoral—un análisis sobre el impacto del interés regional por la muerte de Osama bin Laden y su relación con los votos en las elecciones presidenciales de 2012 en Estados Unidos. *Revista PRISMA. COM*, (27).

_____ (2015b). Caça ao terrorismo e corrida eleitoral. Um estudo sobre o impacto do interesse regional pela morte de Osama bin Laden e a relação com os votos nas eleições presidenciais de 2012 nos Estados Unidos. *Acta Scientiarum. Human and Social Sciences*, 37 (1): 13-20.

Moraes, T. P. B. (2014). Psicología social como una rama de especialización de la biología. Una muestra del interés por psicología evolutiva a través del índice de búsqueda de google. *Revista de Sociales y Jurídicas*, (10): 6-126.

Natali, J. B. (2015). Conheça a história do jornal 'Charlie Hebdo', alvo de ataque a tiros em Paris. Mundo. Folha de S.Paulo, 07 de jan.

Noël, E. (2015). *Metro Curitiba*. 15 de janeiro. Edição 930: 9.

Seithe, M., e Calahorrano, L. (2014). *Analysing Party Preferences Using Google Trends* (No. 4631). CESifo Group Munich.

Vaughan, L., e Chen, Y. (2015). Data mining from web search queries: A comparison of Google Trends and baidu index. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 66 (1): 13-22.

Vaughan, L., e Romero-Frías, E. (2014). Web search volume as a predictor of academic fame: an exploration of Google Trends. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65 (4): 707-720.

Yárnoz, C. (2015). Ataque a sede de semanário francês em Paris mata ao menos 12 a tiros. El País, 8 de jan..

Zheluk, A., Quinn, C., e Meylakhs, P. (2014). Internet search and krokodil in the Russian Federation: an infoveillance study. *Journal of medical Internet research*, 16 (9).

Žižek, S. (2014). *Violência: Seis reflexões laterais*. São Paulo, Boitempo.

_____ (2015) Slavoj Žižek habla sobre la matanza de Charlie Hebdo. *Poesía y destrucción*, 11 de enero.

NOTAS

1. O mercado de trabalho francês apresenta barreiras para absorver muçulmanos, sobretudo estrangeiros. Além de este grupo figurar entre os que mais sofrem com o desemprego na França, os seus elementos são também os que mais aceitam condições precárias de trabalho. O perfil do trabalhador muçulmano evoluiu ao longo das últimas duas décadas, onde a proporção de trabalhadores do sexo feminino aumentou de forma considerável. Porém, essa mão-de-obra segue geralmente em regime parcial e com péssimas condições de trabalho (Kiwani, 2013). O desemprego é o problema que mais preocupa os imigrantes europeus, segundo relatório do *Pew Research Center*, e cerca de 50% dos muçulmanos dizem estar muito preocupados com o desemprego (Lorcerie, 2012).

2. Enquanto religião, o islão nasce por volta de 600 d.C., na região hoje conhecida como Arábia Saudita. O profeta desta religião, Maomé, surgiu em um período de enorme crise social, onde, de um lado, comerciantes de Meca se tornavam gananciosos e corruptos, empreendendo esforços para empobrecer e escravizar indivíduos, e, do outro lado, havia ameaças por parte dos impérios Persa e Romano. Após a morte de Maomé, ocorreu grande disputa para se definir quem seria seu sucessor. O islão se espalhou rápido pelo Oriente Médio, por África e por algumas regiões da Europa (Lapidus, 1988; Braudel, 1995; Esposito, 1998).

3. Esta ferramenta mensura a intensidade (no tempo) com que determinado termo é publicado em blogs.
 4. Desta forma, ele funciona como um motor de busca reversa. Ou seja, enquanto um motor de busca tradicional, como o *Google*, oferece para cada consulta executada pelo internauta uma lista de *links* com conteúdos relativos ao termo, o motor de busca reversa *Google Trends* detalha a distribuição temporal e espacial de busca por determinado termo ou conjunto de termos (Moraes e Santos, 2013, 2015a, 2015b).
 5. Em verdade, estes papéis que hoje ocupam os motores de busca, como o *Google*, foram historicamente construídos. Nesse sentido, desde que a Internet se tornou disponível comercialmente (década de 90), esses motores têm desempenhado um papel-chave na orientação do tráfego online, na distribuição do conteúdo e na construção do conhecimento de forma geral (Croft, Metzler e Strohman, 2010).
 6. Diferente das frequências comuns do *Google Trends*, que elencam resultados relativos a termos específicos, as frequências Beta são compostas de conjuntos de termos correlacionados, formatados como um único tópico.
-

RESUMOS

O atentado ao jornal *Charlie Hebdo*, ocorrido em 7 de janeiro de 2015, levantou um significativo debate sobre o fundamentalismo e os limites da liberdade de expressão. Entretanto, não é novidade o *Charlie Hebdo* ser protagonista em polêmicas; antes disso ele já havia se envolvido em outros casos relacionados à religião islâmica e à publicação de caricaturas de Maomé. Nesse sentido, o objectivo deste trabalho é aferir se o interesse dos franceses por este jornal guarda relação com polêmicas envolvendo os temas Religião, Islão e Profeta Maomé. A hipótese da pesquisa é que as polêmicas podem aumentar o interesse público entre os franceses pelo jornal. Utilizamos o *Google Trends* para traçar séries temporais de interesse dos usuários de Internet pelo jornal *Charlie Hebdo*, por Islão, Profeta Maomé e Religião. Ao gerarmos previsões e compararmos as frequências identificamos que: 1) os maiores picos de interesse pelo jornal *Charlie Hebdo* ocorreram em momentos em que o jornal se envolveu com polêmicas; 2) as variáveis Religião, Islão e Maomé estão correlacionadas de forma significativa ao interesse temporal pelo *Charlie Hebdo*.

The attack on the newspaper *Charlie Hebdo*, occurred in January 7, 2015, raised a significant debate on fundamentalism and the boundaries of freedom of expression. However there's nothing new about the *Charlie Hebdo* be protagonist in polemics, before this episode the paper had already been involved in other discussion involving the Islamic religion and the publication of cartoons of Muhammad. In this sense, the aim of this work is to determine if the interest of the French by this newspaper is connected with controversies involving Religion, Islam and the Prophet Muhammad. The hypothesis of the research is that the paper uses of polemics to increase public interest among French Web surfers by the newspaper. We use *Google Trends* to plot series of temporal interests of netizens by the newspaper *Charlie Hebdo*, for Islam, Prophet Muhammad and Religion. When generating predictions and compare the frequencies identified that: 1) the highest peaks of interest by the newspaper *Charlie Hebdo* occurred at times when the newspaper became involved in polemics; 2) variables Religion, Islam and Muhammad are correlated to the temporal interest for *Charlie Hebdo*.

ÍNDICE

Keywords: Charlie Hebdo, France, attack, google trends, islam

Palavras-chave: Charlie Hebdo, França, atentado, google trends, islão

AUTORES

THIAGO PEREZ BERNARDES DE MORAES

Centro Universitário Campos de Andrade

Morada para correspondência:

R. João Scuissiato, 01 - Santa Quitéria, Curitiba - PR

80310-310, Brasil

thiagomoraessp@hotmail.com

ROMER MOTTINHA SANTOS

Universidade Federal do Paraná

Brasil

romermottinha@gmail.com