

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA "JÚLIO DE MESQUITA FILHO" - UNESP
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - FAAC**

MAIARA DE FÁTIMA COSTA PEREIRA

**UTILIZAÇÃO POLÍTICA DAS REDES SOCIAIS:
A DESINFORMAÇÃO E O ATAQUE À IMPRENSA**

MAIARA DE FÁTIMA COSTA PEREIRA

**UTILIZAÇÃO POLÍTICA DAS REDES SOCIAIS:
A DESINFORMAÇÃO E O ATAQUE À IMPRENSA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo

Orientador: Prof. Dr. Célio José Losnak

**BAURU
2022**

P436u

Pereira, Maiara de Fátima Costa

Utilização política das redes sociais : a desinformação e o ataque à imprensa / Maiara de Fátima Costa Pereira. -- Bauru, 2022
67 f. : il.

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Comunicação Social: Jornalismo) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru
Orientador: Célio José Losnak

1. Ataque à imprensa. 2. Desinformação. 3. Democracia. 4. Liberdade de expressão. 5. Jornalismo no Brasil. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

MAIARA DE FÁTIMA COSTA PEREIRA
UTILIZAÇÃO POLÍTICA DAS REDES SOCIAIS: A DESINFORMAÇÃO E O ATAQUE
À IMPRENSA

Aprovação: ____/____/____

Trabalho de conclusão de curso apresentado como
requisito parcial para obtenção do título de Bacharel
em Jornalismo - Universidade Estadual Paulista
"Júlio de Mesquita Filho"

Prof. Dr. Célio José Losnak
Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente
Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

Prof. Dr. Maria Cristina Gobbi
Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

RESUMO

As redes sociais estão cada vez mais presentes no cotidiano dos cidadãos brasileiros. Antes utilizadas para fins de entretenimento privado, agora demonstram seu poder no âmbito público, com cada vez mais políticos ingressando nestas plataformas digitais para ampliar as formas de comunicação com seu eleitorado. No contexto político atual tais espaços virtuais tornaram-se território profícuo para a proliferação de desinformação, fenômeno este utilizado não somente por cidadãos individuais, mas por atores políticos notórios na esfera pública. Este trabalho de conclusão de curso propõe explorar os usos da desinformação em conjunto ao ataque à imprensa nos meios digitais por parte da figura do presidente da República, durante o mandato de 2018 até 2022. Para tanto, foi realizada uma pesquisa de caráter exploratório e bibliográfico, utilizando-se de dados e pesquisas pré-existentes. Pretendemos através desta pesquisa entender se tais práticas são deletérias ou não para o exercício democrático.

Palavras-chave: Ataque à imprensa, desinformação, democracia, liberdade de expressão, jornalismo no Brasil

ABSTRACT

Social networks are increasingly present in the daily lives of Brazilian citizens. Once used for private entertainment purposes, they now demonstrate their power in the public sphere, with more and more politicians joining these digital platforms to expand the ways they communicate with their electorate. In the current political context, such virtual spaces have become a fruitful territory for proliferation of disinformation, a phenomenon used not only by individual citizens but also by notorious political actors in the public sphere. The immediate objective of this research project is to explore the uses of disinformation alongside with the attack on the press in digital media by the figure of the President of the Republic, during the term of office from 2018 to 2022. To this end, an exploratory and bibliographic research was carried out, using pre-existing data and research. It is thus intended to understand whether such practices are harmful or not to the exercise of democracy.

Key Words: Attack on the Press, Disinformation, Democracy, Freedom of Speech; Journalism in Brazil

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

Figura 1 - Tweet de @jairbolsonaro 16 de Out. de 2019.....	50
Figura 2 - Tweet de @jairbolsonaro 30 de Out. de 2019.....	51
Figura 3 - Tweet de @jairbolsonaro 30 de Nov. de 2019.....	52
Figura 4 - Tweet de @jairbolsonaro 11 de Mar. de 2019.....	56

GRÁFICOS

Gráfico 1 - Comparação entre Votos Validos e Proporção do Tempo de TV – Presidencial.....	42
Gráfico 2 - Engajamento no Facebook – Presidencial.....	43
Gráfico 3 - Comparação entre Votos Válidos e Engajamento proporcional no Facebook – Presidencial.....	44

TABELA

Tabela 1 - Relação ocorrências por ano.....	49
---	----

SUMÁRIO

1. Introdução	12
2. Contexto Tecnológico das Mídias Sociais	14
3. Desinformação na Era Digital	18
4. Democracia e Jornalismo	31
5 Disruptores da Democracia	38
5. Considerações Finais	59
6. Referências Bibliográficas	62

1. Introdução

As redes sociais estão cada vez mais presentes no cotidiano dos cidadãos brasileiros. Antes utilizadas para fins de entretenimento privado, agora demonstram seu poder no âmbito público, com cada vez mais políticos ingressando nestas plataformas digitais para ampliar as formas de comunicação com seu eleitorado.

Se antes as mídias de massa da primeira metade do século XX precisavam ser as mediadoras entre governantes e governados, hoje em dia este intermediário foi dissolvido com o advento de sistemas globais de rede que interconecta computadores, transcendendo fronteiras e ampliando a comunicação direta entre indivíduos, através da internet e as diversas ferramentas de interação nela contida, como as redes sociais. No contexto político atual tais espaços virtuais tornaram-se território profícuo para a proliferação de desinformação, fenômeno este utilizado não somente por cidadãos individuais, mas por atores políticos notórios na esfera pública. Um destes fenômenos consiste no ataque à imprensa apoiado em falsidades, recurso utilizado cada vez mais por governos autoritários.

Compreender as intenções destes ataques e a desinformação ali contida mostra-se relevante pois nos ajuda a entender as condições que possibilitaram a disseminação de tais estratégias, ou seja, o contexto da sociedade em rede e um espaço público nutrido de notícias falsas; nos auxilia a compreender a própria constituição do exercício jornalístico, sua função como responsável por informar os cidadãos sobre os assuntos de interesse público e sua participação na esfera e opinião pública, isto é, sua importância para a democracia; e por fim nos alerta sobre os comportamentos que possam ferir a prática jornalística e minar seus direitos adquiridos.

Mediante estas constatações, este trabalho de conclusão de curso apresentado para o curso de jornalismo, pretende explorar como o uso das redes sociais para a disseminação do ataque à imprensa por agentes políticos e, mais especificamente, pelo cargo presidencial no último pleito de 2018 até a data do presente trabalho, pode trazer prejuízos para a constituição democrática de um Estado. O uso de tal ator político

justifica-se devido a sua constante presença nas redes sociais, e seu emprego de uma campanha online de sucesso através das redes sociais:

Na época da eleição de 2018, a presença digital de Jair Bolsonaro era infinitamente superior à dos outros candidatos. No Facebook, sua página tinha 6,9 milhões de seguidores, dez vezes mais que Fernando Haddad, com 689 mil. O ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva contava com 3,8 milhões de inscritos. No Instagram, Bolsonaro reunia 3,8 milhões de seguidores, enquanto Haddad tinha 418 mil e Lula, 524 mil. (MELLO, 2020, p. 32).

Para isso faremos uma breve revisão do ambiente comunicacional na era digital, visto que é importante citarmos a sociedade em rede e seus recursos – a internet e os demais dispositivos digitais – pois é a partir da sua estrutura tecnológica e comunicativa que se dá os fenômenos de desinformação atualmente. Em seguida analisaremos como a desinformação permeia e é distribuída nesses ambientes e como a crise informacional na qualidade dos conteúdos gera um ecossistema de desconfiança numa sociedade inserida em uma crise político-econômica. A partir daí vamos examinar o papel da democracia como ente assegurador da liberdade de expressão e de participação democrática, assim como a importância da imprensa para o exercício democrático e, mais adiante, discutiremos a deslegitimação do trabalho jornalístico como estratégia política para obter benefício político e eleitoral. Para tanto, foi realizada uma pesquisa de caráter exploratório e bibliográfico, utilizando-se de dados e pesquisas pré-existentes. Ao fim pretende-se avaliar quais os riscos sociais dos fenômenos de desinformação para a democracia, assim como, demonstrar como o uso de estratégias de ataque à imprensa podem ser danosas ao exercício democrático.

2. Contexto Tecnológico das Mídias Sociais

Os seres humanos estão inseridos em uma sociedade através de relações que constroem ao longo de suas vidas, primeiro no âmbito familiar, escolar, no trabalho, etc., e, assim, a própria natureza humana nos conduz a uma estrutura de organização em rede, assim sendo podemos inferir que em todos os níveis da vida existem redes de conexões, de interligação, desde o sistema metabólico do corpo até as teias alimentares dos ecossistemas (STALOCH; REIS. 2015, p.40). Apesar da 'organização em redes' encontrar-se em diversos âmbitos da prática humana, para o presente trabalho nos interessa demonstrar as redes no contexto da comunicação digital virtual. Isso ocorre através da ascensão de novas tecnologias de comunicação e informação que possibilitam um novo rearranjo social.

Manuel Castells (2005, p.20) aponta que a sociedade atual atravessa uma transformação estrutural onde os nós, ou as redes, ditam a organização social. Segundo o autor espanhol uma rede é um conjunto de nós que se conectam e se interceptam, formando outras redes maiores. Estas consistem em estruturas abertas capazes de se expandirem sem limites, integrando novos nós desde que eles sejam capazes de se comunicar, isto é, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação. Assim como diferentes revoluções econômicas e sociais ocorreram através da convergência de transformações nas áreas de comunicação e geração de energia,¹ ou seja, se organizam através destas, na sociedade em rede novas ferramentas tecnológicas surgiram e geraram um novo rearranjo comunicacional (CASTELLS; CARDOSO, 2005). Saímos definitivamente da lógica de uma sociedade industrial e mergulhamos em uma sociedade

¹Como por exemplo; no século 19, a substituição da prensa manual para a máquina a vapor propiciou impressões em massa a preços baixos. Não tencionamos sugerir que novas formas e processos sociais surgem em consequência de transformação tecnológica. A tecnologia não determina a sociedade: incorpora-a. Nem a sociedade escreve o curso da transformação tecnológica (ela utiliza-a), uma vez que vários fatores intervêm no processo de descoberta científica, inovação tecnológica e aplicações sociais, de forma que o resultado final depende de um complexo padrão interativo (...) a tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas. (CASTELLS. 1999, p. 43). Embora não determine a evolução histórica e a transformação social, a tecnologia (ou sua falta) incorpora a capacidade de transformação das sociedades, bem como os usos que as sociedades sempre em um processo conflituoso, decidem dar ao seu potencial tecnológico. (CASTELLS. 1999, p.44)

alicerçada em redes de comunicação digital. Essa nova reconfiguração social é denominada “sociedade em rede” e é:

“(…)baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microeletrônica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes.” (CASTELLS; CARDOSO. 2005, p.20).

A sociedade em rede transformou a maneira como a comunicação, e conseqüentemente a transmissão de informação, é realizada e percebida pela sociedade. Atualmente a comunicação é - ou ainda, também pode ser - mediada por redes a cabo, transmissão por satélite, computadores, o uso de aparelhos como tablets, smartphones, computadores pessoais entre outros, são dispositivos pelos quais as pessoas possuem a capacidade de interagir. Isso ocorre através do espaço virtual viabilizado pela internet.

A internet é um complexo sistema de fornecimento de dados em rede que possibilita a comunicação entre aqueles que estão conectados à rede mundial de computadores (World Wide Web) e que compartilham e utilizam os mesmos códigos de comunicação para interagir. Ela comporta, em um mesmo espaço, variadas linguagens digitalizadas – áudio, vídeo, texto – essa inovação ampliou a capacidade comunicacional em termos de suporte, montagem e interatividade.

A velocidade proporcionada com o advento desta rede e a facilidade ao acesso à informação e entretenimento, divergem das mídias tradicionais por serem mais rápidas e por disponibilizar conteúdos alternativos àqueles oferecidos por meios tradicionais, por conseguinte, os públicos se tornaram maiores e mais segmentados. A internet também causa uma mudança socioespacial, ao mudar as dinâmicas de territorialidade. Locais distantes, antes inatingíveis, agora tornaram-se acessíveis através de um clique. A velocidade no processo de dados, a capacidade de conexão ilimitada em qualquer local²

² “Porém, como as redes são seletivas de acordo com os seus programas específicos, e porque conseguem, simultaneamente, comunicar e não comunicar, a sociedade em rede difunde-se por todo o mundo, mas não inclui todas as pessoas.” (CASTELLS. 2005, p.18). Não podemos excluir a questão socioeconômica e estrutural das diversas localidades do mundo, que podem dificultar, ou não, o acesso à tecnologias da informação e comunicação (TICs).

e a virtualidade da rede, permitiu a comunicação rápida entre indivíduos em ambientes geográficos diferentes, deixando em segundo plano a exigência da proximidade física e espacial para que haja interações sociais (STALOCH; REIS. 2015, p.42).

A internet consiste em um sistema colaborativo, onde a produção de conteúdo - antes exclusividade de jornalistas e conglomerados de mídia - se desenvolve em uma nova dinâmica de comunicação ao dissolver o poder hierárquico dos detentores da informação. Os receptores, antes passivos, tornam-se agentes ativos na produção de conteúdo informacional, ou seja, diferentemente dos veículos tradicionais (rádio, televisão, entre outros) sua comunicação não se dá de maneira vertical (“um-para-todos”³), sua produção e dinâmica comunicacionais são realizadas de maneira horizontal e descentralizada (“todos-para-todos”⁴). O *mass media*⁵ monológico – no qual o receptor da informação não está habilitado a intervir no que lhe é transmitido - em voga por quase toda sociedade industrial, agora é substituído por um sistema multimídia interativo, diversificado, flexível e mais horizontal com o advento da “*computadorização*” que refere-se à:

“(…) computadores multimídia, discos laser, CD-ROM, os aparelhos de fac-símile de última geração, bancos de dados portáteis, livros eletrônicos, redes de videotextos, telefones inteligentes, satélites de transmissão direta e a Internet com seus novos recursos multimídia. O elemento comum a cada um desses serviços é a computadorização, uma tecnologia que vem apagando todas as antigas diferenças que separavam os serviços de mídia do passado.” (DIZARD JR, pág. 13)

³ Lemos e Levy (2010), termos utilizados pelos autores ao explicarem comunicação massiva (tradicional) e pós-massiva (internet)

⁴ (Idem)

⁵ “A mídia de massa, historicamente, significa produtos de informação e entretenimento centralmente produzidos e padronizados, distribuídos a grandes públicos através de canais distintos. Os novos desafiantes eletrônicos modificam todas essas condições. Muitas vezes, seus produtos não se originam de uma fonte central. Além disso, a nova mídia em geral fornece serviços especializados a vários pequenos segmentos de público. Entretanto, sua inovação mais importante é a distribuição de produtos de voz, vídeo e impressos num canal eletrônico comum, muitas vezes em formatos interativos bidirecionais que dão aos consumidores maior controle sobre os serviços que recebem, sobre quando obtê-los e sob que forma.” (DIZARD JR. 2000, p.23)

Se desde o século XVII a imprensa estrutura e organiza o espaço público – o espaço onde a comunicação acontece - as novas mídias também transformaram essa esfera ao viabilizar uma relação direta entre produtor e consumidor, mudando a lógica de circulação da informação e aumentando o espaço da prática social, no sentido de que, agora existem diversos espaços nos medias para as pessoas exercerem sua sociabilidade.

Este novo ambiente da prática social é denominado como “ciberespaço” por Pierre Lévy e constitui “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial de computadores e das memórias dos computadores, sendo o virtual a marca desse.” (Lévy, 1999, p. 94). Além da estrutura material que é composto o ciberespaço, este também é constituído pela miríade de informações ali distribuídas, assim como os indivíduos que participam nesta interação, alimentando e navegando por este ambiente digital (Lévy, 1999, p. 17). Esta nova conjuntura das redes abriga os saberes individuais que proporcionam a construção coletiva do conhecimento. Devemos nos atentar, no entanto, a qual tipo de conhecimento está sendo produzido e organizado no ambiente digital e se as redes conseguiram atender as expectativas de uma sociedade mais horizontal, participativa, abundante de informações disponíveis e acessíveis. Dentre as várias plataformas online e sítios eletrônicos (sites), as “redes sociais” são aquelas constituídas exclusivamente para a interação e compartilhamento de informação entre indivíduos.

3. Desinformação na Era Digital

“Informação” é um termo versátil que encontra conceituação em variadas disciplinas científicas. Está associada ao conceito de ordem e redução de incerteza, apresenta-se como um elemento organizador de sistemas e referencia o homem durante a sua existência (BARRETO,1994). A informação é um fenômeno humano, por este motivo, envolve indivíduos transmitindo e recebendo mensagens no contexto de suas ações possíveis. Na linguagem cotidiana e coloquial, a informação trata-se do conhecimento comunicado (CAPURRO;HJORLAND. 2007, p.149).

Do ponto de vista econômico a informação tornou-se um bem fundamental na medida em que sua criação, utilização e disseminação possuem o poder de influenciar, manipular e controlar a sociedade e o seu uso não faz com que acabe ou seja consumido (BORGES, 2000. p.28). Desde a sua menor manifestação (como por exemplo; saber em qual supermercado o preço de um artigo está mais barato, ou ainda, uma informação privilegiada sobre aplicações rentáveis no mercado financeiro), até aquela em nível macrossocial como a gestão e aplicação eficaz de uma política pública (exemplificando; saber quando uma vacina estará disponível para compra, uso e planejamento de prevenção de uma população doente) possuem o poder de moldar comportamentos sociais a níveis globais.

"Há, portanto, no uso desse recurso [informação], um continuum que o coloca em uma posição de destaque no pós-industrialismo, em que a informação gera conhecimento, e este, por sua vez, gera mais informação, dentro de uma estrutura circular virtuosa. Por conseguinte, tal estrutura, geradora desse fluxo perene de informação, tem levado estudiosos (...) a atribuir-lhe o status de recurso fundamental para o desenvolvimento da sociedade, tendo adquirido essa posição em função das transformações tecnológicas que a tornaram cada vez mais difusa no século XX. " (FERREIRA. 2003, p.36)

Diferentemente dos teóricos da sociedade da informação localizada, segundo tais teorias, no século XX - devido aos avanços tecnológicos que proporcionaram maior velocidade na transmissão de informação, caracterizando um período onde as relações

sociais e econômicas são definidas em torno do seu objeto de informação - Hobart e Schiffman (2000) discordam que a informação é um fenômeno proveniente das tecnologias modernas e do mesmo modo, discordam da centralidade da informação dentro da sociedade atual. Os autores criticam esta centralidade atual ao relembrar períodos em que a revolução informacional e tecnológica também trouxe grandes transformações para determinadas sociedades em diferentes eras (clássica, moderna e contemporânea). Eles recordam os sumérios que por volta de 3500 a.C desenvolveram a primeira forma de escrita sistematizada, a cuneiforme.

“Essa mudança tecnológica, embora chame nossa sensibilidade moderna assim, foi a mais importante de todas. Pois a invenção da escrita realmente deu origem à própria informação, gerando a primeira revolução da informação. A escrita criou novas entidades, objetos mentais que existem à parte do fluxo da fala, juntamente com as primeiras tentativas sistemáticas de organizar esse mundo mental abstrato. Aqui encontramos as raízes da atividade que acabaria levando os gregos a correlacionar a ordem do mundo mental com a da natureza. Assim, quando nos afastamos do envolvimento da cultura eletrônica, descobrimos que nossa era da informação é apenas a mais recente de várias. De uma perspectiva histórica, talvez a única "era da informação" que realmente merece o título seja a original, primaverl, de cerca de cinco mil anos atrás.”⁶(HOBART; SCHIFFMAN, 2000, p.2)

Ao discorrer sobre como a sociedade emergente tem sido caracterizada como “sociedade da informação” ou ainda “sociedade do conhecimento”, o teórico da sociedade em rede, Manuel Castells (2005, p.17), afirma não concordar com essa terminologia:

“Não porque conhecimento e informação não sejam centrais na nossa sociedade. Mas porque eles sempre o foram, em todas as sociedades

⁶ Tradução nossa: "This technological change, though it jars our modern sensibilities to term it so, was the most momentous of all. For the invention of writing actually gave birth to information itself, engendering the first information revolution. Writing created new entities, mental objects that exist apart from the flow of speech, along with the earliest, systematic attempts to organize this abstract mental world. Here we find the roots of the activity that would ultimately lead the Greeks to correlate the order of the mental world with that of nature. Thus when we tear ourselves away from the engrossments of electronic culture, we discover that our information age is but the latest of several. From a historical perspective, perhaps the only "information age" truly deserving the title is the original, primaverl one of some five thousand years ago."

historicamente conhecidas. O que é novo é o facto de serem de base microelectrónica, através de redes tecnológicas que fornecem novas capacidades a uma velha forma de organização social: as redes.”

Maria Alice Guimarães Borges (2000, p.31) percebe a informação na sociedade atual como complementar à processos anteriores e afirma que:

“A informação sempre foi o insumo básico do desenvolvimento. Quando o homem associou a fala e a imagem e criou a escrita, ele permitiu a transmissão e a armazenagem de informação. A imprensa de Gutenberg, no século XV, o telefone, o rádio, a televisão e agora as tecnologias da informação e da comunicação, que revolucionaram os séculos XIX e XX, aceleraram o acesso e o intercâmbio de informações. Estes diversos meios de comunicação, em vez de se excluírem, potencializam-se, mutuamente”

A informação é um recurso imaterial de troca, amplamente distribuído e produzido no ambiente virtual, isto é, um fluxo de recursos (informação) entre os indivíduos que utilizam o ciberespaço. À medida que mais pessoas obtiveram acesso à internet, a participação na criação e veiculação de informação se potencializou assim como o seu viés negativo: as informações falsas. A distribuição da informação sem, no entanto, instâncias de verificação de veracidade da notícia tornou-se um terreno fértil para narrativas falsas e até fraudadas.

No âmbito do jornalismo a ideia de informação apresenta-se como uma concepção vaga, intuitiva e “auto-explicativa”. Ela está, com frequência, vinculada à noção de notícia e tem nessa sua origem e explicação (TAVARES & BERGER; 2010, p.25). Marcondes Filho (1986) argumenta que a ‘informação’ é a matéria prima para criar uma mercadoria altamente perecível: a notícia. O autor ainda aponta que:

"A notícia é a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isso a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo." (MARCONDES FILHO.1986, p.13)

No íterim da história do jornalismo, a sua comercialização se iniciou no século XIX com a emergência de uma nova mercadoria, a informação convertida em notícia.

(TRAQUINA. 2005, p.33). Esta notícia será exposta e vendida atendendo a critérios específicos que, se respeitados, devem lhe trazer legitimidade para atender a sua função social de informar e por conseguinte, assistir à sua condição de negócio capitalista.

Ora, na constituição do exercício jornalístico legitimidade é uma premissa necessária, e esta característica só é alcançada se o jornal possuir um conjunto de princípios, normas e procedimentos que tornem o fruto de seu trabalho probo, isto significa que o jornal deve seguir um código de ética. Deve-se considerar também que notícias não espelham fielmente a realidade, elas são correspondências de episódios da vida cotidiana, são portanto representações do real, desta afirmação podemos ponderar que jornalistas cometem erros e que a legitimidade da peça jornalística assim como a reputação do meio de comunicação continuam intactos se, na ocorrência de um erro, o jornal tiver transparência. Devido à falibilidade do ser humano, uma série de preceitos foram dispostos para garantir a lisura de um jornal e são eles: o compromisso com a busca pela veracidade dos fatos, a objetividade, precisão, neutralidade e imparcialidade⁷, tais princípios, quando utilizados como referencial ético na prática jornalística, trazem credibilidade e por conseguinte, legitimam o trabalho de um jornal.

O trabalho de um jornalista é apreender e traduzir a realidade e sua missão é informar corretamente, seguindo critérios de plausibilidade e exatidão para que os cidadãos sejam instruídos sobre eventos na sociedade que lhes são caros, em outras palavras, que sejam de interesse público. A confiança de uma população em um jornal se dá pela lisura com que estes preceitos são seguidos, transformando as informações coletadas pelos jornalistas em um trabalho legítimo, autêntico, imprimindo verdade à informação publicada. Porém essa legitimidade pode ser rompida quando a desconfiança advinda do público aumenta. Fatores circunstanciais também afetam a percepção das audiências quanto às mídias. Na esfera macrossocial a confiança pode ser definida como

⁷ Não entraremos no mérito se tais conceitos são “mitos do jornalismo”, pois não é este o propósito do trabalho. Apresentamos tais conceitos como um princípio regulador do exercício e não como verdade absoluta. Josenildo Luiz Guerra (1999, p.20) afirma que “Negar simplesmente esses conceitos, como fazem seus críticos, significa abrir mão de um referencial ético a partir do qual a imprensa deve se pautar, para que contemple o pluralismo das sociedades democráticas” e ainda que tais conceitos “(...)tornam-se importantes critérios de avaliação do trabalho jornalístico e de orientação para os próprios profissionais.”

‘a realização das expectativas de uma sociedade’ e a confiabilidade na imprensa está diretamente relacionada à confiança da população nas instituições de governo e sociais, por conseguinte crises políticas e financeiras causam a insatisfação da população aprofundando o sentimento de insegurança na ordem social por não atenderem às expectativas do coletivo. Esta decepção, este desencanto generalizado acaba abalando a crença nas mídias (CAVALCANTI; JARDELINO; NASCIMENTO, 2021, p.74) porquanto o jornalismo se justifica não só pela confiabilidade constituída, que ele mesmo prega, mas também pela confiabilidade percebida pelo público. (GOULD; ROCHA. 2019, p.8)

As razões para tal desconfiança são variadas e demasiadas, uma pesquisa realizada pelo *Reuters Institute for the Study of Journalism* nos fornece informações sobre o porquê os leitores suspeitam da mídia, tal estudo foi realizado em nove países (Estados Unidos, Reino Unido, Irlanda, Espanha, Alemanha, Dinamarca, Austrália, França e Grécia) e pode nos servir como guia para entender o comportamento da audiência. Os públicos sinalizam que a maior causa geradora de desconfiança é o enviesamento (*bias*), o receio de agendas escondidas (*agenda*) e a manipulação de informações (*spin*⁸) (NEWMAN; FLETCHER. 2017). Basicamente as pessoas que não confiam nos noticiários temem que exista alguma agenda política ou comercial escondida e que as notícias publicadas seguem tais direcionamentos (ideológico ou econômico) culminando em matérias enviesadas para atender interesses hegemônicos.

Quanto aos jornais, a sua parcela de responsabilidade está no “fetiche pela velocidade”, que transforma a notícia em mercadoria, num sistema de concorrência pelo furo jornalístico, culminando em uma série de erros de apuração (MORETZSOHN, 2000, online). Soma-se a este cenário às diversas informações disponíveis não mediadas por profissionais do jornalismo, produzidas por instituições públicas, privadas ou pelos próprios cidadãos.

⁸ “Nas relações públicas e na política, o spin é uma forma de propaganda, alcançada através do fornecimento consciente de uma interpretação tendenciosa de um evento ou campanha para influenciar a opinião pública sobre alguma organização ou figura pública. Embora as relações públicas e a publicidade tradicionais possam gerenciar a apresentação dos fatos, "spin" frequentemente implica o uso de táticas falsas, enganosas e manipuladoras”.(SPIN WIKIPEDIA. 2021)

O último caso é de relevância para o trabalho aqui disposto pois, como explicitado anteriormente, a internet viabilizou um espaço onde a informação é compartilhada sem instâncias de verificação. Ao socializar, ou ainda, descentralizar a produção e circulação de notícias, a web também gerou um ambiente fértil para fenômenos de desinformação, possibilitando a criação ilimitada de notícias falsas, meias-verdades dissimuladas e rudes distorções do factual. É também no ambiente online, melhor dizendo, no contexto da sociedade em rede, que o uso do termo “fake news” foi ampla e rapidamente difundido e se refere às “notícias falsas produzidas e disseminadas deliberadamente, cujo intuito é manipular a opinião pública e promover ideologias gerando um lucro e/ou vantagem pessoal a quem as criou.” (CAVALCANTI; JARDELINO; NASCIMENTO. 2021, p.71), é também um artigo que imita o formato de uma notícia ou reportagem, com conteúdo falso criado com a intenção de enganar (BAPTISTA; GRADIM. 2020, p.22). Elas são “(...)plantadas, cultivadas e hipertrofiadas para que desorientem, confundam, enganem.” (CHRISTOFOLETTI. 2018, p.62). Deste modo a intenção na produção de uma notícia é fator relevante em uma “fake news”. Deve-se salientar no entanto que “notícias falsas” não são um fenômeno novo ao longo da história da comunicação:

“Precedendo a era dos conteúdos impressos, as informações eram registradas em pergaminhos e armazenadas sob o controle de líderes de esferas sociais privilegiadas, como clero e nobreza. Aqueles que tinham os conteúdos informacionais sob seu controle, tinham, por consequência, domínio sobre sua disseminação, o que facilitava a propagação de boatos e notícias falsas, sem que houvessem maneiras acessíveis de validar o que estava sendo propagado.”(JARDIM; Z Aidan., 2018. p.3)

Durante a história da humanidade existem vários exemplos ilustrativos que corroboram tal perspectiva: na Antiguidade Sócrates denunciou os sofistas gregos que viajavam pelas aldeias da Helade contando mentiras e vendendo livros. Na Idade Média eram forjadas bulas pontifícias para interesses próprios, como fez o conde de Armagnac para se casar com sua irmã. Um homem de pseudônimo “Alonso Fernandez de Avellaneda” escreveu e publicou um segundo volume para o livro “Don Quixote” de Cervantes, e tentou passa-lo como uma sequência verdadeira em 1614, sem no entanto ter nenhuma conexão com a obra do autor original. O produto mais tarde ficou conhecido

como “Don Quixote de Avellaneda” (SALAS. 2019, p.412.). Em 1938 Orson Wells causou comoção, e alguns citam “pânico”, entre os ouvintes de rádio que escutavam a transmissão de seu livro “Guerra dos Mundos”. Salas (2019) afirma que “La invasión alienígena fue retransmitida con tanto realismo y veracidad que mucha gente se la creyó”. Otavio Frias Filho (2018, p.41) ao afirmar a constância histórica das notícias falsas, relembra que em 1969, quando o primeiro voo espacial tripulado pousou sobre a Lua “(...)surgiu uma célebre e persistente onda de boatos segundo os quais aquelas imagens haviam sido forjadas em algum estúdio secreto e toda a expedição não passava de um embuste”. No âmbito político e nacional nos remetemos ao período conhecido como Era Vargas para recordar a fabricação de uma das maiores falsificações da história brasileira o “Plano Cohen” (CASTRO. 1972, p.3), sob a tutela do então presidente Getúlio Vargas, que expunha uma suposta ameaça comunista e que ajudou a instalar a ditadura do Estado Novo em 1937.

Se as notícias falsas são um fenômeno persistente na história da humanidade, o que as diferencia da notória “Fake News” tão apregoada nos dias atuais? Otavio Frias Filho (2018, p.42) ao ponderar sobre a internet e o papel das novas formas tecnológicas de transmissão de notícias argumenta que a diferença, ou ainda, a novidade “(...) não está nas fake news em si, mas na aparição de um instrumento capaz de reproduzi-las e disseminá-las com amplitude e velocidade inauditas”, mas adverte que “Ainda aqui o ineditismo é relativo, pois algo parecido pode ser dito sobre o advento da imprensa de tipos móveis.”. Avanços tecnológicos nos sistemas de comunicação e informação existiram em diferentes períodos e sociedades, a distinção parece morar no fator tempo-distância e capacidade de espraiamento:

"El poder de expansión de las noticias falsas ha dependido de los soportes existentes en cada época como papiros o pergaminos en la Antigüedad, libros en el Renacimiento, y, desde el siglo XIX, periódicos impresos en masa, sonidos (la radio en la primera mitad del siglo XX), o imágenes (televisión en la segunda mitad del siglo XX). También ha dependido de la evolución de los medios de transporte y de comunicación: animal, mecánico y digital. La diferencia está en

que ahora los medios de masas han acelerado el tiempo de difusión haciendo que las distancias no importen."(SALAS. 2019, p.413)

À vista disso é importante salientar a diferença entre uma ‘notícia falsa’ e uma ‘fake news’. A primeira sempre existiu durante toda a história do jornalismo, a segunda se dá na contemporaneidade e seu poder de alastramento é maximizado, devido às novas tecnologias de comunicação, a adesão a estas por uma grande parte da população inserida em uma forte polarização ideológica. Podemos argumentar que a diferença encontra-se no novo contexto tecnológico, no formato e nas mídias em que as notícias falsas circulam.

A internet criou o ambiente propício para a ascensão da sociedade em rede que, por conseguinte, originou a prática em rede através de espaços de expressão livres onde essas notícias circulam. Diferentemente da época em que prevaleciam as mídias de massa, onde a maioria das notícias partiam de dois ou três conglomerados de mídia, na era digital as audiências vivenciam uma grande oferta de informações de diferentes procedências. As novas mídias digitais e seus usos sociais permitiram amplificar e viralizar fenômenos de desinformação e neste ínterim as agências de notícias começam a sofrer o mesmo descrédito que disseminadores de “Fake News”.

Este é o cenário onde a “pós-verdade” vigora, ou seja, um espaço social onde a verdade torna-se irrelevante para o público e “Os fatos, a comprovação de dados e estatísticas teriam pouca influência na formulação do sentido e na interpretação dos leitores e de eleitores.” (SIEBERT & PEREIRA. 2020, p.240). Traçaremos a origem do termo como forma de entendê-lo melhor: o dramaturgo sérvio-americano Steve Tesich foi o primeiro indivíduo a usar o neologismo "pós-verdade" na contemporaneidade. Em seu artigo "A Government of Lies"(1992) ele critica o público americano por tolerar as “*mentiras do governo Bush*” e argumenta que a sociedade da época havia tomado uma decisão consciente e submissa de viver em um mundo de "pós-verdade" as custas da liberdade democrática, um mundo onde a verdade não é relevante. O termo ressurgiu em 2004 com a publicação do livro "Era da pós-verdade: Desonestidade e Enganação na Vida Contemporânea" (The Post-Truth Era) por Ralph Keyes. Contudo o termo

ganhou mais notoriedade, em particular seu uso no contexto político, em 2016 em virtude das eleições presidenciais nos Estados Unidos e o referendo sobre a permanência do Reino Unido na União Europeia chamado de Brexit (uma junção das palavras "British" e "Exit" em inglês). Neste mesmo ano o jornal inglês The Economist publicou como matéria de capa "A arte da mentira: a política da pós-verdade na era das redes sociais" onde expunha a visão de que "o divórcio entre o discurso político e os fatos teria se agravado violentamente"(BUCCI. 2018, p.21).

O conceito de "pós-verdade" é bastante disputado e não há, na literatura acadêmica ou no discurso jornalístico uma definição que seja amplamente aceita (RIBEIRO; ORTELLADO. 2018, p.72), porém podemos apreender que o termo surgiu no interior da sociedade, ganhou força no discurso público, recebeu registro lexicográfico, foi utilizado por diferentes entes (mídia, acadêmicos, autores, etc.), com o intuito de designar um determinado fenômeno em dado período da contemporaneidade. Segundo o dicionário Oxford Lexico (2020) "pós-verdade" é um adjetivo que tenciona "Relacionar ou denotar circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e à crença pessoal". Para Lee McIntyre (2018) a pós-verdade denota a noção de sentimentos serem mais precisos do que fatos, de acreditar em algo por parecer certo e não por traduzir a realidade, caracterizando um desinteresse pela verdade. Ao aludir a indústria do tabaco nos EUA, na década de 1950, o autor demonstra como uma campanha de desinformação pode ser montada por setores hegemônicos da sociedade, demonstrando como a pós-verdade pertence ao reino das disputas de poder. Neste contexto havia uma disputa pela narrativa da ciência, que descobria e apresentava os diversos malefícios para a saúde da pessoa fumante, e as indústrias de tabaco que tentavam dissuadir o cidadão médio. Para tal foi necessário agir sobre órgãos políticos e utilizar os meios de comunicação com o intuito de:

"(...)encontrar e financiar nossos próprios especialistas, usá-los para sugerir à mídia que há dois lados da mesma história, impulsionar nossa posição por meio de relações públicas e pressão do governo (lobbying) e aproveitar a confusão

pública resultante para questionar qualquer tipo de resultado científico que você queira colocar em dúvida” (McIntyre. 2018. p.24)⁹

O autor também chama atenção para o prefixo "pós" ao sustentar que este “pretende indicar não tanto a ideia de que ‘deixamos para trás’ a verdade em um sentido temporal (como em ‘pós-guerra’), mas no sentido de que a verdade foi ofuscada: que é irrelevante”¹⁰. Eli Borges Júnior (2019) corrobora tal afirmação, ao ponderar que o termo "pós-verdade", indica uma superação (positiva ou negativa) de um estado anterior, assim como é utilizado no termo "pós-modernidade". Neste novo contexto a "verdade" não possui mais relevância e deixa de ser um fator imprescindível (lastro) e condutor na formação dos discursos na esfera pública. McIntyre (2018) enumera uma série de fatores pré-existentes que culminaram no fenômeno da pós-verdade entre eles estão o: negacionismo científico (fomentado através de movimentos que buscavam desacreditar resultados científicos a fim de colocar em dúvida "evidências empíricas" em favor da crença); o viés cognitivo (padrão de distorção de juízos influenciado pela cosmovisão e pressão social, que induzem o ser humano a formar suas crenças sem se basear nas evidências, com intuito de prevenir descontentamento psíquico); a queda da importância dos meios de comunicação tradicionais; o auge das redes sociais; e a relativização da verdade promovida pelo pós-modernismo (questionamentos acerca da existência de uma “verdade absoluta” e seu uso como instrumento de poder, em conjunto com a crítica sequestrada por movimentos políticos para dizer que tudo seria ‘ideológico’, subordinando fatos à interpretação subjetiva).

Ralph Keyes (2012, online) apresenta o termo como um momento, mais especificamente, uma “Era”, onde "as fronteiras se confundem entre verdade e mentira, honestidade e desonestidade, ficção e não ficção", nesta “Era”, como conceitua o autor, a verdade foi preterida em razão da opinião, aquela informação que concorda com seus valores, emoções e opiniões são priorizadas em detrimento da factualidade de um

⁹ Tradução nossa: “Find and fund your own experts, use this to suggest to the media that there are two side to the story, push your side through public relation and governmental lobbying, and capitalize on the resulting public confusion to question whatever scientific result you wish to disput”

¹⁰ Tradução nossa: “In this, they underline that the prefix "post" is meant to indicate not so much the idea that we are "past" truth in a temporal sense (as in "postwar") but in the sense that truth has been eclipsed - that it is irrelevant.”, (McIntyre, 2018, p.5)

evento, da objetividade dos fatos, da comprovação de dados e estatísticas. Ao analisar o funcionamento discursivo do termo “pós-verdade” e suas veiculações desde 2016 em mídias diversas Siebert e Pereira (2020, p.242) apontam que:

“(...)o uso do termo pós-verdade também passa a significar um momento histórico com expressivo aumento na velocidade da comunicação que, entre outras coisas, multiplica a quantidade de informações com as quais precisamos lidar diariamente. O termo passa a ser usado para nomear esse viver imerso em novas condições de produção de sentido.”

Além de um momento, a “pós-verdade” também é colocada como uma condição social e política em que os cidadãos não respeitam a verdade, onde o apelo emocional, ao invés da compreensão racional tem maior influência na opinião pública, isso porque existiria uma disponibilidade dos sujeitos à persuasão devido ao caráter sólido de suas próprias crenças e convicções (SEIXAS. 2019, p.123). Ao descrever a pós-verdade no campo filosófico, Vittorio Bufacchi (2021, p. 349) a diferencia da "mentira" pois, segundo ele, o mentiroso sabe e aceita que existe uma verdade, mas escolhe contar uma história diferente. A mentira se refere a fatos específicos que possuem coordenadas espaço-temporais precisas, sendo assim, o mentiroso atestaria a verdade ao negá-la. A pós-verdade para além de negar ou questionar fatos ela faz o mesmo com conceitos. Este artifício mina a infraestrutura teórica que possibilita uma conversa sobre a verdade. O “pós-verdadeiro” (neologismo do autor) parte de um fato, mas a sua argumentação e interpretação deste fato está apoiada em falhas ininteligíveis, lorotas, embustes. Como dialogar com alguém cujo argumento principal está baseado em uma inverdade? Bufacchi ainda a diferencia de uma "bullshit", o "falar abobrinha" ou "besteira". O falador de abobrinha não está preocupado com a verdade, ele possui uma indiferença diante desta, quando lhe é inconveniente ele a contorna mas não teria problema em posteriormente anuí-lá, ele não estaria mentindo pois não age a partir de convicções, já o mentiroso é convicto da verdade, mas decide mentir. Enquanto os mentirosos optam por ignorar a verdade, os pós-verdadeiros querem subvertê-la. Enquanto os faladores de abobrinhas não tem apreço ou respeito pela verdade, os pós-verdadeiros tencionam deslegitimá-la pois essa é a melhor maneira de desarmar a ameaça que a verdade representa para eles. O autor define a pós-verdade da seguinte forma:

"A pós-verdade é uma estratégia deliberada destinada a criar um ambiente onde os fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública, onde as estruturas teóricas são minadas para tornar impossível para alguém dar sentido a um determinado evento, fenômeno ou experiência, e onde a verdade científica é deslegitimada." (BUFACCHI. 2021, p.350)¹¹

Os críticos do termo apontam para várias direções, visto que o termo também é multifacetado. Aqueles que o criticam devido a etimologia da palavra e sua ligação com a verdade, partem da explicação do que seria uma "verdade" e em que momento esta foi perpassada ou preterida. Eli Borges (2019) recorre a Hanna Arendt e seus conceitos de "verdade racional", "verdade de fato", mentiras políticas, propaganda e novas realidades, para explicar como a verdade já vinha sendo manipulada em contextos históricos anteriores, particularmente o político, para expressar que o termo é impreciso, pois anuncia uma renúncia atual da verdade e implica que as sociedades anteriores observavam a verdade em sua esfera pública, o que não é o caso. Henry Rousso (2020) ao analisar os efeitos da pós-verdade dentro do campo da historiografia, e a afirmação da centralidade do sensível ao invés do racional no recebimento de informações, argumenta que este é um fenômeno antigo, pois:

"Se estes (pos-verdade e fake history) são definidos pela primazia da ideologia e da emoção sobre a razão, então isso só pode ser um retrocesso impressionante, um retorno ao tempo em que a historiografia estava sujeita ao dogma da fé e às restrições do poder."¹²

Sendo assim notícias falsas não são um fenômeno novo, visto que sua existência pode ser traçada desde tempos remotos, o que parece formar um ponto de inflexão na difusão de informações, são as novas tecnologias de comunicação e informação, que disponibilizaram um espaço com capacidades de produção, publicação e replicação ilimitado ao passo que o antídoto para tais fenômenos ainda continuam sendo a

¹¹ Tradução nossa: "Post-truth is a deliberate strategy aimed at creating an environment where objective facts are less influential in shaping public opinion, where theoretical frameworks are undermined in order to make it impossible for someone to make sense of a certain event, phenomenon, or experience, and where scientific truth is delegitimized."

¹² Tradução nossa. "If these are defined by the primacy of ideology and emotion over reason, then this can only be a staggering regression, a return to the time when historiography was subject to the dogma of faith and the constraints of power."

apuração lenta, minuciosa e artesanal. Devemos salientar que uma "fake news" não é uma notícia pois a notícia está alicerçada em critérios jornalísticos que seguem códigos deontológicos para assegurar a veracidade, apuração responsável e ética da notícia. Enquanto uma "fake news", ou ainda uma notícia falsa, está inserida dentro do aspecto da desinformação que, dentre suas várias conceituações, possui uma definição de informação propositalmente enganosa ou ainda misinformação, aquela não é intencional (por exemplo, uma pessoa que não é produtora e não assimilou a falsidade ali contida no conteúdo desinformativo, mas que compartilha e reverbera aquela narrativa). É a novidade da 'pós-verdade' mora, não na disseminação da falsidade, mas na natureza do espaço público em que a falsidade e o boato são implantados (ROUSSO, 2020). Os jornalistas, cientistas e demais sujeitos que lidam com a informação através de métodos de busca e verificação a partir da operação racional, concorrem com setores que não tem pudor ao divulgar versões distorcidas de um fato ou mesmo mentiras descaradas. Deu-se voz ao "louco da vila" que, antes apenas ignorado, agora teve sua voz ampliada pelas ferramentas digitais, fazendo-o adentrar grandes veículos de informação - em busca de audiência ou de possível tentativa de esclarecimento destas mentiras - uma profusão de charlatões que confundem o imaginário social com suas versões deturpadas dos fatos. Soma-se a isto o excesso informacional, a disseminação intencional de inverdades; a crise social e política, a desconfiança dos públicos sobre os jornais que acabaram perdendo sua credibilidade como o informante principal enquanto lidam com uma recepção que não foi instruída a lidar com fenômenos de desinformação. Este é o espaço público que permeia o que se entende como pós-verdade.

4. Democracia e Jornalismo

“Não é possível pensar a democracia sem levar em consideração as formas, condições e possibilidades de comunicação existentes nela.”

(MARTINO; MARQUES 2020, p.66)

Democracia é um conceito existente desde a antiguidade apresentando mudanças em sua composição ao longo do tempo. Segundo o Dicionário de Política Norberto Bobbio (1998), através da teoria clássica ou aristotélica, o termo foi difundido na Grécia antiga pelos atenienses e era compreendido "como Governo do povo, de todos os cidadãos, ou seja, de todos aqueles que gozam dos direitos de cidadania" fator que não incluía parcela da população na vida política, e ainda "se distingue da monarquia, como Governo de um só, e da aristocracia, como Governo de poucos".

Durante a idade média prosperaram os governos despóticos ancorados no ideário absolutista, cenário político não encorajador para a sobrevivência da antiga democracia, no entanto sussurros da noção democrática mantiveram-se presentes, na teoria da soberania popular de origem romana e elaborada por juristas medievais onde "fosse qual fosse o efetivo detentor do poder soberano, a fonte originária deste poder seria sempre o povo" (BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO. 1998, p.321) tal percepção propiciou discussões sobre titularidade e o exercício do poder assim como a sua transferência, pertencimento, concessão e durabilidade.¹³

Com o surgimento do Estado Moderno mais uma vez o termo é esvaziado e também ressignificado. Na teoria moderna Bobbio (1998, p.319) indica que "as formas históricas de Governo são essencialmente duas: a monarquia e a república, e a antiga

¹³ “o direito derivado diretamente do povo tinha maior força ou menor força que o direito emanado do imperador.”(...) “Tratava-se, por outras palavras, de estabelecer se esta passagem deve ser considerada uma transferência definitiva, tanto do exercício como da titularidade (uma *translatio imperii*, no verdadeiro sentido) ou uma concessão temporária e revogável em princípio, com a consequência de que a titularidade do poder teria permanecido no povo e ao príncipe seria confiado apenas o exercício do poder (uma *concessio imperii pura e simples*).”(BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO. 1998, p.321)

Democracia nada mais é que uma forma de república", onde o Governo considerado genuinamente popular recebe um novo rótulo, se chamado pelos antigos gregos de "Democracia" agora foi apelidado de República. O autor aponta que a doutrina clássica da soberania popular e o ideal da república se aliam em "Contrato Social" do teórico iluminista Jean Jacques Rousseau, isso porque nesta obra converge a "formação de uma vontade geral inalienável, indivisível e infalível, o poder de fazer as leis" com a "doutrina contratualista do Estado fundado sobre o consenso e sobre a participação de todos na produção das leis e o ideal igualitário que acompanhou na história, a ideia republicana, levantando-se contra a desigualdade dos regimes monárquicos e despóticos".(BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO. 1998, p.323)

Hodiernamente existem várias democracias no mundo, de diversos tipos ou espécies, inclinadas para uma ou outra ideologia política (capitalismo x socialismo), comportando sociedades economicamente diversas, com sistemas de governo variados (presidencialismo x parlamentarismo), com uma temporalidade maior ou menor, entre outras características. Podemos inferir, devido a essa miríade de experiências democráticas, que não existe um modelo absoluto de democracia e que - mantendo a sua legitimidade - a formação e construção destas dependem do contexto histórico-cultural de determinada sociedade.

Numa democracia as políticas públicas devem ser feitas pelos cidadãos e orientadas para o benefício destes em sua totalidade como aponta José Afonso da Silva (1994, p.115) ao descrever a democracia como "(...)um processo de convivência social em que o poder emana do povo, há de ser exercido, direta ou indiretamente, pelo povo e em proveito do povo" para isso é necessário estipular uma série de regras para atender as demandas do público dado que é deste que deriva as vontades políticas. Becker e Raveloson (2011, p.6) indicam que os elementos chave de Estados organizados democraticamente são: liberdades básicas e direitos básicos (constituídas pelos direitos humanos que são pré-condição para a existência do Estado democrático, pois só através de tais direitos os cidadãos são capazes de conceber suas leis e controlar os três

poderes); eleições (o direito de sufrágio); estado de direito¹⁴; divisão dos poderes; pluralismo (diferentes grupos de interesse e associações livremente constituídas); situação e oposição (para que haja troca de opiniões antagônicas); medias livres e público. De maneira breve, estes são os vários componentes necessários para a subsistência e o sucesso e, ou, desenvolvimento de uma democracia.

Apreendemos então que uma constituição democrática tenciona evitar um domínio autocrático ou despótico através de um conjunto de normas. Entre estas normas está a Liberdade de Expressão e para entendê-la é preciso discorrer sobre o ambiente onde esta ocorre que é a Esfera Pública. Segundo Jürgen Habermas (1990, p.38) este ambiente está localizado historicamente na sociedade burguesa do século XVII onde ocorre um confronto entre “Estado”, então representado pelos poderes da igreja, monarquia e a nobreza, e “sociedade”, vista aqui pela ascensão de uma classe burguesa economicamente independente do Estado e cidadãos alfabetizados. Mediante o enfraquecimento dos poderes feudais e o fortalecimento da burguesia, começou-se a delimitar uma separação entre elementos públicos e privados, ou seja, a ascensão da burguesia e a queda do absolutismo transformou o cenário político. A legitimidade do governo não advinha mais de um “direito divino”, mas das interações conversacionais entre os cidadãos, que agora dispunham de autonomia privada para discutir política criando assim uma “vontade do povo”. Neste contexto, imediatamente antes da revolução francesa, a opinião pública é concebida a partir da conversação sobre temas públicos entre os cidadãos. Tais interações eram realizadas em cafés, casas de chá, entre outros locais triviais que permitiam a reunião de pessoas:

"Compondo-se sobretudo de cidadãos e burgueses, e transcendendo a república dos eruditos, um público leitor universal que não se limita a ler e reler intensivamente umas poucas obras tradicionais, mas que orienta seus hábitos de leitura para o fluxo de novas publicações, faz surgir como que a partir do bojo da esfera privada, uma rede relativamente densa de comunicação pública. O

¹⁴ "A democracia garante a seus cidadãos uma série de direitos fundamentais que os sistemas não democráticos não concedem e não podem conceder. (...) Como os direitos são elementos necessários nas instituições políticas democráticas, a democracia também é inerentemente um sistema de direitos. Os direitos estão entre os blocos essenciais de construção de um processo de governo democrático." (DAHL,2001, p.61)

súbito e crescente número de leitores é complementado por uma expansão considerável da produção de livros, revistas e jornais, por um aumento no número de escritores, editoras e livrarias, pela fundação de bibliotecas públicas e salas de leitura que funcionam como entroncamentos sociais de uma nova cultura literária." (HABERMAS.1990, p.39)

É neste rearranjo social onde a sociedade burguesa se contrapõe ao Estado que floresce a esfera pública, um espaço social criado pela comunicação dos sujeitos. Tal espaço requer participação e deliberação dos cidadãos sobre assuntos políticos e pressupõe negociações, regras, procedimentos, legitimação e decisão, ou ainda, consenso. Além do conjunto de indivíduos, outros atores desempenham um papel importante na esfera pública como políticos, a mídia, livros, entre outros, pois são estes que realizam a intermediação das ideias nos espaços públicos, daí depreende-se o conceito de opinião pública, que é formada pelos cidadãos singulares ou por agrupamentos, que reflitam sobre a sua coletividade (BECKER; RAVELOSON, 2011, p.22). Este é um fator subjetivo determinante para a vida coletiva e para a organização das sociedades. Isto porque a opinião - ou ainda, a consideração que se realiza em relação aos outros (LOSEKANN, 2009, p.39) - do conjunto de cidadãos de um Estado, o modo como esta é elaborada e produzida, influência na maneira como os atores políticos irão exercer seu poder.

Evocando a Idade Moderna Eugênio Bucci (2019) salienta que a educação pública e universal, a instituição da imprensa livre e o funcionamento das bibliotecas públicas (acervos de cultura e conhecimento franqueados a todos) são produtos do Iluminismo, ou ainda, do saber e da razão, que forjaram a cidadania e complementa que "sem cidadãos letrados e bem informados, não haveria povo capaz de sustentar a democracia". Corroborando tal opinião Robert Dahl (2001) afirma que uma democracia necessita de *compreensão esclarecida*, conceito que versa sobre a indispensabilidade dos cidadãos estarem informados sobre as decisões tomadas por atores políticos, ora, para exercer seu direito ao sufrágio o indivíduo deve estar minimamente informado sobre as ações do governo que escolheu ou virá a escolher, e se não estiver a par das condutas e políticas do governo deve ao menos dispor de instituições que possam lhe informar. Para isso é necessário que haja liberdade de expressão e fontes alternativas e

independentes de informação. É através da liberdade de se expressar que se discutem, dialogam e se identificam as vontades políticas, independentemente de quão conflituosas ou contrárias sejam, tornando assim inconcebível a participação no debate político sem que haja a livre expressão dos sujeitos. O autor ainda complementa que:

"(...)sem a liberdade de expressão, os cidadãos logo perderiam sua capacidade de influenciar o programa de planejamento das decisões do governo. Cidadãos silenciosos podem ser perfeitos para um governante autoritário, mas seriam desastrosos para uma democracia." (DAHL,2001, p.110)

Baseado nesta perspectiva podemos apreender que um Estado só possui o status de “democrático” se estiver garantido o direito à liberdade de expressão. A partir daí é possível salvaguardar o exercício de uma imprensa livre. O direito à liberdade de expressão pretende, em sentido amplo, assegurar a livre expressão, manifestação de pensamento, o acesso à informação, enfim, garantir a liberdade de opinar e a liberdade de informar.

Nelson Traquina (2005, p.33) ao discorrer sobre a trajetória histórica do jornalismo no contexto democrático, aponta que este se ampliou no século XIX entre a primeira e segunda fase da Revolução Industrial concomitantemente com outros acontecimentos sociais como a Revolução francesa de onde se origina a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, de 26 de agosto de 1789, que concede e estabelece a todo cidadão francês direitos humanos e civis inalienáveis. Esta declaração foi uma precursora em todo mundo ocidental para os direitos individuais e coletivos dos seres humanos. É pertinente destacar o 11.º artigo, que institui a liberdade de imprensa e que assinala seu papel como informante de acontecimentos diversos:

Art. 11.º - A livre comunicação das ideias e das opiniões é um dos mais preciosos direitos do homem; todo cidadão pode, portanto, falar, escrever, imprimir livremente, respondendo, todavia, pelos abusos dessa liberdade nos termos previstos na lei.

Tais acontecimentos são significativos para a expansão da imprensa pois o surgimento dos Estados burgueses¹⁵ contribuíram para a criação de novos jornais; a comercialização¹⁶; a veiculação mais rápida de notícias e para um maior número de pessoas; tiragens de jornais com conteúdo mais livre em seu pensamento e posicionamento, e a ratificação da imprensa como fornecedora de informação e não de propaganda (TRAQUINA. 2005 p.34).

Foi durante a Revolução Francesa que surgiu o termo “Quarto Poder” que, naquele contexto, aludia aos meios de comunicação e seu papel como um poder cidadão, agindo como um contrapoder ao vigiar os outros três. Seu poder deriva da sua influência nas trajetórias políticas de um país através de seu público, isso porque a opinião pública é basilar para qualquer Estado que se considere democrático uma vez que além de exprimir as vontades políticas dos cidadãos ela também serve como instrumento de controle social. Ao citar Bourdieu, Ignacio Ramonet (2013, p.65) argumenta que a opinião pública pressiona os poderes legítimos e, além disso, transmite a eles seu descontentamento ou sua desaprovação em relação a tal ou qual medida, sendo um agente indispensável para o bom funcionamento da democracia atual. Ora, na teoria democrática tem-se o jornal como o intermediário comunicacional entre a opinião pública e o governo, ele tem o papel de colher, traduzir e difundir os anseios populares, logo a imprensa é considerada como um ente que se contrapõe às informações públicas com o intuito de ampliar vozes individuais e comunicar a população das ações abusivas do governo. É através desta postura de desconfiança em relação ao poder que o jornalismo encontra sua legitimidade numa democracia:

"Com a legitimidade da teoria democrática, os jornalistas podiam salientar o seu duplo papel: como porta-vozes da opinião pública, dando expressão às diferentes vozes no interior da sociedade que deveriam ser tidas em conta pelos

¹⁵ Entendido aqui como os Estados das economias capitalistas modernas, posteriores à Revolução Francesa, ou as revoluções burguesas, onde a burguesia exerce o poder político através de uma determinada combinação de instituições políticas, além de ser a classe dominante na sociedade.

¹⁶ "O jornalismo transformou-se num negócio com um número crescente de proprietários que começaram a publicar jornais com o intuito de ter lucros e o objetivo central seria a expansão da circulação. (...)O desenvolvimento da imprensa está relacionado com a industrialização da sociedade e com o desenvolvimento duma nova forma de financiamento, a publicidade." (TRAQUINA, 2005. p.36)

governos, e como vigilantes do poder político que protege os cidadãos contra os abusos (históricos) dos governantes" (TRAQUINA, 2005. p.48)

Apesar de seguir critérios de imparcialidade devemos nos atentar ao fato de que a imprensa não é neutra, em especial em países capitalistas periféricos, como é o caso do Brasil, o controle da imprensa está ligado às grandes empresas midiáticas, o que se insere de forma mais direta nas relações de poder (TUZZO; TEMER, 2021. p.63). Ao analisar a relação entre imprensa e política no Brasil, Malena Rehbein Rodrigues (2010) nos alerta que os meios de comunicação são instituições políticas intermediárias, diferentemente da interpretação de "quarto poder" (no sentido de que o jornalismo faria parte dos três poderes constitucionais devido a sua atuação e influência na esfera política), isso porque seu financiamento provém de capital privado; são imbuídos de interesses particulares; são empresas privadas; possuem proteção da lei, mas não desfrutam de direitos e deveres ou funções constitucionais estabelecidas nem são investidos de autoridade para tomar decisões a serem acatadas pela sociedade, como os poderes instituídos:

"Até por isso, muitas vezes os media são apontados como substitutos dos partidos ou, pelo menos, agentes partidários, ao procurar representar, sem mandato, valores e interesses de segmentos da sociedade. Deixam de ser instituições da sociedade civil para ser instituições da sociedade política"
(RODRIGUES, 2010. p.33)

Daí se tira que a política e a imprensa estão interligadas, isso porque a política não acontece fora do campo mediático, ela precisa dos medias para transmitir sua mensagem e projetar a sua imagem. O jornalismo tem como ofício a apreensão e tradução da realidade, que se dá através da coleta abundante de informações sobre determinado fato, a organização desse conteúdo e o posterior fornecimento para o público, gerando a notícia. Esta possui o potencial de atestar ou questionar verdades o que a torna atraente para diferentes entes da sociedade os quais se beneficiam das disputas pela verdade, como o mercado e os governantes. Por isso é importante para qualquer ator político considerar um aspecto da nossa sociedade: a espetacularização.

5 Disruptores da Democracia

"Uma vez que a política é largamente dependente do espaço público da comunicação em sociedade, o processo político é transformado em função das condições da cultura da virtualidade real. As opiniões políticas e o comportamento político são formados no espaço da comunicação. "

(CASTELLS. 2005, p.23)

Entendemos que a esfera política adentra a esfera civil através da mediação dos media, por esse motivo é importante para qualquer ator político que almeja alcançar sucesso eleitoral dentro de uma sociedade em rede, levar em conta um aspecto desta sociedade: a espetacularização. Antônio Albino Canelas Rubim (2002) aponta que o conceito de “sociedade do espetáculo”, exposto por Guy Debord, pode ser percebido de duas maneiras. Primeiramente através do prisma da situação histórica em que a sociedade está inserida, onde a mercadoria¹⁷ pode ser observada em qualquer expressão da vida social, ou seja, todas as esferas da realidade, material ou imaterial, passam a obedecer uma lógica que visa o lucro¹⁸. Ademais versa sobre a maneira como a imagem, ou ainda, a representação ao invés da realidade, tomou conta dos processos e interações sociais, enquanto capaz de alterar percepções da realidade. Nesta perspectiva o conteúdo é preterido em favor da imagem fazendo com que a exibição ou a encenação possuam mais relevância do que a realidade por trás daquela

¹⁷ O conceito de “mercadoria” aqui nos remete a teoria crítica, isto é, atrelado ao conceito de fetiche, que por conseguinte tende a ocultar as relações de exploração do trabalhador no sistema econômico capitalista

¹⁸ O termo “fetichismo” foi cunhado por Marx em seu livro “O Capital” e versa, de maneira resumida, sobre a natureza do elo social existente no sistema capitalista. O “fetichismo da mercadoria” estrutura as relações sociais que se criam no capitalismo e ocorre pois tais relações são submetidas às leis do valor. Nesta conjuntura a dinâmica social está subjugada à lógica do capital, que faz com que as relações sociais sejam realizadas entre “coisas”, confundindo a forma da relação social com aquilo que lhe dá suporte (mercadoria, valor, trabalho abstrato, dinheiro), deste modo o processo domina o homem e não o inverso. O valor do ser humano e da realidade em geral está atrelado ao seu valor mercadológico havendo aqui um “deslocamento simbólico”.

representação. Guy Debord (2003. p.18) argumenta que a história da vida social pode ser entendida como o declínio do ser em ter, e o ter em meramente aparecer.¹⁹

Na esfera política este é um elemento central, pois o ator político não possui uma mercadoria factual, palpável para oferecer. Tudo que ele oferta é uma esperança, um comprometimento com seu eleitorado de que, se eleito, cumprirá as promessas antes acordadas através de algo tão subjetivo como um discurso. É um pacto de fé entre candidato e público, onde um lado fornece sua palavra e o outro sua confiança. Tal confiança, o objeto de desejo máximo para o ser político, é alcançada através da imagem projetada, esta irá cativar audiências e angariará votos impactando sua candidatura. Assim como em um espetáculo teatral, os atores políticos tem como objetivo fazer sua audiência crer no universo que lhe é oferecido, que foi ali representado²⁰. Por este ângulo depreendemos que o cidadão converte-se em público-consumidor do espetáculo chamado “política”, sua moeda de troca é o voto que será depositado naquele que melhor se apresentar.

Candidatos políticos se valem da sua presença na mídia e é nesses espaços que suas estratégias são amplificadas. A espetacularização existe, não somente dentro do discurso, mas principalmente na veiculação destas narrativas, pois sem a exposição do seu ideário não há difusão do discurso, inviabiliza a construção da imagem do ator político fazendo com que sua existência seja então nulificada. Ao discorrer sobre as

¹⁹ No original, aforismo 17: “A primeira fase da dominação da economia sobre a vida social levou na definição de toda a realização humana, a uma evidente degradação do *ser em ter*. A fase presente da ocupação total da vida social em busca da acumulação de resultados econômicos conduz a uma busca generalizada do ter e do parecer, de forma que todo o <ter> efetivo perde o seu prestígio imediato e a sua função última. Assim, toda a realidade individual se tornou social e diretamente dependente do poderio social obtido. Somente naquilo que ela é, *lhe é permitido aparecer*”

²⁰ Não queremos inferir que o público seja passivo, como pensado nas teorias da recepção que até meados do século XX estudavam a comunicação de massa e seus efeitos sobre a audiência. Isso porque tais estudos focam em sociedades que viviam o “mass media” como principal recurso midiático. Hodiernamente, além da televisão e do jornal impresso, os canais de comunicação são diversos (redes sociais, blogs, websites, aplicativos de mensagens, etc), o sujeito possui a capacidade de selecionar os conteúdos que melhor *lhe* apetezem, que servem seus pré-conceitos e idiosincrasias tornando-se agente ativo no processo comunicativo, visto que é preciso pensar a incidência do ambiente social sobre a cultura e comportamentos sociais dos indivíduos. Devemos salientar que apesar de não serem passivos, os mecanismos de coleta de dados e o uso de algoritmos nativos as novas TICS, selecionam publicidades, ou ainda, temáticas direcionadas e personalizadas para cada indivíduo com base nos conteúdos previamente acessados. Tais dados podem ser posteriormente vendidos e utilizados como capital político para angariar votos em redes sociais diversas.

redes, o papel das novas tecnologias da comunicação e seu uso através de diferentes atores sociais, Manuel Castells (2005, p.23) assinala a importância de salvaguardar sua presença nos media:

"... a dominação do espaço mediático, sobre as mentes das pessoas, trabalha com base num mecanismo fundamental: presença/ausência de mensagens no espaço mediático. Tudo e todos os que estão ausentes deste espaço não podem chegar às mentes do público, pelo que se tornam uma não entidade. (...) Também implica que a presença nos media é essencial para construir uma hegemonia política ou uma contra-hegemonia — e não somente durante as campanhas eleitorais. "

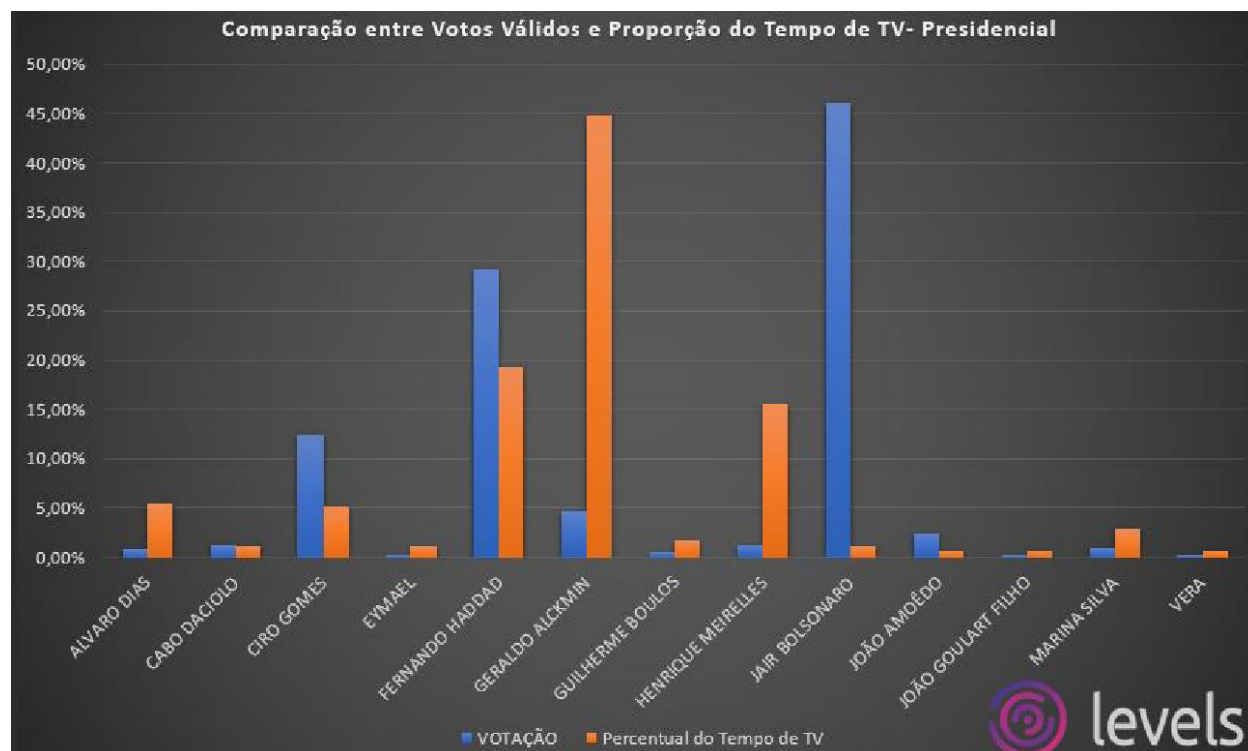
O silenciar é deletério, ao contrário, é preciso se manter presente no imaginário dos eleitores para se sobressair no jogo político que interdepende do campo midiático. A construção, promoção e revitalização da imagem pública se faz estratégia comunicativa fundamental para o agente político uma vez que este está inserido num universo de disputa pela visibilidade. Podemos concluir que a Espetacularização se encontra no âmbito da política visto que a representação é utilizada na conquista, adesão e manutenção de eleitores fiéis a um governo, candidato ou partido. Este espetáculo apesar de não ser um fenômeno novo toma proporções imensas no ambiente virtual.

Alcançar espaços de visibilidade midiática são fatores imprescindíveis e decisórios na construção da imagem de um candidato e na disseminação de sua agenda política. Em uma sociedade em rede é imperativo garantir esta presença através da internet, pois a sua estrutura é também um lócus da comunicação no sentido que existe no espaço virtual ambientes onde as pessoas discutem suas posições, exprimem suas opiniões, dialogam questões de interesse comum e planejam ações, como as redes sociais, aplicativos de mensagens, websites. São nestas plataformas que os cidadãos estão reunidos e que grande parte do debate público acontece sem, no entanto, integrar as arenas formais do sistema político, desencadeando uma participação política livre de obstáculos burocráticos. Podemos apreender então que a Internet constitui-se em um esfera pública importante da contemporaneidade para aqueles que buscam evidência.

A centralidade das mídias digitais na contemporaneidade e a visibilidade política que esta trouxe, estimulou candidatos a usarem as plataformas ali disponíveis para se comunicar com a população, fato este que se tornou estratégia fundamental para a interlocução com os cidadãos e a conquista eleitoral. Com o intuito de demonstrarmos a importância de manter presença online para garantir resultados eleitorais satisfatórios, podemos observar o pleito de 2018 para o cargo de presidente e seu uso das redes sociais, em seguida apontaremos os ataques à imprensa efetuados pelo candidato através de “lives”²¹, tweets e discursos diversos nos meios. Levando em conta o momento de crise institucional no Brasil somado a uma crescente desconfiança nas instituições políticas, que pode ser interpretada como um desejo de renovação da classe política - cenário interessante para a emergência de líderes políticos messiânicos/outsideiros - podemos analisar os tempos de exposição de Jair Bolsonaro nas mídias online na eleição de 2018 que, mesmo não possuindo grande tempo nas mídias tradicionais (o candidato teve aproximadamente 2% de tempo na televisão - Gráfico 1, abaixo), alcançou importante visibilidade nos espaços virtuais recebendo a maioria dos votos válidos (47%):

²¹ No português “ao vivo” trata-se de transmissões ao vivo para um público online. Pode-se dizer que se trata de um comício realizado através de um espaço virtual, no caso o perfil do candidato em qualquer rede social que disponibilize tal ferramenta.

Gráfico 1 - Comparação entre Votos Válidos e Proporção do Tempo de TV - Presidencial

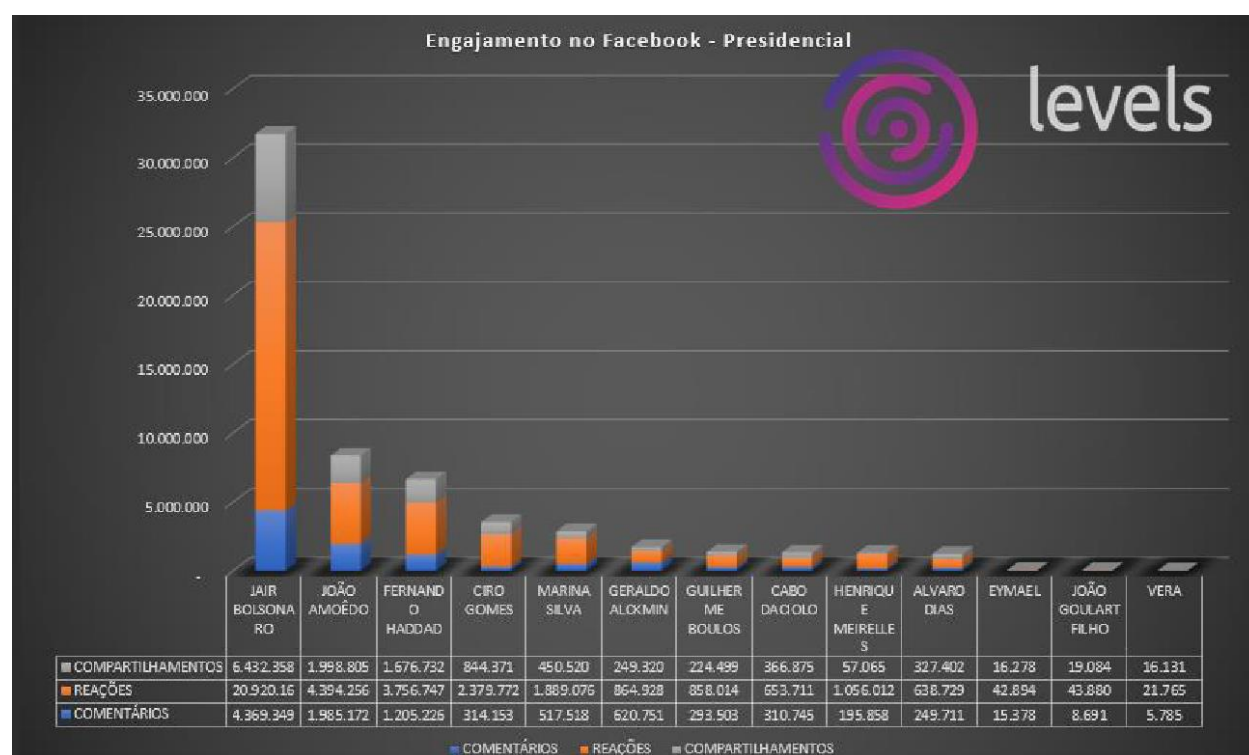


Fonte: Dados da Levels (apud VOLPATTI; LIMA, 2018a, p. 17)

Jair Bolsonaro gozou apenas de oito segundos no horário eleitoral, em comparação com Geraldo Alckmin, candidato com maior tempo útil na televisão (45%) mas apenas 4% dos votos válidos, podemos compreender que ainda que importante, pois nem toda a população tem acesso à internet, a exposição na televisão não é mais necessariamente fator decisório na conquista de um cargo político. Em contraste com as médias de massa, as redes sociais potencializam a comunicação horizontalizada entre o emissor e o receptor da mensagem tornando-as ferramentas de formação de opinião e de poder ampla e acessível. Uma pesquisa promovida pelo Comitê Gestor da Internet do Brasil revelou que, em 2020, o país chegou a 152 milhões de usuários - um aumento de 7% em relação a 2019. Com isso, 81% da população com mais de 10 anos têm internet em casa (LEON, 2021). Em 2018, ano eleitoral, o Brasil tinha 140 milhões de usuários ativos nas redes, o que corresponde a 66% da população (RIBEIRO, 2019) sendo o Facebook a segunda mais acessada. Os quarenta primeiros dias da campanha de Jair Bolsonaro

nesta rede social, constataram que as 191 publicações, produzidas entre 16 de agosto e 25 de setembro, geraram 3,6 milhões de compartilhamentos (ORTELLADO; RIBEIRO, 2018 p.4), se contarmos as páginas de apoio este número sobe para 38 milhões de compartilhamentos (Op.cit., p.2) em praticamente um mês. Durante o período eleitoral Jair Bolsonaro foi o candidato com conteúdo mais compartilhado no Facebook, ele obteve 30 milhões de engajamento (Gráfico 2) entre comentários e reações aos seus posts (curtidas, descurtidas, memes, gifs). Fazendo-o concorrente com maior interação com seu público.

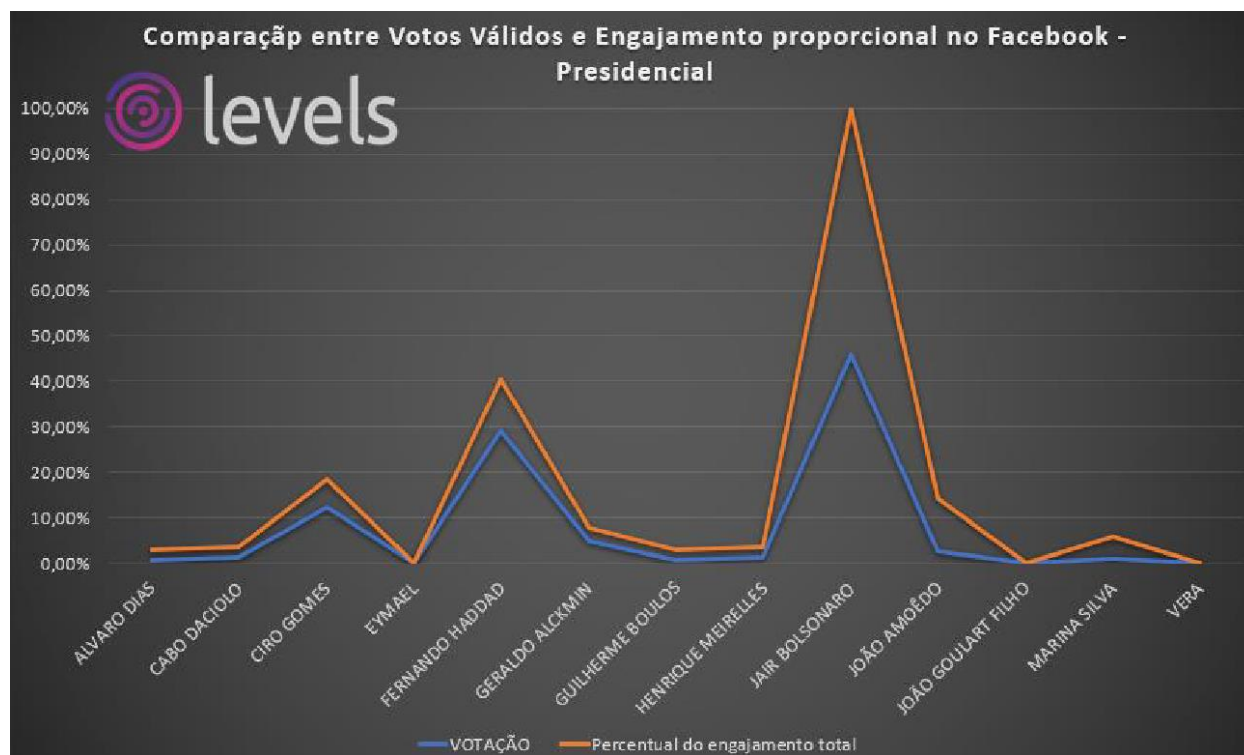
Gráfico 2- Engajamento no Facebook - Presidencial



Fonte: Dados da Levels (apud VOLPATTI; LIMA, 2018a, p. 13).

Podemos especular que neste contexto político-social e tecnológico existiu um protagonismo das redes sociais como um elemento determinante da campanha eleitoral do candidato Jair Bolsonaro. Se formos analisar os votos válidos e o engajamento proporcional no Facebook, constatamos que estes são diretamente proporcionais e, portanto, Bolsonaro teve 100% de aproveitamento (Gráfico 3):

Gráfico 3- Comparação entre Votos Válidos e Engajamento proporcional no Facebook - Presidencial



Fonte: Dados da Levels (apud VOLPATTI; LIMA, 2018a, p. 13)

Tais gráficos e a posterior vitória do candidato à presidência demonstram a força da interatividade como mecanismo de ganho de confiança dos apoiadores e eleitores (VOLPATTI;LIMA, 2018b) assim como apresenta a manutenção da presença nas plataformas online como um fator de importância dentro de uma disputa eleitoral. Esta presença ocorre de diversas formas, sendo uma delas o compartilhamento de desinformação e diversos atores se aproveitam do momento de insegurança da população nas instituições político-sociais, para praticar estratégias políticas antidemocráticas.

O uso de desinformação no meio político é mais do que apenas “notícias falsas”, pois a ferramenta do político é o discurso. Mais especificamente, “o discurso político faz parte do tipo textual argumentativo e comporta predominantemente aspectos

persuasivos e de convencimento, no qual circula o poder e o abuso do poder, sendo a manipulação e a desinformação formas desse tipo de abuso.” (RASQUEL.2018, p.8)

O objetivo daqueles que se valem de tal artifício (desinformação), é a alteração da realidade visando a obtenção de benefícios políticos e eleitorais. Estes utilizam-se de discursos que negam fatos e acontecimentos, fazendo um recorte parcial da informação no intuito de convencer as audiências da sua posição política e obter adesão do público para sua causa. Para construir a “verdade” precisa-se arregimentar apoio, estabelecer reconhecimento e reforço através de uma repetição sistemática do objetivo a ser concretizado (no caso aqui analisado: atacar a imprensa). É importante lembrar que tais artifícios são formas de consolidação de poder e mais precisamente abuso deste, pois expõe os cidadãos a uma inverdade que pode vir a causar uma ação (prática social) deletéria para o funcionamento democrático.

Como mencionado anteriormente a desinformação ocorre quando existe intencionalidade, quando o compartilhamento desta informação falsa traz benefícios aos seus produtores, sejam estes ganhos econômicos ou políticos. Não deve-se confundir, no entanto, desinformação com sátira, paródia e outras formas de distorções dos fatos que implicam a apreensão imediata do público da “mentira” ali relatada ao compreender o aspecto lúdico e não literal da peça. A ocorrência de erros na produção e divulgação de notícias por parte dos conglomerados de mídia, também não corresponde a uma desinformação. Associar tais objetos a desinformação esvazia seu significado causando mais confusão a um público que ainda não está digitalmente adaptado para captar tais diferenças.

A desinformação parte de diversos entes da sociedade e ela se faz presente dentro do ataque à imprensa quando a acusam de propagar falsidades sem, no entanto, provar tal afirmação. Se enquadra aqui nas meias-verdades, e quando disposto de método, apenas ratifica o uso desta estratégia discursiva, não como direito de defesa à supostas calúnias, mas como ferramenta de controle informativo, revelando um abuso de poder. Quando realizado por atores políticos tais ataques são direcionados àqueles considerados uma ameaça ao poder do governante. Para exemplificar podemos

recordar 15 de fevereiro de 2021, durante uma transmissão no Instagram, onde o presidente Jair Bolsonaro ao discorrer sobre liberdade de expressão e redes sociais²², falou que “O certo é tirar de circulação, não vou fazer isso porque eu sou um democrata. Tirar de circulação... Globo, Folha de S. Paulo, Estadão, Antagonista... que são fábricas de fake news” (O ANTAGONISTA, 2021). Para citar outro exemplo, no dia 7 de junho de 2022, o mandatário sugeriu o fechamento da imprensa. Irritado com a cassação do mandato de um deputado de seu partido (Fernando Francischini) por propagar notícias falsas contra o sistema eleitoral, ele declarou: “Não existe especificação penal para fake news. Se for para punir fake news com a derrubada de páginas, fechem a imprensa brasileira que é uma fábrica de fake news. Em especial, a Globo e a Folha” (GOMES, 2022)

A intenção de tais discursos seria depreciar a “verdade” do outro para fortalecer a “verdade” do atacante, identificando e apontando para as audiências os adversários, minando sua credibilidade até que parem de ser uma ameaça. Tais discursos podem parecer curtos e isolados, meros descuidos, mas a repetição assídua da ideia de “inimigo” – aquele que se deve combater e não dialogar - através de uma figura pública influente tem poder de transformar a esfera pública. Ora, durante a campanha eleitoral de 2018, Bolsonaro teve um engajamento e audiência de mais de 40 milhões de pessoas. Para se ter uma ideia, esse número significa quase que o triplo de engajamento de todos os candidatos à presidência ao longo de toda a campanha (VOLPATTI; LIMA, 2018b). Tal candidato possui um grande público em diversas redes sociais²³ e, indiferente se seus espectadores são apoiadores ou opositores, a divulgação da sua mensagem continua efusiva. Através de um discurso de linguagem acessível, popular, se torna fácil a compreensão das audiências e - sejam aquelas que se identificam com o conteúdo ali

²² O presidente estava se queixando pois em uma de suas lives semanais no Facebook pediu para seu público compartilhar fotos de fatura da gasolina através dos comentários, porém não foi possível, pois a rede social havia mudado as configurações de compartilhamento de foto. Fica a critério do administrador da página permitir ou não comentários com fotos e, aparentemente, o dele estava desativado. O que levou o presidente a fazer discursos sobre como o Facebook o censurava. (DUARTE, 2021)

²³ Até a finalização do trabalho, Bolsonaro contava com 42,978,944 de seguidores somados nas redes sociais: Facebook, Instagram, Twitter, Telegram e TikTok. Deve-se salientar que não foram contabilizados os usuários “bots” (programas de software autônomos que realizam tarefas automatizadas e repetitivas que simulam o comportamento humano).

disposto ou aquelas que o repudiam - compartilham e replicam tal material, causando uma significativa proliferação e repercussão de seu discurso, tornando-o figura notória na esfera pública. A fabricação de bodes expiatórios - aquele sobre o qual recai as culpas alheias - tem se provado tática eficiente e antiga:

"Os hebreus do tempo do Velho Testamento acreditavam que o pacto de Abraão com o Senhor os havia distinguido dos mortais inferiores. Os egípcios da Antiga Dinastia achavam que sua terra fértil era prova de que o deus criador Ra os havia escolhido em lugar dos miseráveis asiáticos. Os gregos se achavam melhores do que os bárbaros. Tampouco as comparações auto vangloriadas estão confinadas a grupos étnicos ou nacionais; Péricles, em sua oração de morte, celebrou os atenienses às expensas dos espartanos, por seus exemplares costumes políticos, sua busca da sabedoria e da beleza. A intenção era sempre a mesma; seja nação, província ou cidade, seja religião, classe ou cultura - quanto maior o amor por si mesmo, maior o direito de odiar o Outro. Através dos séculos, os políticos vêm explorando esse traço humano. Sabendo que o ódio pode ser cultivado, eles constroem inimigos para promover a concórdia interna" (GAY. 1995, p.76)

Os pseudo-acadêmicos das teorias racistas do século XIX e suas organizadas racionalizações de preconceitos, baseavam-se em hipóteses ilegítimas autopromotoras da sua superioridade. Essa estratégia foi largamente utilizada pela máquina de propaganda Nazista e legitimada através da repetição de temas cíclicos em mídias variadas (radio, cinema, jornais impressos) com o propósito de apontar os culpados pelos problemas que assolavam a sociedade, no caso os judeus, validando o uso de violência para combater tal ameaça. Ao declarar um inimigo, o político que possui notoriedade, alcance e apelo social tem o potencial de transformar suas propostas discursivas em ação. Tal postura serve de incentivo para que seus apoiadores adotem esta hostilidade como prática (GARONI; BRAGA; PADILHA. 2020, p.4). Trata-se de uma estratégia de manipulação que serve às motivações ideológicas de seus articuladores e que toma aspectos de propaganda²⁴.

²⁴ "A Propaganda pode ser definida como difusão deliberada e sistemática de mensagens destinadas a um determinado auditório e visando a criar uma imagem positiva ou negativa de determinados fenômenos (pessoas, movimentos, acontecimentos, instituições, etc.) e a estimular determinados comportamentos. A

Ao discorrer sobre o conceito de “outro conveniente” e o cultivo do ódio ao longo da história das teorias raciais, o historiador Peter Gay (1995, p.76) nos relembra como a produção do ódio a um Outro pode engendrar uma agressão socialmente aceitável:

“Nada parece mais natural do que a facilidade com que os seres humanos afirmam sua superioridade sobre o outro coletivo. é um álibi para agressão de imensa utilidade, solidificando o revigorante sentimento dos próprios méritos - ou mitigando o temor secreto de suas próprias imperfeições. A descoberta de que os estranhos são acometidos por graves, talvez repulsivos defeitos garante, por assim dizer, a permissão de ter pensamentos irados e cometer atos hostis.”

Alguns teóricos indicam que quando políticos instigam a polarização incorre a cisão e radicalização da sociedade afetando a maneira com que reagem seus apoiadores (TUZZO; TEMER, 2021. p.63), podendo estimular ataques físicos e verbais contra jornalistas, baseados na opinião do influenciador político. Temos vários exemplos deste fenômeno na sociedade brasileira e para citar os mais recentes podemos apresentar o caso da repórter Clarissa Oliveira da BandNews Tv que ao fazer a cobertura de uma manifestação de apoio ao presidente Jair Bolsonaro, em 17 de maio de 2020, foi agredida com a haste de uma bandeira enquanto recebia insultos relacionados a atuação da imprensa (BAND JORNALISMO, 2020). Ou ainda no dia 3 de maio de 2020 o fotógrafo do Estadão Dida Sampaio, juntamente com uma equipe do jornal, foi atacada com chutes, socos e empurrões em mais um ato pró-Bolsonaro (O Estado de S.Paulo, 2020). Ao incorporar discursos que visam desacreditar ou até retratar a imprensa como um inimigo, as pessoas são inflamadas e se encaminham para a práxis, tais apoiadores estão tão adeptos e fiéis àquela narrativa que não possuem nenhum constrangimento em revelar sua agressividade, nem em frente ao registro das câmeras. Estes são apenas dois casos de vários que demonstram como a radicalização de um discurso virtual pode

Propaganda é, pois, um esforço consciente e sistemático destinado a influenciar as opiniões e ações de um certo público ou de uma sociedade total. (...) Propaganda difere de outras formas de persuasão, enquanto realça elementos puramente emotivos, recorre a estereótipos, põe em relevo só certos aspectos da questão, revela um caráter sectário, etc.(...) a Propaganda está muitas vezes ligada à ideia de manipulação de grandes massas por parte de pequenos grupos.” (BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO. 1998, p. 1018)

ter consequências danosas na esfera do real que, em uma sociedade polarizada, pode conduzir a atos de violência.

Segundo o “Relatório da violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil” realizado pela Federação nacional dos Jornalistas (FENAJ), em 2018 os principais agressores eram cidadãos comuns, a partir de 2019 e nos três anos seguintes os políticos se tornaram os principais perpetradores de ataques às diversas mídias do Brasil. Ano após ano desde a sua posse como presidente, Jair Bolsonaro encabeça esta lista com ações diretas e indiretamente nos mais variados veículos de imprensa e em suas redes sociais como mostrado na tabela abaixo:

Tabela 1. Relação ocorrências por ano

Ano	Ocorrências ²⁵
2019	121 (equivalentes a 58,17% do total)
2020	175 (equivalentes a 40,89% do total)
2021	147 (equivalentes a 34,19% do total)

Historicamente o jornalismo é uma das maiores ferramentas de equilíbrio social das noções de verdade e realidade (GOULD; ROCHA:2019, p.7), já a verdade e a política, como aponta Hanna Arendt (1967, p.2), estão em más relações. Isto porque a verdade tem um caráter despótico no sentido de que, todo o poder está contido em si, ela oprime aquele que quer escondê-la, isso porque a verdade, mesmo que às vezes adormecida, sempre pode vir à tona. Sua força coercitiva não permite espaço para ser contestada. Sua supremacia encontra-se no seu poder de sobrevivência, aceitabilidade e comprovação, se faz assim em um ente que não pode ser combatido, o que leva a resistência e ojeriza de líderes tirânicos. Contê-la ou abafá-la é mais interessante para estes. Como demonstrado pela constância em seus ataques, Jair Bolsonaro é um

²⁵ Fonte: Relatórios da Violência contra Jornalistas e Liberdade de Imprensa no Brasil –FENAJ- dos anos: 2019,2020 e 2021

assíduo crítico da imprensa tradicional, sendo o grupo Globo e o grupo Folha os veículos que recebem mais ojeriza do presidente²⁶:

Figura 1. Tweet de @jairbolsonaro. 16 de Out. de 2019



Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1184503711542005761>

O tweet é acompanhado por um vídeo onde o presidente fala sobre ações de seu governo e critica o veículo por não publicá-las, ou seja por não agir como uma máquina de propaganda, o que não é o papel da imprensa. Durante todo o segmento ele segura uma edição do jornal O Globo e questiona: “Será que o papel de um jornal é só publicar notícia ruim ou fofoca? Como fizeram na charge aqui?”. Outras vezes, Bolsonaro é menos ponderado e direto, como demonstra a figura 2 na qual ele compartilha uma imagem onde vincula a logomarca da emissora com um esgoto acompanhado da

²⁶ Nos primeiros 9 meses desde sua posse (1 de janeiro de 2019 até 30 de setembro de 2019), Bolsonaro publicou 75 tweets atacando a imprensa, com destaque para o grupo Globo e Folha.

legenda “canalhas!” em letras maiúsculas, o que geralmente na linguagem digital exprime forte emoção, ou intenciona comunicar um grito:

Figura 2. Tweet de @jairbolsonaro 30 de Out. de 2019



Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1189354408141840387>

Podemos interpretar tal fragmento como uma sugestão de que o conteúdo derivado deste jornal é ruim, danificado, estragado, sujeira, imundície, lixo. Por se tratar de uma peça subjetiva e imagética deixa aberta ao receptor a interpretação da mensagem recebida. Em mais um exemplo que podemos relacionar o discurso de ataque ao inimigo e a construção de narrativas segue-se o seguinte tweet:

Figura 3. Tweet de @jairbolsonaro 30 de Nov. de 2019



1:15 AM · Nov 30, 2019 · Twitter for Android

Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1200569062692179968>

No vídeo compartilhado junto ao texto o presidente declara: "Eu não quero ler a Folha mais e ponto final. E recomendo a todos aqui que não comprem a Folha de São Paulo, até eles aprenderem que tem uma passagem bíblica 'João 8:32'. A imprensa tem uma obrigação de publicar a verdade, só isso, mais nada. E os anunciantes que anunciam na Folha. Qualquer anúncio que faz na Folha de São Paulo, eu não compro aquele produto". A declaração demonstra que o presidente instiga seus apoiadores a boicotar o jornal e seus parceiros comerciais, a não ser que este mude sua postura e publique o que ele denomina como "a verdade", além disso ele apela para o sentimento religioso cristão ao citar um versículo da bíblia. A passagem bíblica em questão é "Conhecereis a verdade e a verdade vos libertará", citação usada por Jair Bolsonaro no

intuito de descredibilizar a narrativa de quem ele julga seu adversário político. No contexto bíblico em que a frase é proferida, Jesus estava tendo um embate moral com os fariseus²⁷ que repudiavam a maneira como outros judeus - neste caso o próprio Jesus - interpretavam a doutrina judaica, então após a discussão Jesus se volta para o povo e os diz que Ele é o detentor da verdade. Ao se associar com a figura de Jesus, Bolsonaro apela para um público que já lhe é cativo, os evangélicos, e se coloca ao lado da figura de maior devoção e sacralidade deste público: Jesus Cristo. Se Bolsonaro nesse embate está do lado do Nazareno²⁸ a Folha de São Paulo se torna aquela que, como os Fariseus, estão cegos para a verdade, e assim é construída uma narrativa da política do “nós contra eles” onde ao invés de existirem adversários políticos que mantêm a civilidade e o respeito dentro de um debate democrático, existem inimigos sem diálogo. A narrativa integra o campo bélico onde aqueles que não são apoiadores tornam-se inimigos que devem ser rechaçados, é preciso que aqueles que acreditam na “verdade” combatam aqueles que, segundo o líder carismático, propagam a mentira.

Como dito anteriormente, uma sociedade ignorante sobre os trâmites de seus políticos é benéfica para a manutenção de qualquer governante autoritário. Em uma democracia, onde as liberdades devem estar asseguradas, não existe censura, mas vamos nos utilizar desta para exemplificar a utilidade de uma imprensa silenciada. Ao discorrer sobre a Ditadura Militar no Brasil e o controle da informação pelos poderes estabelecidos, Hallini Jardim e Phillipe Zaydan (2018, p.10) argumentam que a censura era utilizada para impedir a reprodução de qualquer ideologia opositora, ou ainda, era:

“(…)uma tentativa agressiva de submeter o pensamento público ao modelo de conduta esperado pelos militares, evitando abrir brechas que permitissem a evasão de ideologias opositoras que iam contra ao modelo de governo estabelecido. Ao controlar os ímpetos populares com a desinformação

²⁷ Fariseus faziam parte de uma *facção religiosa* judaica que “mostravam suas ideias a partir da concepção de renovação e penitência, onde a Lei devia ser seguida pelos judeus em todos aspectos da vida cotidiana. Defendiam que os judeus, sem exceções, eram obrigados a seguir as privações a que somente os sacerdotes antes eram submetidos”. Por causa de sua rigidez legal tinham o apoio da população, mas eram considerados elitistas pois tais práticas não eram concebíveis para a maioria da população judaica da época. (COSTA JUNIOR, 2011)

²⁸ Segundo a Bíblia, Jesus nasceu na cidade de Nazaré, na Galileia no período Romano.

proveniente da circulação de notícias falsas e censura, a mensagem claramente exposta era de que pensar criticamente equiparava-se a ameaça”

Hoje em dia “censura” é palavra abjeta e exilada do vocabulário de qualquer governante que se diz democrático, e por esse motivo não tem sido utilizada de forma tão ostensiva, apesar disso podemos observar um espectro deste fantasma no recuo da transparência da gestão de Bolsonaro que tem decretado sigilos de muitas décadas para vários arquivos públicos, limitando o acesso dos cidadãos à informação. Semelhantemente parece existir uma tentativa de repressão à imprensa através também de cortes econômicos, foi observado que no governo Bolsonaro existiu uma destinação de maior financiamento e verbas publicitárias para aqueles veículos que corroboram com a narrativa do Estado e menor financiamento aos críticos:

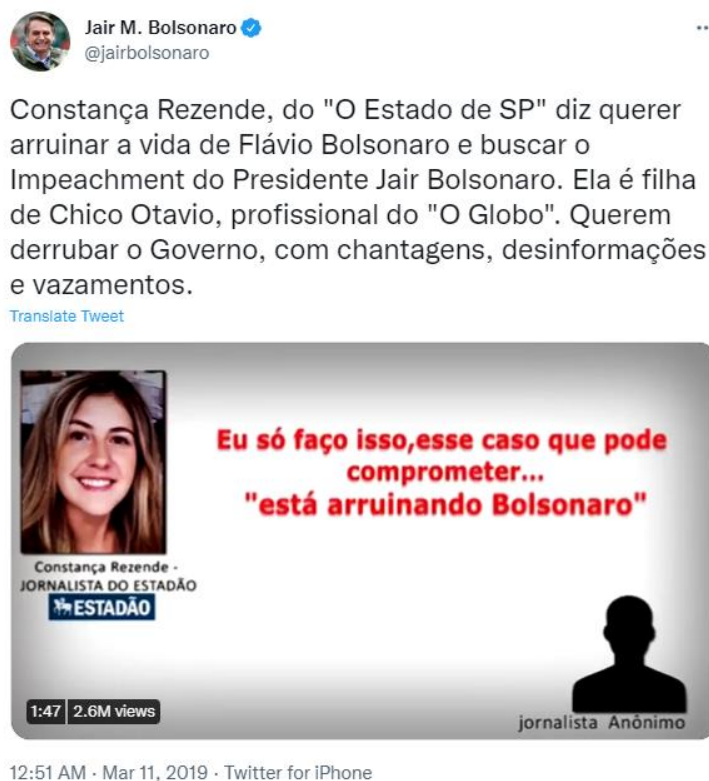
“No Brasil, Bolsonaro ameaçou cortar publicidade na “inimiga” e cumpriu a promessa já no primeiro ano de governo. Relatório do Tribunal de Contas da União revelou que o governo passou a destinar os maiores percentuais de verba publicitária para a TV Record e o SBT – emissoras consideradas aliadas ao Planalto, mas que não são líderes de audiência. Embora detentora do maior ibope do país, a Globo passou a ter participação bem menor no bolo. De acordo com reportagem da Folha, em 2017 a Globo ficou com 48,5% dos recursos do governo e, em 2018, 39,1%. Em 2019, com base em dados parciais, a fatia despencou para 16,3%. Os percentuais da Record foram de 26,6% em 2017, 31,1% em 2018 e, agora, 42,6%; os do SBT, 24,8%, 29,6% e 41%, respectivamente. Nos meios impressos críticos, anúncios do governo brasileiro e de estatais secaram.” (MELLO. 2020, p.170)

No âmbito da difusão de ideologias e da construção de narrativas “alternativas” alheias à veracidade dos fatos, a censura tenha talvez se tornado um mecanismo desnecessário em decorrência, não só dos fenômenos de desinformação, mas principalmente das tecnologias de informação e comunicação que permitiram a transmissão rápida e em larga escala de falsidades.

“Na versão moderna do autoritarismo – em que governantes não rasgam a Constituição nem dão golpes de Estado clássicos, mas corroem as instituições por dentro –, não é necessário censurar a internet. Nas democracias *iliberais*, segundo o vernáculo do primeiro-ministro húngaro Viktor Orbán, basta inundar as redes sociais e os grupos de WhatsApp com a versão dos fatos que se quer emplacar, para que ela se torne verdade - e abafe as outras narrativas, inclusive e sobretudo as reais” (MELLO. 2020, p.23)

Tais ataques não são direcionados somente às empresas jornalísticas, mas se estende também à profissionais do ramo individualmente. Patrícia Campos de Mello (2020) caracteriza tal prática como um “assassinato de reputações” sobre aqueles que importunam os “donos do poder” produzindo uma forma de censura. Semelhante episódio aconteceu com a jornalista Constança Rezende em 2019, quando Bolsonaro publicou declarações distorcidas sobre a repórter acusando-a falsamente de tencionar acabar com seu governo e querer arruinar a vida de seu filho. Porém os trechos ali dispostos são imprecisos e recortados. Ouve-se o comentário sobre como as investigações do Coaf (Conselho de Controle de Atividades Financeiras) sobre a movimentação atípica de R\$ 1,2 milhão nas contas do ex-assessor de Flávio Bolsonaro podem ser prejudiciais para o então presidente, mas não é apresentada a intencionalidade da repórter em "derrubar o Governo" (ESTADÃO CONTEÚDO, 2019). Além de apontar a repórter como uma possível ameaça a sua governança, o tweet ainda estende o fator “perigo” para o pai da repórter, também um jornalista, e o veículo de imprensa que ele trabalha (O Globo), o qual não está relacionado com a notícia falsa que o presidente compartilhou. Mais uma inverdade veiculada pelo vídeo em questão é a autoria da produção da matéria sobre o Coaf a quem Jair credita Constança Rezende, mas que na verdade foi escrita por outro jornalista, Fabio Serapião. O vídeo também imita o formato de uma notícia e/ou reportagem audiovisual o que lhe confere atributos de fake news. (Figura 4)

Figura 4. Tweet de @jairbolsonaro 11 de Mar. de 2019



Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1104892573578072064>

Um possível efeito do ataque à imprensa é a coação de profissionais do jornalismo afetando a qualidade das notícias, o comprometimento com a veracidade dos fatos (no sentido de omissão), o exercício de uma imprensa livre e por conseguinte o direito à liberdade de expressão. Ora, a ameaça, o ataque - e em medidas mais duras - a prisão podem levar a uma possível intimidação da atividade jornalística levando-os a se autocensurar devido ao medo de represálias; de campanhas de extermínio de reputações; ataques virtuais e físicos advindas tanto do político como de seus apoiadores que se inspiram em suas atitudes. Quando o chefe de Estado e a esfera da sociedade civil que reproduz tal comportamento se posiciona em oposição a imprensa cria uma atmosfera de silenciamento onde o debate de questões públicas se torna reprimido e limitado, em oposição a liberdade e pluralidade necessárias para uma esfera pública democrática. Além disso, descredibilizar a imprensa repetidas vezes acusando-a de

publicar falsidades teria o objetivo de mitigar sua credibilidade para no futuro, diante de notícias que sejam insatisfatórias, ser mais fácil lidar com a repercussão de tais relatos, visto que o seu círculo de apoiadores já está convencido do descrédito daquele veículo de imprensa.

Num ambiente em que a imagem possui grande valor, o controle direto e indiscriminado das liberdades dos cidadãos não é proveitoso para a reputação do governante. O uso de redes sociais, o disparo profícuo de notícias falsas acompanhadas de uma postura sensacionalista²⁹ é uma forma mais eficaz e menos maculadora da imagem do político demagogo. Manter-se na mídia, independente se esta exposição causará uma repercussão boa ou ruim, aumenta a exposição de seu ideário atraindo um público que se identifica com tais temáticas. Ao invés de cercear a liberdade alheia ele amplia o seu poder através de algo tão central na sociedade atual, a sua imagem.

“Embora os efeitos da política do escândalo sobre políticos específicos sejam indeterminados, tal política gera um efeito secundário que é devastador: o de inspirar o sentimento de desconfiança e reprovação moral sobre o conjunto dos políticos e da política, contribuindo assim para a crise de legitimidade. E como num mundo de redes digitais em que todos podem se expressar não há outra regra além da autonomia e da liberdade de expressão, os controles e censuras tradicionais se desativam, as mensagens de todo tipo formam uma onda bravia e multiforme, os bots multiplicam e difundem imagens e frases lapidares aos milhares, e o mundo da pós-verdade, do qual a mídia tradicional acaba participando, transforma a incerteza na única verdade confiável: a minha, a de cada um” (CASTELLS. 2018, p. 21).

Outros possíveis motivos do ataque à imprensa seriam o desvio de atenção sobre assuntos polêmicos que ocorrerem durante um governo; cria-se um espetáculo dentro desta agressão que causa um furor em setores da sociedade, aqueles que endossam o ato, aqueles que repudiam e também veículos que buscam audiência, compartilham e

²⁹ Em que há sensacionalismo ou escândalo = ESPETACULAR. Pessoa que visa causar sensação. "sensacionalista", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2021, <https://dicionario.priberam.org/sensacionalista>.

Pessoa que possui: estrutura discursiva simplificada, maniqueísta, escandaloso, exagerado, apelo a emoção, manipulador da informação, completa ou parcialmente, voltado para a captação de audiência.

republicam o espetáculo. O ruído gerado torna-se maior que a notícia indesejada, o debate público se volta para um assunto periférico e o político se esquia de prestar contas à sociedade sobre o que as notícias trazem à tona.

5. Considerações Finais

Por meio deste trabalho observamos que para além dos meios impressos, do rádio e da televisão, na sociedade em rede uma outra esfera pública adentra as arenas do debate político; a internet e as plataformas sociais ali disponíveis. O político propagador de desinformação utiliza-se do espaço online para aumentar sua visibilidade e ampliar a difusão do seu discurso.

A repetição sistemática do ataque à imprensa efetuada por políticos pode ser vista como um tipo de propaganda, pois trata-se de um discurso que assume caráter opinativo e possui o objetivo de convencer o público de determinada ideologia e estimular determinados comportamentos. Quando exercido em ambiente digital, por este repercutida e quando adotam formatos de gêneros jornalísticos, podemos observar sua semelhança com as notícias falsas, pois estas também são deliberadamente produzidas e disseminadas, visam manipular a opinião pública e possuem uma intencionalidade, neste caso, gerar vantagem política ou eleitoral.

Este trabalho de conclusão de curso compreende que a desinformação utilizada por políticos visa o controle de informação para deturpar a apreensão da realidade e consiste em uma forma de abuso de poder, pois incapacita os cidadãos a lidarem de forma justa, ou ainda, real com os problemas que os circundam prejudicando uma participação política efetiva. Para exemplificar podemos refletir sobre o direito de sufrágio que, em uma democracia representativa, garante aos cidadãos a liberdade de voto, ora, os cidadãos precisam estar informados dos trâmites do governo e de seus candidatos para realizar um voto consciente, afinal como decidir os destinos de uma nação baseado em inverdades? Em um ambiente cercado por inverdades onde mitos e notícias falsas são capazes de influenciar considerável parte da esfera pública as pessoas são usadas como massa de manobra para servir interesses privados.

Sendo a liberdade de expressão direito imprescindível ao funcionamento de uma democracia, e uma imprensa livre um componente desta liberdade, pois assegura o direito a informação, ataques deliberados à imprensa fragilizam a constituição democrática de um país pois atuam sobre pilares que mantêm as estruturas legais e

políticas unidas. Tentativas orquestradas de depreciação de veículos de imprensa e jornalistas singulares, a recusa em prestar contas à sociedade sobre os excessos do poder, investidas contra a reputação de cidadãos jornalistas assim como a incitação de comportamentos violentos contra estes pode ser considerado um comportamento anticonstitucional e anti-democrático.

O político que dispõe do ataque à imprensa utiliza-se da sua posição de poder para intimidar este ente da sociedade, pois uma imprensa independente com capacidades de investigação torna-se um obstáculo para líderes antipluralistas, no sentido de que apenas uma versão dos fatos deve ser ouvida e propagada. Nos exemplos expostos no último capítulo podemos observar que existe uma tática maniqueísta que consiste em estigmatizar e desacreditar a imprensa através da recusa em participar de entrevistas assim como a difamação aos críticos do governo desde o começo do mandato de Jair Bolsonaro até o atual momento.

Podemos inferir com este estudo que o uso da desinformação somado ao ataque à imprensa, cria uma atmosfera em que a realidade é irrelevante e tem como objetivo sustentar uma única narrativa que é a do Estado. O que nos remete a líderes autocratas. Silenciar a imprensa é também silenciar o acesso do público aos excessos do poder, que podem ser investigados e amplamente compartilhados pelo jornalismo responsável. Mesmo com seus erros a imprensa é fundamental para investigação dos abusos políticos, e miná-la tem potencial de deixar a sociedade à mercê de líderes autoritários.

No decorrer do trabalho foram aplicados os conhecimentos apreendidos durante o curso de jornalismo como a pesquisa, averiguação e também a análise da veracidade dos fatos aqui inseridos. Pudemos também aprofundar os estudos sobre o papel do jornalismo como ente democrático. A exploração bibliográfica em conjunto com os exemplos elencados apontam que a hipótese inicial – se o ataque a imprensa é deletério para a democracia – foi confirmada e com isso esperamos que a presente pesquisa contribua para futuros estudos relacionados a área de jornalismo, desinformação e democracia.

6. Referências Bibliográficas

- ARENDDT, Hannah. **Verdade e política**. Entre o passado e o futuro. 1967. Disponível em:
<https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5144219/mod_resource/content/0/ARENDDT%20C%20Hannah%20%281967%29%20Verdade%20e%20pol%C3%ADtica.pdf> Acesso em: 21/03/2020
- BAND JORNALISMO. **Ato reúne apoiadores do presidente Jair Bolsonaro em Brasília**. Youtube. 17 de maio de 2020. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=2-2v0wMRXvU>> Acesso em: 04/03/2022
- BARRETO, Aldo de Albuquerque. **A questão da informação**. São Paulo em Perspectiva, São Paulo, v. 8, n. 4, p. 3-8, out. / dez. 1994.
- BAPTISTA, J.P.; GRADIM, Anabela. **Understanding Fake News Consumption: A Review**. Social Sciences. 2020; Disponível em: <
<https://doi.org/10.3390/socsci9100185> > Acesso em: 19/03/2021
- BECKER, Paula; RAVELOSON, Jean-Aimé . **O quê é democracia?** Luanda : Friedrich-Ebert-Stiftung, 2011. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/60846-Paula-becker-dr-jean-aime-a-raveloson.html> > Acesso em: 20/07/2021
- BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de Política**. 11.ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1998.
- BORGES, Maria Alice Guimarães. **A compreensão da sociedade da informação**. Ciência da Informação [online]. v. 29, n. 3 , pp. 25-32. 2000. Disponível em:
<https://doi.org/10.1590/S0100-19652000000300003> Acesso em: 13/05/2021
- BORGES JÚNIOR, Eli. **What is the post-truth? Elements for a critique of the concept**. Brazilian journalism research, [S. l.], v. 15, n. 3, p. 496–513, 2019. DOI: 10.25200/BJR.v15n3.2019.1189. Disponível em:
<<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1189> > 20/03/2021
- BUFACCHI, Vittorio. **Truth, Lies and Tweets: A Consensus Theory of Post-Truth**. Philosophy & Social Criticism 47, no. 3. 2021 Disponível em:
<https://doi.org/10.1177/0191453719896382>. Acesso em: 18/06/2022
- BUCCI, Eugênio. **Existe democracia sem verdade factual?: cultura política, imprensa e bibliotecas públicas em tempos de fake news**. [S.l: s.n.], 2019.
- _____. **Pós-política e corrosão da verdade**. Revista USP, [S. l.], n. 116, p. 19-30, 2018. DOI: 10.11606/issn.2316-9036.v0i116p19-30. Disponível em:
<<https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/146574> > Acesso em: 02/04/2021

CAPURRO, Rafael; HJORLAND, Birger. **O conceito de informação**. Perspectivas em Ciência da Informação [online]. v. 12, n. 1, pp. 148-207. 2007. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/pci/a/j7936SHkZJkpHGH5ZNYQXnC/?lang=pt#> > Acesso em: 21/06/2021

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. Volume 1. 8.ed. São Paulo. Paz e Terra. 1999

_____. **A Sociedade em Rede: do Conhecimento à Acção Política**. Imprensa Nacional-Casa da Moeda. 2005. p.17- 31

_____. **Ruptura: A crise da democracia liberal**. 2018. Zahar
CASTRO, Moacir Werneck de. **Plano Cohen e Estado Novo 35 anos depois**. Politika (52): 3-7. 1972 Disponível em: <http://memoria.bn.br/pdf/126535/per126535_1972_00052.pdf > Acesso em: 12/01/2022

CAVALCANTI, D.B.; JARDELINO, Fabio; NASCIMENTO, Raissa - **O índice de confiança da população brasileira na imprensa – entre os anos de 2012 e 2020** - Revista Comunicando. 2021. Disponível em: <<https://revistas.sopcom.pt/index.php/comunicando/article/view/43>> Acesso em: 17/09/2021

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Padrões de manipulação no jornalismo brasileiro: fake news e a crítica de Perseu Abramo 30 anos depois**. RuMoRes, v. 12, n. 23, p. 56-82, 2018.

COSTA JUNIOR, J. **O Posicionamento Farisaico e Essênio Frente ao Domínio Romano na Judeia**. Mare Nostrum, v. 2, n. 2, p. 41-56, 28 dez. 2011. Disponível em <<http://www.revistas.usp.br/marenostrum/article/view/105772> > Acesso em: 08/12/2020

DAHL, Robert A. **Sobre a Democracia**. EDU-UNB, 2001

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. 2003. Disponível em: <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/socespetaculo.html> Acesso em: 16/07/2021

DECLARAÇÃO DOS DIREITOS DO HOMEM E DO CIDADÃO, 1789. Universidade de São Paulo: Biblioteca Virtual de Direitos Humanos, 2015. Disponível em: <<http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/Documentos-anteriores-%C3%A0-cria%C3%A7%C3%A3o-da-Sociedade-das-Na%C3%A7%C3%B5es-at%C3%A9-1919/declaracao-de-direitos-do-homem-e-do-cidadao-1789.html>> Acesso em: 24/08/2021

DIZARD JUNIOR, W. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação**. 2.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000

DUARTE, Marcella. **Não faça como Bolsonaro! Aprenda a liberar comentários com foto no Facebook.** Tilt-Uol. 18 de fev.de 2021. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2021/02/18/nao-faca-como-bolsonaro-veja-como-liberar-comentarios-com-foto-no-facebook.htm>> Acesso em: 22/03/2022

ESTADÃO CONTEÚDO. **Bolsonaro compartilha texto no Twitter com falsa acusação a jornalista. Exame.** 11 de mar. de 2019. Disponível em: <<https://exame.com/brasil/site-a-favor-de-bolsonaro-distorce-entrevista-de-reporter-do-estadao/>> Acesso em: 05/03/2022

ESTEVES, João Pissarra. **Opinião Pública e Democracia na Sociedade de Informação.** BOCC-Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação, 1997.

FERREIRA, Rubens da Silva. **A sociedade da informação no Brasil: um ensaio sobre os desafios do Estado.** Ci. Inf., Brasília , v. 32, n. 1, p. 36-41, abr. 2003. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652003000100004&lng=pt&nrm=iso > Acesso em: 13/06/2021

FRIAS FILHO, Otavio. **O que é falso sobre fake news.** Revista USP, (116), 39-44. 2018. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/146576>> Acesso em: 01/07/2021

GARONI. M; BRAGA, M.J; PADILHA P.Z. **Violência contra Jornalistas e Liberdade de Imprensa no Brasil: Relatório.** FENAJ, 2020. Disponível em <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2021/01/relatorio_fenaj_2020.pdf> Acesso em: 14/02/2022

GAY, Peter. **O cultivo do Ódio: A experiência burguesa da Rainha Vitória a Freud.** São Paulo. Companhia das letras. 1995

GUERRA, Josenildo L. **Neutralidade e imparcialidade no jornalismo: da teoria do conhecimento à teoria ética** - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXII, 01-25, 1999

GOMES, Beatriz. **No dia da Liberdade de Imprensa, Bolsonaro sugere fechar a mídia brasileira.** UOL. 07 de jun. de 2022. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2022/06/07/jair-bolsonaro-imprensa.htm>> Acesso em: 23/06/2022

GOULD, Luíza; ROCHA, Victor. **Relações de Confiança: a Construção da Credibilidade pela Imprensa em Tempos de Pós-verdade.** INTERCOM– SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO CONGRESSO BRASILEIROS DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 42º. 2019.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Sao Paulo, Editora Unesp, 1990.

HOBART, M. E.; SCHIFFMAN, Z. S. **Information ages: Literacy, numeracy, and the computer revolution**. Baltimore, MD: Johns Hopkins University, 2000. Disponível em: <https://www.google.de/books/edition/Information_Ages/aM5sVDlp9rsC?hl=en&gbpv=1&printsec=frontcover > Acesso em: 11/10/2021

JARDIM, H. I. R.; ZAIDAN, P. D. S. **CONTROLE DE INFORMAÇÃO: uma análise sobre o papel da censura e da fake news na história brasileira**. Múltiplos Olhares em Ciência da Informação, [S. l.], v. 8, n. 2, 2018. Disponível em: <<https://periodicos.ufmg.br/index.php/moci/article/view/16883>. > Acesso em: 05/07/2021

KEYES; RALPH. **The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life**. 15 de mar. de 2012. Disponível em: <<https://ralphkeyes.com/book/the-post-truth-era/> > Acesso em: 02/08/2021

KOSELLECK, Reinhart. **Historia de Los Conceptos y Conceptos de Historia**. Ayer, no. 53, [Asociacion de Historia Contemporanea, Marcial Pons Ediciones de Historia], pp. 27–45, 2004. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/41325249>> Acesso em: 06/09/2021

LEMOS, Andre. LÉVY, Pierre. **O futuro da Internet: Em direção a uma ciberdemocracia planetária**. São Paulo: Paulus, 2010.

LEON, Lucas Pordeus. **Brasil tem 152 milhões de pessoas com acesso a internet**. Agência Brasil. 23 de ago. de 2021. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-08/brasil-tem-152-milhoes-de-pessoas-com-acesso-internet>> Acesso em: 28/05/2021

LOSEKANN, Cristiana. **A esfera pública habermasiana, seus principais críticos e as possibilidades do uso deste conceito no contexto brasileiro**. Pensamento Plural, Nr. 4, S. 37-57. 2014. Disponível em: <<https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/pensamentoplural/article/view/3684>> Acesso em: 05/06/2021

MCINTYRE, Lee. **Post-truth**. Cambridge: MIT Press, 2018.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O Capital da notícia: jornalismo como produção social da segunda natureza**. São Paulo, Ática. 1986

MARTINO, L. M. S.; MARQUES, A. C. S. **O conceito de opinião pública na teoria da comunicação: genealogias e modos de abordagem**. Organicom, [S. l.], v. 17, n. 33, p. 62-79, 2020. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/170189>> Acesso em: 05/06/2021

MELLO, Patricia Campos. **A Máquina de Ódio – Notas de Uma Repórter Sobre Fake News e Violência Digital**. Companhia das Letras. 2020

MORETZSOHN, Sylvia. **A velocidade como fetiche – o discurso jornalístico na era do "tempo real"**. Capítulo 3. Tese de Mestrado. Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro. 2000. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/moretzsohn-sylviavelocidade-jornalismo-3.html#_ftn1 Acesso em: 20/09/2021

NEWMAN, Nic; FLETCHER, Richard. **Bias, Bullshit and Lies: Audience Perspectives on Low Trust in the Media**. Reuters Institute for the Study of Journalism at the University of Oxford. dez 2017. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/bias-bullshit-and-lies-audience-perspectives-low-trust-media> Acesso em: 22/09/2021

O ANTAGONISTA. **Bolsonaro sobre O Antagonista e outros veículos: "O certo é tirar de circulação"**. Youtube. 15 de fev. de 2021. Disponível em: <Bolsonaro sobre O Antagonista e outros veículos: "O certo é tirar de circulação"> Acesso em: 22/06/2022

O ESTADO DE S.PAULO. **Profissionais do Estadão são agredidos com chutes, murros e empurrões por apoiadores de Bolsonaro**. Estadão. 03 de maio de 2020. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,profissionais-do-estadao-sao-agredidos-com-chutes-murros-e-empurroes-por-apoiadores-de-bolsonaro,70003290864> Acesso em: 24/06/2022

ORTELLADO, Pablo; RIBEIRO, Marcio Moretto. **A campanha de Bolsonaro no Facebook: Antissistêmica e conservadora, pouco liberal e nada nacionalista**. Monitor do Debate Político no Meio Digital. 2018.

OXFORD LEXICO. English Dictionary. 2020. Disponível em: <https://www.lexico.com/en/definition/post-truth> Acesso em: 15/05/2021

RAMONET, Ignácio. **Meios de Comunicação: um poder a serviço de interesses privados?**. In: MORAES, Dênis de (Org.). Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo, 2013.

RASQUEL, Sandra G. **A desinformação como estratégia de manipulação e abuso de poder no discurso político**. Letras Escreve, v.8, n.2. 2018. DOI: 10.18468/letras.2018v8n2.p07-32 Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/233923932.pdf> > Acesso em: 07/08/2021

RIBEIRO, Márcio Moretto; ORTELLADO, Pablo. **O que são e como lidar com as notícias falsas**. Sur - Revista Internacional de Direitos Humanos, São Paulo, v. 15, n. 27, p. 71-83, 2018. Disponível em: <https://sur.conectas.org/wp-content/uploads/2018/07/sur-27-portugues-marcio-moretto-ribeiro-pablo-ortellado.pdf> Acesso em: 22/11/2021

RIBEIRO, Carolina. **Conheça as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2018**. TechTudo. 15 de fev. de 2019. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/02/conheca-as-redes-sociais-mais-usadas-no-brasil-e-no-mundo-em-2018.ghtml> Acesso em: 17/03/2022

RODRIGUES, Malena Rehbein. **O papel da imprensa na qualidade democrática - uma análise de possibilidades nos principais jornais nacionais**. Tese (Doutorado em Ciência Política) - Instituto de Estudos Sociais e Políticos, Universidade do Estado do Rio de Janeiro. 2010

ROUSSO; Henry. Prefácio In: GUDONIS, Marius; JONES, Benjamin T. (Ed.). **History in a post-truth world: Theory and praxis**. Routledge, 2020.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Espetáculo, política e mídia**. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior: 1-26. 2002 Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/rubim-antonio-espetaculo-politica.pdf>> Acesso em: 19/07/2021

SALAS ABAD, C. **La primera fake news de la historia, en Historia y comunicación social** 24 (2), 411-431. 2019 Disponível em: <<https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/66268>> Acesso em: 30/05/2021

SEIXAS, R. **A retórica da pós-verdade: o problema das convicções**. Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação, v. 18, n. 1, 29 abr. 2019. Disponível em: <<http://periodicos.uesc.br/index.php/eidea/article/view/2197>> Acesso em: 06/10/2021

SIEBERT, Silvana e PEREIRA, Israel Vieira **A PÓS-VERDADE COMO ACONTECIMENTO DISCURSIVO**. Linguagem em (Dis)curso [online], v. 20, n. 02, pp. 239-249. 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1982-4017/200201-00-00>> Acesso em: 08/10/2021

SILVA, José Afonso. **Curso de direito constitucional positivo**, 9.ed, São Paulo: Malheiros, 1994.

SPIN (PROPAGANDA). In: WIKIPEDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikipedia Foundation, 2021. Disponível em:< [https://en.wikipedia.org/wiki/Spin_\(propaganda\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Spin_(propaganda))> Acesso em: 27/11/2021

STALOCH, Rubens & REIS, Clovis. **A mediação das relações sociais nas redes sociais virtuais: do ciberespaço ao ciberterritório**. Estudos em Comunicação n. 20, 31-52. 2015

TAVARES, Frederico. M. B.; BERGER, Christa. **Na notícia e para além dela: o conceito de informação pelo jornalismo impresso**. Informação & Sociedade: Estudos, n. 1, v. 20, 2010.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são**. 2.ed, Florianópolis, 2005, p. 33-49

VOLPATTI, L.; LIMA, F. M. **A Eleição das Redes Sociais: Análise dos principais fatores políticos da Eleição de 2018**. 1.ed. Levels, 2018a.

_____ **Um presidente eleito pelas redes sociais**. In: Revista Congresso Em Foco, em. 2018b.