



Afinal, o que é jornalismo?

Os impactos da multiplicação de produtores de conteúdo informativo e o controverso conceito de verdade nas narrativas do mundo digital

Armando César Leite de Carvalho Freitas

**Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação
Cultura Contemporânea e Novas Tecnologias**

Agosto de 2021

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação – Cultura Contemporânea e Novas Tecnologias pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, realizada sob a orientação científica do Professor Jacinto Godinho

Epígrafe



(DAHMER, 2019)

Agradecimentos

Para Taciana, companheira de tantos anos e aventuras, por tudo, e ainda mais

Para as minhas filhas Nina e Ana, que muito me ensinam sobre o mundo real e o digital

Para o Professor Jacinto Godinho, pelas aulas sempre vivas e a orientação atenta e sábia

Para Leandro Borboleta, que bateu asas das Minas Gerais até terras além-mar para se transformar em melhor amigo e fiel escudeiro nesta jornada acadêmica

Para Portugal, país irmão e querido que me acolheu tão bem durante os primeiros semestres do mestrado

Para a ciência e os médicos que me deram a chance de uma nova vida após o AVC sofrido durante o desenvolvimento desta dissertação

RESUMO

As três primeiras décadas do século XXI representam um desafio jamais enfrentado pelo jornalismo profissional. As novidades tecnológicas que permitiram a multiplicação de produtores de conteúdo, a explosão de *fake news*, os novos modelos de negócios e a crescente polarização política colocaram em xeque a credibilidade de uma profissão pautada por um código de ética que tem como princípios a busca de isenção, a equidade, a precisão dos dados. Diante do quadro apresentado, como preservar o jornalismo profissional, o ato jornalístico? Qualquer cidadão pode produzir informação? Eis aqui as questões centrais sobre as quais esta dissertação se debruça, lançando um foco mais específico nos efeitos da desinformação nas eleições presidenciais americana de 2016 e brasileira de 2018. A partir de uma exposição sobre a gênese do jornalismo profissional e do jornalismo-cidadão, de uma abordagem foucaultiana sobre os conceitos de verdade e vontade de verdade, e de duas pesquisas de campo por amostragem, este trabalho teve como objetivo trazer à luz as estratégias de manipulação da informação e reflexões de diversos estudiosos sobre possíveis caminhos que resguardem a essência de uma atividade vital para a democracia. Os resultados encontrados, apesar de mostrar iniciativas embrionárias positivas, apontam para um cenário midiático em constante transformação que gera grande desorientação entre milhões de brasileiros. O público receptor, imerso em bolhas, já não sabe o que é informação, desinformação e opinião. E os jornalistas profissionais, enquanto constatarem o esvaziamento da profissão, tentam se adaptar aos novos tempos digitais para enfrentar a concorrência.

TERMOS-CHAVE – jornalismo profissional, jornalismo-cidadão, fake news, verdade, ética

ABSTRACT

The first three decades of the 21st century expose a challenge never faced by professional journalism. Technological innovations that have allowed the multiplication of content producers, the explosion of fake news, new business models and the growing political polarization have challenged the credibility of a profession guided by a code of ethics whose principles are the pursuit of exemption, equity and accuracy of data. Given the situation presented, how to preserve professional journalism and the journalistic act? Can any citizen produce information? Here are the central issues that this dissertation addresses, with a more specific focus on the effects of misinformation in the 2016 American and 2018 Brazilian presidential elections. From an exposition on the genesis of professional journalism and citizen journalism, a Michel Foucault's approach to the concepts of truth and will to truth and also two sample field researches, this study aims to clarify the information manipulation strategies and show off reflections of several scholars on possible paths that safeguard the essence of such a vital activity for democracy. The results found, despite showing positive embryonic initiatives, point to a media outline in constant transformation that generates great disorientation among millions of Brazilians. The target audience, locked in bubbles, no longer knows how to distinguish what information, misinformation and opinion are. On the other side, professional journalists, while envision the emptying of the profession, are trying to adapt to the new digital times to face the competition.

KEYWORDS – *professional journalism, citizen journalism, fake news, truth, ethics*

SUMÁRIO

1. Introdução.....	8
2. Metodologia.....	10
3. Gênese e essência do jornalismo.....	12
3.1. O jornalismo em transformação.....	14
3.1. Em defesa dos princípios do jornalismo.....	17
4. A valorização do ato de jornalismo.....	21
5. Jornalismo-cidadão.....	28
6. Será o fim das redações profissionais?.....	34
7. Um olhar filosófico sobre a verdade.....	37
8. <i>As fake news</i>	43
8.1. O dicionário das <i>fake news</i>	45
8.2. A guerra de narrativas.....	46
8.3. A reação das plataformas.....	54
9. Cobertura do discurso de Bolsonaro na ONU	60
10. Quem é o dono da verdade? Uma abordagem sociológica	71
11. O acesso à informação.....	74
12. Considerações finais.....	88
Referências bibliográficas.....	94
Anexos.....	107

1 INTRODUÇÃO

Há três décadas, quando não havia ainda surgido a *World Wide Web*, havia sempre um intermediário entre fatos relevantes e um grande público: o jornalista, apoiado por uma mediação tecnológica (em rádio, jornal ou televisão) que aumentava o alcance de seus relatos para o maior número de pessoas possível. A vinculação do jornalista (quase sempre identificado) a um veículo de mídia garantia um mínimo de respeito a um código de princípios éticos baseados na equidade (equilíbrio entre as partes), isenção e no rigor (precisão de dados). A constante evolução tecnológica, que culminou no aparecimento da internet, potencializou incrivelmente a missão essencial dos jornalistas, tanto na coleta de informações quanto na transmissão das notícias, mas paralelamente criou uma concorrência jamais imaginada para o jornalismo profissional

Com o surgimento de novos produtores de conteúdo, entre eles os chamados blogueiros e “jornalistas-cidadãos”, muitos com acesso a equipamentos e tecnologias que antes eram exclusivos das empresas de comunicação e a artifícios que impulsionam incrivelmente a disseminação de informação, novas narrativas vieram e a intermediação dos jornalistas profissionais deixou de ser a regra na comunicação social. Consumidores passivos de informação tornaram-se produtores de conteúdo. No mundo globalizado em que vivemos, com boa parte da população mundial conectada via *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp*, *Telegram* e outros aplicativos de redes sociais, nunca na história da humanidade circularam tantas fotografias, vídeos, notícias e histórias, verdadeiras e falsas. *Fake news* se multiplicam em velocidade supersônica, espalhando um vírus que contagia milhões de pessoas e corrói os pilares da democracia.

É nesse cenário que se desenvolve a minha investigação. Os impactos das redes sociais na forma atual de divulgação e assimilação das notícias e a evolução tecnológica que viabilizou este fenômeno são o foco principal desta dissertação. A democratização da informação é inegavelmente bem-vinda, mas como separar o joio do trigo (mentira e verdade) nas notícias publicadas? Pode-se chamar de jornalismo o que é conhecido como “jornalismo-cidadão”? Quais os limites entre informação e desinformação? O que está por trás das *fake news*? O jornalismo profissional e seus valores agonizam? Quais iniciativas e estratégias podem garantir sua sobrevivência?

O tema me atrai em especial por estar relacionado diretamente à minha atividade profissional, que passa por um complexo processo de redefinição e ressignificação social

diante de uma realidade em constante mudança que oferece acesso global, ilimitado e descontrolado às novas tecnologias da informação. O presente trabalho tem dois objetivos, complementares. O primeiro, a partir de uma exposição sobre a origem e significados das expressões “jornalismo”, “jornalista” e “jornalista-cidadão”, que passa também pelas premissas e princípios éticos que norteiam a prática do jornalismo profissional e do ato jornalístico, é investigar a gênese das *fake news*, de que forma eles são utilizadas em campanhas políticas, e em que pontos se assemelham e se diferenciam os conteúdos sobre um mesmo tema publicados nas páginas eletrônicas de veículos de tendências ideológicas opostas. Como desdobramento desta análise, buscarei respostas para questões que se interligam e são essenciais nesta dissertação: qualquer cidadão está habilitado a produzir e distribuir conteúdo? Faz jornalismo qualquer um que produza e divulgue ou repasse informação? O segundo objetivo, com base numa abordagem filosófica sobre os conceitos de verdade e vontade de verdade, em duas pesquisas de campo por amostragem, e em investigações de vários autores sobre o futuro do jornalismo, é levantar uma reflexão sobre os riscos associados à desinformação e à manipulação ideológica no atual ecossistema midiático, apontando também possíveis caminhos para uma convivência mais harmoniosa e menos polarizada neste mundo globalizado.

2 METODOLOGIA DO ESTUDO

O desenvolvimento desta dissertação se apoia na investigação documental acadêmica e jornalística e pesquisas de campo. O critério para escolha de fontes passou inicialmente por bibliografias de trabalhos que abordavam com diferentes recortes sobre o tema e subtemas que me interessavam desenvolver: desafios do jornalismo em tempos de mudança, *fake news* e seus impactos, jornalismo-cidadão e princípios e ética no jornalismo. A partir daí, a pesquisa evoluiu naturalmente para as fontes citadas e a busca de novas publicações em instituições que oferecem farto conteúdo em seus portais e se destacam pelo empenho em estimular estudos sobre jornalismo, mantendo viva a chama de uma atividade que tem grande importância social. Incluo neste grupo a *Knight Foundation*, a *Midia Shift*, o *Reuters Institute* e a *Nieman Foundation*. Deste vasto repertório de conhecimento, sempre municiado com novas publicações, saíram muitas citações para esta dissertação. Vale registrar também que minha formação de jornalista teve peso na minha investigação, se traduzindo em múltiplas referências a reportagens factuais.

Paralelamente, mantive o periscópio atento para lançamentos de livros que pudessem trazer novos olhares atualizados sobre os temas abordados. E dessa busca destaque, entre tantos outros, quatro livros publicados nos últimos três anos que foram fiéis companheiros durante a jornada de desenvolvimento deste trabalho e ficaram marcados por muitas anotações: “Jornalismo em retração, poder em expansão”, de Ricardo Gandour (2020); “A morte da verdade”, de Michiko Kakutani (2018); “A máquina do ódio”, de Patrícia Campos Mello (2020); e “Pós-verdade e fake news – reflexões sobre a guerra de narrativas”, uma coletânea de ensaios organizada por Mariana Barbosa (2019).

A pesquisa de campo foi desenvolvida em duas frentes: 1) um questionário sobre a relação que 102 pessoas de diferentes classes sociais que vivem no Rio de Janeiro (51 jornalistas e 51 não jornalistas) têm com as notícias (fontes de informação, nível de confiança no que leem/ouvem etc); 2) análise da cobertura feita por oito diferentes sites (municiados por jornalistas ou não jornalistas, alinhados à esquerda e à direita) sobre um mesmo evento – no caso, o primeiro pronunciamento do Presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, na abertura da Assembleia Geral das Nações Unidas, em 24/09/2019.

Inicialmente, com base em estudos teóricos e em códigos de ética de dois grandes grupos de mídia em diferentes países (*Grupo Globo*, no Brasil, e *Reuters*, na Inglaterra),

pretendo abordar a origem do jornalismo, os princípios, os valores e as regras de conduta que regem as boas práticas do jornalismo.

Num segundo momento, faço um retorno cronológico para buscar os conceitos filosóficos da verdade e vontade de verdade sob o olhar de Foucault (o que abre caminho para uma abordagem das *fake news* no campo da política) e volto aos dias de hoje para investigar a evolução e o impacto das novas tecnologias de informação nas formas de coleta/produção/disseminação de notícias no ciberespaço e como a sociedade as recebe, abrindo espaço para a defesa do jornalismo profissional e do ato jornalístico como antídoto contra a desinformação. Sigo com a análise sobre a multiplicação de novos produtores de conteúdo, suas estratégias de conquista de público, sua crescente influência no universo cibernético e na vida política, e os interesses e mecanismos psicológicos que se escondem por trás das *fake news*.

Parto então para o detalhamento das duas pesquisas de campo que realizei, procurando relacioná-las a outras de abrangência muito maior, promovidas pelo *Reuters Institute* e *Knight Foundation*, que traçam um preocupante retrato do jornalismo atual diante da inesperada concorrência. Finalizo a investigação trazendo propostas inovadoras que estão sendo experimentadas por redações profissionais e podem reduzir a quantidade de “verdades” inventadas e a polarização social.

3 GÊNESE E ESSÊNCIA DO JORNALISMO

Pela confusão reinante nas redes sociais sobre o que é opinião, informação, verdade e mentira, acredito ser de extrema relevância iniciar o desenvolvimento desta dissertação trazendo, e analisando à luz da nova realidade midiática, diferentes definições sobre os termos jornalismo e jornalista, além dos princípios e conceitos associados ao exercício desta atividade. São premissas básicas que servem para diferenciar um conteúdo com potencial credibilidade da enorme quantidade de notícias manipuladas, ou inconsistentes, ou deliberadamente mentirosas que circulam na web. Não se trata aqui de reforçar a ilusão de completa imparcialidade no relato de um fato. Mesmo no conteúdo oferecido por veículos com reconhecida credibilidade, a narrativa estará sempre influenciada pelo olhar pessoal do repórter, suas experiências de vida e, muitas vezes, conscientemente ou não, pela linha editorial da empresa. Mas jornalistas profissionais, como se verá mais adiante com maior detalhamento, são treinados para seguir um código de ética que impõe compromissos com transparência, a precisão nos dados e o direito ao contraditório.

A velocidade da revolução digital, proporcional ao volume de informações que gera, quebrou a exclusividade da imprensa como mediadora de notícias e pôs em xeque também a sua credibilidade. Manter-se vivo diante da grande novidade certamente é o maior desafio imposto ao jornalismo desde a invenção da prensa manual, por Gutemberg, no século XV. Até então a transmissão de relatos era oral ou por manuscritos. Com a prensa, começaram a circular os primeiros panfletos. O primeiro jornal impresso com circulação seriada só surgiria muitos anos depois, no início do século XVII. Segundo historiadores, o jornal sueco *Post och Inrikes Tidningar* é o mais antigo do mundo ainda em funcionamento, o que é reconhecido pela Associação Mundial de Jornais. Foi fundado em 1645 pela rainha Cristina e em 2006 deixou de circular em papel para ser acessível apenas pelo computador.¹

Desde a fundação do jornal sueco e de muitos outros que surgiriam nos anos seguintes, havia entre o contingente cada vez maior de leitores a noção de que o conteúdo publicado era verdade, ou seja, relatava com relativa precisão um determinado fato ou evento. A palavra impressa conferia credibilidade. Isso só começou a mudar, e muito lentamente, quando os

¹Informações extraídas do portal Observatório da Imprensa em 20/01/2020. <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/jornal-mais-antigo-do-mundo-so-em-versao-online/>

leitores tiveram acesso a outros jornais, com outras linhas de pensamento. No século XVIII, o iluminismo acelerou um pouco esse processo do homem em busca da verdade, que não passava necessariamente pelas informações que vinham da imprensa.

“Seguindo uma antiga e duradoura linhagem da filosofia central que combinou o iluminismo, pensamos no ser humano como um ser dotado de razão e que busca a verdade. Seu intelecto é uma máquina de processar a informação que tem como finalidade chegar a uma representação tão fiel do mundo quanto seja possível, dada a sua capacidade mental e a informação disponível. Deixado relativamente livre do peso da autoridade humana e recebendo instrução necessária, ele avançará em sua busca pelo conhecimento.” (Pinheiro, 2020, p. 90)

Havia desde o chamado século das luzes um conflito entre filosofia e jornalismo, como relata Jacinto Godinho no ensaio “Minha vida não vale um filme: ensaio de reconstrução da reportagem entre a literatura e o jornalismo”.

“Desde o século XVIII que a narrativa jornalística tem sido fortemente submetida a uma desqualificação pelo predominante e hegemônico discurso científico, por não se enquadrar nos postulados de cientificidade. Aliás, tanto “jornalistas” quanto “reportagem” começaram por ser dois nomes estigmatizados destinados a rebaixar atividade que passaram a referir.” (Godinho, 2017, p. 185)

A bem da verdade, a figura do repórter já existia bem antes do surgimento dos termos “jornalista” ou “reportagem”, que só apareceriam no final do século XIX, com a consistência do gênero jornalístico (Godinho, 2017, p.189). O que seria o detalhado relato de Pero Vaz Caminha ao Rei de Portugal sobre tudo que viu nos dias que se seguiram ao descobrimento do Brasil senão uma reportagem? Matilde Rosa Araújo, escritora portuguesa especializada em literatura infantil, defende com uma argumentação poética a origem do jornalismo:

“Com um bocadinho de boa vontade podíamos criar uma tese: que o jornalismo nasceu do verso, como a poesia esteve condenada (felizmente) a fazer nascer a nossa literatura. As notícias infiltram-se. Vem de longe terras, polidas arredondadas, como as pedras de um rio: chegam cá seixos de ribeira.” (Araújo, 1946, p. 93, como citado em Godinho, 2017, p.190)

Godinho (2017, p.190) propõe a desconstrução etimológica da palavra “reportagem” na tentativa de um melhor entendimento de seu significado. “Será que o nome refere todo o universo da reportagem? Será que é a palavra certa para representar a experiência narrativa que se exerce através da prática da reportagem?”, questiona o autor.

“A base da palavra reportagem é o verbo latim *portare* que significa “portar” ou “transportar” (Silva, 2014). Se entendermos o *portare* como “trazer” ou “levar”, o prefixo re de reportagem indica, então, que reportar é “trazer novamente” ou “levar de volta”. Indica uma repetição do movimento. Esta repetição por mais estranho que pareça é a condição fundamental da narrativa ou, melhor, do dispositivo narrativo.”(Godinho, 2017, p.191)

A partir da explicação, se aplicada ao jornalismo, depreende-se que um repórter traz de volta, em forma de relato, as impressões que teve de um determinado fato. Ou, numa interpretação do “*being there*” (Heeter, 1992. p. 262-271), levar os leitores ao fato, dando a eles a sensação de presença. “Portanto, ou se transportam acontecimentos a alguém ou alguém é transportado até os acontecimentos.” (Godinho, 2017, p.191). Outra associação etimológica fala muito da gênese do jornalismo. A palavra porto “na origem remota é a raiz do verbo latino *portare*, trazer do porto, levar do porto, sentido primitivo que depois se desdobrou em outros tantos significados semelhantes como conduzir, acompanhar, enviar.” (Silva, 2014, como citado em Godinho, 2017, p.192) Godinho liga o porto às notícias:

“‘Trazer do porto’ ou ‘levar ao porto’ são belas imagens que aproximam a palavra reportagem de uma das genuínas atividades do jornalismo, buscando os barcos que chegavam já que era nos portos marítimos que fervilhavam as primeiras notícias e ancoravam todas as histórias de outras paragens.” (Godinho, 2017, p.192)

3.1 O jornalismo em transformação

Das notícias frescas que chegavam pelos portos à avalanche de informação que brota hoje das telas de computadores e smartphones, alguns séculos se passaram, simultaneamente a processos de transformação midiática que tiveram forte impacto na comunicação global. Numa comparação com a linha cronológica da história da humanidade, tudo aconteceu numa velocidade vertiginosa: pequenos jornais com circulação local; depois as primeiras linhas

telegráficas que aumentavam o alcance e velocidade de circulação das notícias; depois a chegada do rádio, com ondas curtas que atravessavam montanhas, desertos e oceanos; depois a surpreendente aparição de uma caixa mágica da qual saíam imagens e som - a televisão, depois com transmissões ao vivo e a cores; e finalmente a revolução digital. Com o avanço da mídia não impressa, mudou radicalmente a forma de coleta e de distribuição de notícias. A tecnologia, nos últimos 50 anos, se tornou ferramenta fundamental do jornalismo, mesmo o impresso.

Pesquisadores de todo o mundo buscam investigar os impactos de tantas novidades. A literatura sobre estudos do jornalismo é farta em abordagens sobre o novo papel da imprensa no mundo globalizado em que vivemos. Mas o novo papel não altera velhos princípios éticos. Pelo contrário. Em tempos de queda de faturamento com a multiplicação de plataformas digitais e a de concorrência com produtores de conteúdo que disseminam *fake News*, as grandes empresas de comunicação têm reforçado, interna e externamente, a importância da conduta ética de quem apura e transmite notícias. Investem, sobretudo, em ações que buscam explicar para um público mais amplo o que é jornalismo, para que não se confundam verdades com mentiras. O *Grupo Globo*, maior empresa de comunicação do Brasil, adota, em resumo, a seguinte definição:

“Jornalismo é o conjunto de atividades que, seguindo certas regras e princípios, produz um primeiro conhecimento sobre fatos e pessoas...O jornalismo é aquela atividade que permite um primeiro conhecimento de todos esses fenômenos, os complexos e os simples, com um grau aceitável de fidedignidade e correção, levando em conta o momento e as circunstâncias em que ocorrem. É, portanto, uma forma de apreensão da realidade...Pratica jornalismo todo veículo cujo propósito central seja conhecer, produzir conhecimento, informar...O trabalho jornalístico tem de ser feito buscando-se isenção, correção e agilidade.” (Memória Globo², 2019, p. 433 e 434)

Mesmo empresas de comunicação com credibilidade, como o *Grupo Globo*, às vezes derrapam no escorregadio terreno que confunde fatos com convicções pessoais ou

² Criado em 1999, Memória Globo é a abreviação de Projeto Memória do Grupo Globo, que tem como objetivo a preservação da história dos veículos que o compõem. Esse acervo inclui entrevistas com funcionários de destaque e publicações como a citada acima. Desde 2009, o projeto mantém um site que concentra informações, fotos e vídeos sobre telejornais, coberturas jornalísticas e esportivas, perfis de profissionais e programas, desde a inauguração da Globo.

institucionais. Diferentemente do que se tornou comum hoje, quando se inventam todos os dias milhares de notícias com interesses específicos, a manipulação da informação na grande mídia não é a norma, e acontece de forma mais sutil, pelo destaque que se dá ou não a certa notícia, pela forma como ela é apresentada, num alinhamento com a linha editorial do veículo. Numa época em que a revolução digital ainda era gestada, um episódio de manipulação da informação marcou negativamente a história do jornalismo brasileiro, e mais diretamente a imagem do *Grupo Globo*. Exibida no *Jornal Nacional* de 15/12/1989, o telejornal de maior audiência no país, uma edição resumida do debate presidencial travado na véspera entre os candidatos Luís Inácio da Silva (Lula), do PT, e Fernando Collor de Mello, do PRN, teve impacto decisivo na eleição, que seria realizada dois dias depois. A edição, além de dar um tempo maior para o candidato do PFL, destacava os melhores momentos de Collor em oposição aos piores de Lula. O editor responsável pelo conteúdo exibido, Octávio Tostes, cumpriu ordens da direção. Anos depois, em depoimento à Memória Globo, Tostes revelaria: “Isso não é jornalismo. Isso é o serviço mais sórdido que já fiz em minha vida”.³

Na disputa das urnas, que estava equilibradíssima até o dia da exibição do debate, Collor acabou vencendo por pequena diferença (53,03% a 46,97%). Três anos depois, após a forte repercussão de denúncias de corrupção publicadas inicialmente pelo jornal *O Globo*, o presidente renunciou, para evitar o *impeachment*. Em 22/04/2015, numa reportagem especial sobre os 50 anos da *TV Globo*, o atual apresentador do *Jornal Nacional*, William Bonner, admitiu que houve erro da emissora na edição do debate de 1989, mas sem assumir explicitamente uma manipulação com propósito de favorecer um dos candidatos. Para o atual diretor-geral de jornalismo da *TV Globo*, Ali Kamel, o compromisso das empresas que praticam o jornalismo profissional com os princípios que o regem “é uma questão de sobrevivência”.

“E quando os erros acontecem? Evidentemente, como toda obra humana, o jornalismo profissional está também sujeito ao erro, e erra em quantidade. A regra aqui é mais simples: reconhecer o erro e corrigi-lo... Admitir um erro e corrigi-lo não diminui o jornal diante de seu público; engrandece-o.” (Kamel, 2009, p, 34)

A importância de recuperar o papel da imprensa às vésperas da eleição presidencial no Brasil em 1989 se impõe aqui como um contraponto para o cenário em que aconteceu a

³ Trecho do depoimento de Octavio Tostes ao Projeto Memória Globo.
<https://memoriaglobo.globo.com/erros/debate-collor-x-lula/>

campanha que elegeu Jair Bolsonaro, quase 30 anos depois. Há coincidências: os dois candidatos vencedores, alinhados à direita, diziam querer acabar com a corrupção; os dois candidatos derrotados eram do Partido dos Trabalhadores (PT). Mas o que mais chama a atenção na comparação entre cenários das duas eleições é a forma como as informações circularam. Em 1989, a grande mídia ainda monopolizava a produção e divulgação de notícias e propaganda política. O impacto de edição do debate presidencial no *Jornal Nacional* é um exemplo disso. Em 2018, como veremos mais detalhadamente adiante, o mundo virtual já havia se transformado numa grande fábrica de produção de conteúdo sem filtro, enfraquecendo o poder de influência do jornalismo profissional. Essa transformação, e a velocidade em que acontece, é tema de estudos do historiador britânico Peter Burke, professor emérito da Universidade Cambridge. “Para Burke, hoje estamos vivendo ciclos cada vez mais curtos, com velocidades de mudança cada vez maiores. Por isso, diz Burke, é difícil prevêê até onde chegará a presente transformação”. (Gandour, 2019, p.13)

3.2 Em defesa dos princípios do jornalismo

Em meio a esse turbilhão de mudanças, gigantes da área de comunicação têm investido alto em campanhas que reforçam os princípios e o papel social desempenhado pela imprensa profissional. O *Grupo Globo* lançou em 2018, durante a última campanha presidencial, o projeto “Fato ou *fake*?”, que rastreia e checa a veracidade de grande número de informações suspeitas que circulam nas redes sociais (*Gl.globo*, 30/07/2018). A *Reuters*, que emprega mais de 2500 jornalistas em 200 cidades do mundo, criou também o “*Fact check*” (reuters.com/fact-check). Considerada a maior agência de notícias do mundo, a britânica *Reuters* traz em seu DNA o compromisso com a ética e a transparência. É assim que ela se apresenta em sua página:

*“With unmatched coverage in over 16 languages, and reaching billions of people worldwide every day, we provide trusted intelligence that powers humans and machines to make smart decisions. Founded in 1851, Reuters has remained true to the Trust Principles of independence, integrity and freedom from bias, working relentlessly to bring news from the source and from every corner of the world.”*⁴

⁴ Informações colhidas no site da agência *Reuters* em 15/01/2020. www.handbook.reuters.com e <https://www.reutersagency.com/en/about/about-us/>

O código de conduta da *Reuters* é rigoroso e estabelece, mais do que simples regras a serem seguidas cegamente, fundamentos éticos que devem orientar as tomadas de decisão no jornalismo. Segundo o *Handbook of Journalism* da agência, são 10 os fundamentos:

- “• *Always hold accuracy sacrosanct*
- *Always correct an error openly*
- *Always strive for balance and freedom from bias*
- *Always reveal a conflict of interest to a manager*
- *Always respect privileged information*
- *Always protect their sources from the authorities*
- *Always guard against putting their opinion in a news story*
- *Never fabricate or plagiarise*
- *Never alter a still or moving image beyond the requirements of normal image enhancement*
- *Never pay for a story and never accept a bribe*”⁵

Outro gigante da mídia profissional, também com credibilidade secular, o *New York Times* (NYT), em seu *Handbook* de Valores e Princípios, trata como “práticas profissionais rudimentares” a importância de checar os fatos, a exatidão das citações e integridade das fotografias. Em essência, os fundamentos de um jornalismo ético apresentados pelo *New York Times* não diferem muito dos que são praticados pela *Reuters*. Mas o tom de alerta para os que não se enquadram nas diretrizes é mais direto. Dois exemplos:

1 - “*Staff members who plagiarize or who knowingly or recklessly provide false information for publication betray our fundamental pact with our readers. We will not tolerate such behavior.*”

2 - “*The Times views any deliberate violation of these guidelines as a serious offense that may lead to disciplinary action, potentially including dismissal, subject to the terms of any applicable collective bargaining agreement.*”⁶

⁵ Informações colhidas no site da agência *Reuters* em 15/01/2020. www.handbook.reuters.com e <https://www.reutersagency.com/en/about/about-us/>

Tais ameaças remetem a episódios de grande repercussão que arranharam a imagem do *New York Times*. Em maio de 2003, Jayson Thomas Blair pediu demissão do jornal após a descoberta de fabricação e plágio em suas histórias.⁷ Em 2010, O repórter de economia Zachery Kouwe fez o mesmo ao ser acusado de plagiar reportagens do *Wall Street Journal*⁸. Um trecho do *Handbook of Values and Practices* sugere que o *NYT* aprendeu uma lição com as mentiras de Blair e Kouwe: “*In print and online, we tell our readers the complete, unvarnished truth as best we can learn it.*”

Carl Bernstein, um dos repórteres do *The Washington Post* que revelou o caso *Watergate*, está em sintonia com os princípios do *NYT*. Entre as muitas tentativas de se definir o jornalismo, a dele está entre as mais conhecidas, pelo poder de síntese e pelo autor famoso: “Permanente busca da melhor versão possível da verdade”. Em seu livro “Jornalismo em retração, poder em expansão – a segunda morte da opinião pública”, o jornalista e mestre em Ciências da Comunicação Ricardo Gandour, explica por que a definição de Bernstein é a preferida dele:

“Gosto da expressão ‘permanente busca’ por acreditar que o fazer jornalístico não tem propriamente um destino: trata-se de uma infundável jornada. Uma reportagem jamais estará perfeitamente pronta e completa, admitindo sucessivos desenvolvimentos e camadas sobrepostas e complementares de informação. Não que a tarefa de definir seja difícil, mas ela enseja importantes desafios, oriundos do fato de que o jornalismo não é propriamente uma ciência, tampouco uma ciência aplicada.” (Gandour, 2020, p.45)

Pesquisador visitante na *Columbia Journalism School*, em Nova York, Gandour vai além da definição dos três pilares do jornalismo profissional (isenção, correção e agilidade)

⁶ Trecho extraído do site do *New York Times* em 14/01/2020. <https://www.nytimes.com/editorial-standards/ethical-journalism.html#>

⁷ Segundo reportagem “Infâmia de Jayson Blair abala a cúpula do *The New York Times*”, de González (2003) publicada em *UOL (Universo On Line)*. Consultado em 26/01/2020. <https://noticias.uol.com.br/midiaglobal/elpais/ult581u527.jhtm>

⁸ Segundo reportagem “Jornalista do *New York Times* suspeito de plágio se demite”, não assinada, publicada em *O Globo* em 17/02/2010. Consultado em 26/01/2020. <https://oglobo.globo.com/mundo/jornalista-do-new-york-times-suspeito-de-plagio-se-demite-3051820>

que parecem ser comuns à maioria da grande mídia. Para ele, os três pilares são outros: atitude, método e narrativa. Gandour liga atitude à insatisfação. “O jornalista é, ou deveria ser, um permanente insatisfeito com o que lhe mostrado a priori. (...) Ele quer ver por trás, de lado, mais fundo, por dentro”. (Gandour, 2020, p.46). Método, na tese defendida por Gandour, é o que diferencia jornalismo e um conteúdo qualquer. “É o ‘contém jornalismo’”, afirma. Traduzindo, método é o processo de trabalho profissional, que passa por pauta, checagem de dados, referências cruzadas, acesso a fontes públicas e privadas, jornalismo de dados, gestão de equipes etc. Finalmente, narrativa seria uma “embalagem”, que passa pelos processos de edição que resultem em uma apresentação atraente dos conteúdos (textos, imagens, gráficos, animação, vídeos, áudios etc). Gandour defende que sua tese dos três pilares é relevante para o entendimento do papel social do jornalismo nos tempos atuais e poderia ser adotada nos currículos universitários.

Não faltam teses e estudos sobre o jornalismo e sua sobrevivência no futuro, em meio a um cenário em que novos atores surgem a todo momento, em busca de um protagonismo. O *Reuters Institute for Study of Journalism* é uma referência nesta área. O instituto reforça a necessidade de uma reinvenção contínua do jornalismo e seus profissionais num momento de grandes mudanças na mídia.

“We believe in the value of independent journalism, the power of news, and the importance of an informed public. We are committed to the timeless journalistic aspiration of seeking truth and reporting it, as well as the ongoing work of remaking the profession and the organisations that enable it. Our focus is on journalism, the media industry, and the public that they serve. By connecting practice and research, by facilitating global exchange, and by driving conversations around the future of news, we work to ensure that journalists, editors, and media executives face the opportunities and challenges of a changing media environment from a position of strength. Our goal is to help them build better and more sustainable journalism for tomorrow.”⁹

⁹ Transcrito do site da *Reuters Institute* em 14/01/2020. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/about-reuters-institute>

4 A VALORIZAÇÃO DO ATO JORNALÍSTICO

Os esforços para o entendimento do impacto da revolução digital sobre o jornalismo profissional levaram ao surgimento, em 2006, do *website Mediashift.com*, uma plataforma aberta a análises e debates relacionados à interseção entre mídia e tecnologia. Entre muitos ensaios, teses, dissertações, *workshops*, *podcasts* e *newsletters* que em essência tentam estimular ideias e possibilidades de a mídia tradicional se adaptar a esta nova era digital, criando novos modelos de negócios, dois estudos se complementam, trazendo novos pontos de vista sobre definições do que é jornalismo e quem é jornalista. No primeiro, “*Why Defining a Journalist Is Messy, But Crucial*”, Jonathan Peters e Edson C. Tandoc Jr alinham e analisam conceituações de diferentes fontes sobre o que é um jornalista e, a partir delas, buscam uma definição consensual sobre o que é um jornalista, mas sem a pretensão de ser a definitiva. As fontes se relacionam às áreas acadêmica, jurídica e industrial.

“For the scholarly domain, we reviewed academic works (e.g., surveys) that defined a journalist or otherwise discussed the characteristics of one. For the legal domain, we reviewed case law and statutes (e.g., shield laws) that defined a journalist or otherwise discussed the characteristics of one. And for the industry domain, we reviewed definitions of a journalist contained in the membership criteria of journalism associations.”¹⁰

A pesquisa identificou nas muitas conceituações encontradas elementos comuns que levaram à definição oferecida pelos autores como consensual, mas não normativa: “*A journalist is someone **employed** to **regularly** engage in gathering, processing, and disseminating news and information to serve the public interest.*” (Peters & Tandoc, 2013), As expressões *employed* e *regularly* não estão em destaque à toa. São os principais elementos comuns entre várias definições. E a expressão *employed* também exige uma explicação adicional. “Ela significa que a principal fonte de sustento da pessoa vem de atividades jornalísticas, incluindo a coleta, processamento e disseminação de notícias e informações”, segundo os autores.

¹⁰ Trecho do artigo “*Why Defining a Journalist Is Messy, But Crucial*”, de Peters & Tandoc, publicado na versão online do *New York University Journal of Legislation and Public Policy*. Consultado em 02/02/2021.

<https://www.nyujlpp.org/wp-content/uploads/2013/03/Peters-Tandoc-Quorum-2013.pdf>

Mas Peters & Tandoc (2013) são os primeiros a apontar a inconsistência da definição a que chegaram, qualificada por eles próprios de “imprudente”. “Não seria sensato adotar uma definição que excluísse blogueiros não pagos e jornalistas-cidadãos que coletam, processam e divulgam notícias e informações sobre assuntos de interesse público”, afirmam no artigo. Para a dupla, todos são capazes de cometer atos de jornalismo.

“Further, the definition might de-incentivize innovation in news production and distribution by limiting shield protections to traditional outlets and journalists. That would be problematic because the digital revolution is dispersing the production and distribution of news.”¹¹

Neste ponto, a abordagem de Peter e Tandoc se encontra com a de Josh Stearns no paper *“Acts of Journalism: Defining Press Freedom in the Digital Age”*. Stearns, que se apresenta na plataforma *LinkedIn* como “jornalista, construtor de comunidades e estrategista cívico que trabalha há mais de uma década em projetos baseados em mídia, inovação e democracia”, sustenta com argumentos sólidos e o apoio de pesquisadores e instituições a tese de que mais importante do que definir quem é jornalista é definir o que são os atos de jornalismo, e protegê-los.

“At the core of my research was the idea that everyday Americans are central to the future of journalism as news consumers, distributors and increasingly as creators. As such, we need a framework for press freedom that protects longstanding journalism institutions alongside these new participants.”¹²

Noutras palavras, o texto de Stearns pressupõe uma convivência pacífica entre jornalistas e não jornalistas no mundo digital. Ele aborda a questão sob a ótica da revolução digital e traz novos elementos para o debate sobre a supremacia do ato jornalístico sobre o jornalista, abrindo a possibilidade de qualquer cidadão poder executar atos jornalísticos, desde

¹¹ Trecho do artigo *“Why Defining a Journalist Is Messy, But Crucial”*, de Peters & Tandoc, publicado na versão online do *New York University Journal of Legislation and Public Policy*. Consultado em 02/02/2021. <https://www.nyujlpp.org/wp-content/uploads/2013/03/Peters-Tandoc-Quorum-2013.pdf>

¹² Trecho do artigo *“Let’s stop defining who is a journalist, and protect all acts of journalism”*, de Stearns (2013), publicado no site *Media Shift*. Consultado em 09/01/2020. <http://mediashift.org/2013/10/lets-stop-defining-who-i-a-journalist-and-protect-all-acts-of-journalism/>

que se cumpram os preceitos básicos do jornalismo. Mas mesmo estes princípios estão sendo questionados num cenário de mudança como o que vivemos. O código de ética respeitado consensualmente por empresas de comunicação e redações, segundo Stearns (2013), deve se adaptar aos novos tempos. *“In a shifting media landscape those who seek press freedom protections should be judged according to an evolving set of standards and practices.”* Pensam da mesma forma Kelly McBride e Tom Rosenstiel, editores do livro *“The New Ethics of Journalism: Principles for the 21st Century”*. Na introdução da publicação que reúne textos de vários estudiosos sobre o tema, eles escreveram:

“The digital age has transformed how journalism is created and delivered. Certainly, we must change the ethical decision-making that supports that. Just as certainly, however, some guiding stars remain. Journalists, for instance, cannot give up dedication to truth and accuracy on behalf of the public, but they must find new ways to fulfill that commitment.” (McBride & Rosenstiel, 2013, p.16)

McBride & Rosenstiel, como Stearns, sobrepõem o ato jornalístico ao jornalista. Na prática, a exigência de uma qualificação profissional para o exercício da atividade, embora ainda válida para a grande maioria das grandes empresas brasileiras na área de comunicação, está virando coisa do passado. Em 1943, o então presidente Getúlio Vargas assinou o Decreto-Lei 5.480, que instituía o curso de jornalismo o sistema de ensino superior no Brasil. A lei não pegou. A prova disso é que em 1969 a junta militar que governava o País baixou um novo Decreto-lei determinando que “o exercício da profissão de jornalista requer registro no órgão regional competente do Ministério do Trabalho e Previdência Social”¹³. Esse registro exigia, entre outros documentos, “o diploma de curso superior de jornalismo, oficial ou reconhecido, registrado no Ministério da Educação e Cultura ou em instituição por este credenciada”. A nova lei, no entanto, abria uma brecha para o reconhecimento, como “jornalista provisionado”, dos que já exerciam a profissão até 90 dias após a publicação do decreto-lei.

Apesar da grande e sistemática pressão da grande mídia contra a obrigatoriedade do diploma, o decreto-lei prevaleceu sobre liminares e vigorou, com alguns desvios e pouca fiscalização, por quatro décadas, favorecendo o surgimento de muitas escolas de jornalismo. Até que em 2009 o jornalismo profissional sofreu um duro golpe: por oito votos a um, o Supremo Tribunal Federal (STF) atendeu a um recurso protocolado pelo Sindicato das

¹³ Segundo Decreto-Lei 972/69, de 17/10/69

Empresas de Rádio e Televisão no Estado de São Paulo e pelo Ministério Público Federal (MPF) e derrubou a exigência do diploma para o exercício da profissão. A principal argumentação foi a garantia da liberdade de expressão, como demonstram os pontos 5 e 6 do acórdão que expressou a decisão do STF.

“O jornalismo é uma profissão diferenciada por sua estreita vinculação ao pleno exercício das liberdades de expressão e de informação. O jornalismo é a própria manifestação e difusão do pensamento e da informação de forma contínua, profissional e remunerada. Os jornalistas são aquelas pessoas que se dedicam profissionalmente ao exercício pleno da liberdade de expressão. O jornalismo e a liberdade de expressão, portanto, são atividades que estão imbricadas por sua própria natureza e não podem ser pensadas e tratadas de forma separada”.

“A exigência de diploma de curso superior para a prática do jornalismo – o qual, em sua essência, é o desenvolvimento profissional das liberdades de expressão e de informação – não está autorizada pela ordem constitucional, pois constitui uma restrição, um impedimento, uma verdadeira supressão do pleno, incondicionado e efetivo exercício da liberdade jornalística, expressamente proibido pelo art. 220, § 1º, da Constituição”.¹⁴

A decisão do STF provocou uma forte reação da Federação Nacional de Jornalistas (FENAJ) e outras entidades da área. Ainda em 2009, a FENAJ encaminhou duas Propostas de Emenda Constitucional (PECs), uma ao Senado e outra à Câmara de Deputados, pedindo o reconhecimento de que a regulamentação não fere a liberdade de expressão. Fiel a um Código de Ética (referendado em 2007) que inclui entre os deveres do jornalista “valorizar, honrar e dignificar a profissão”, o então presidente da entidade, Sérgio Murillo de Andrade, publicou artigo em que contesta veementemente a decisão do STF.

“O voto do STF humilha a memória de gerações de jornalistas profissionais e, irresponsavelmente, revoga uma conquista social de mais de 40 anos. Em sua lamentável manifestação, Gilmar Mendes defende transferir exclusivamente aos patrões a condição de definir critérios de acesso à profissão. Desrespeitosamente, joga

¹⁴ Transcrição dos pontos 5 e 6 do Recurso Extraordinário-RE-511961-SP publicado no site *STF JusBrasil*. Consultado em 25/06/2021. <https://stf.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/14712665/recurso-extraordinario-re-511961-sp>

por terra a tradição ocidental que consolidou a formação de profissionais que prestam relevantes serviços sociais por meio de um curso superior.”¹⁵

Para Andrade, a argumentação do STF sobre a garantia da liberdade de expressão não se justifica, pois na imprensa “qualquer pessoa pode expor seu conhecimento sobre a área em que é especializada”.

“Por isso, existem tantos artigos, na mídia, assinados por médicos, advogados, engenheiros, sociólogos, historiadores e, inclusive, os políticos. E há tanto debate sobre os problemas de tais áreas. A própria regulamentação profissional prevê a função de colaborador. Além disso, nos longínquos recantos do país existe a figura do provisionado, até que surjam escolas próximas. Deve-se destacar, no entanto, que o número de escolas cobre, hoje, quase todo o território nacional.”¹⁶

De 2009 para cá, a situação não se alterou. A PEC apresentada pela FENAJ foi aprovada no Senado e aguarda votação na Câmara dos Deputados. Mas desde 2016 a FENAJ suspendeu as articulações para a colocação da PEC em pauta, segundo a atual presidente da entidade, Maria José Braga, “em razão da correlação de forças desfavorável dentro da Câmara. Esperamos que essa correlação de forças volte a ser favorável aos trabalhadores em geral e aos jornalistas, em particular, para voltarmos a fazer pressão junto aos parlamentares para a aprovação da PEC”. Enquanto isso, faculdades continuam despejando jornalistas no mercado, entidades autorizadas continuam emitindo carteiras profissionais¹⁷, e empresas continuam contratando (e demitindo) profissionais - com ou sem diploma. Uma pesquisa realizada em 2012 com 2.731 jornalistas brasileiros em todos os estados da federação e também no exterior mostrou que 89% dos entrevistados tinham formação superior em

¹⁵ Trecho do artigo “Fenaj pró-diploma: o Supremo errou e o Congresso tem o dever de consertar”. de Andrade (2009), publicado no site *Vermelho*. <https://vermelho.org.br/2009/10/27/fenaj-pro-diploma-o-supremo-errou-e-o-congresso-tem-de-consertar/>

¹⁶ *idem*

¹⁷ A Fenaj (federação Nacional de Jornalistas) e sindicatos da classe em todos os estados brasileiros emitem carteiras de jornalistas profissionais desde que comprovada a formação em curso superior.

jornalismo¹⁸. Hoje, com o crescimento desenfreado de sites, blogs e portais e outras plataformas de redes sociais que produzem conteúdo acredita-se que o percentual de jornalistas em atividade sem ensino superior, amparados pelo Decreto-Lei de 2009, seja bem maior, mas não há dados disponíveis. Mas serão mesmo dispensáveis tantas horas de ensino teórico e prático oferecidas pelas escolas de jornalismo? Estão mesmo preparados para produzir conteúdo cidadãos que não foram treinados a respeitar os princípios básicos que regem o jornalismo? Enquanto algumas empresas, sindicatos e associações de jornalistas tentam defender a necessidade do diploma e direitos e privilégios da classe (como salários-base, qualificação para credenciamento de imprensa, prioridade em entrevistas coletivas ou individuais etc), dois estudos apontam respostas positivas para as duas questões, mas com ressalvas.

Mathew Ingram, que escreve sobre mídia digital para o *Columbia Journalism Review*, diz que jornalismo é um processo e cita Stearns (2013): “Aprender a trabalhar dentro deste processo, para adicionar habilidades jornalísticas (independentemente de como as definimos) aos fluxos de informação que fluem sobre nós, é mais crucial do que nunca, independentemente de como chamamos as pessoas que fazem isto”¹⁹. Dan Gillmor, professor da Walter Cronkite School of Journalism & Mass Communication, vai além em seu livro “*Mediactive*”. Depois de listar cinco princípios básicos para a credibilidade do jornalismo – meticulosidade, exatidão, justiça, independência e transparência -, e lembrar que “boa parte dos jornalistas profissionais já os esqueceu ou abandonou”, ele completa: “*These are universal principles, not just for people who call themselves journalists but for anyone who wants to be trusted for what they say or write.*” (Gillmor, 2010, p.63)

Pode se qualificar como ato jornalístico, por exemplo, a transmissão ao vivo da operação que resultou na morte do líder terrorista Osama Bin Laden, feita via Twitter pelo blogueiro paquistanês Sohaib Athar? Sim, desde que as imagens sejam avaliadas e

¹⁸ Segundo dados do ensaio “Quem é o jornalista brasileiro - perfil da profissão no País”, de Bergamo, Mick & Lima, (2012), publicado no portal da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ). Consultado em 20/01/2021. <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2016/01/pesquisa-perfil-jornalista-brasileiro.pdf>

¹⁹ Trecho do artigo “*Let’s stop defining who is a journalist, and protect all acts of journalism*”, de Stearns (2013), publicado no site Media Shift. Consultado em 09/01/2020. <http://mediashift.org/2013/10/lets-stop-defining-who-i-a-journalist-and-protect-all-acts-of-journalism/>

divulgadas como verdadeiras por um órgão de grande mídia com credibilidade. E foi o que aconteceu. Morador do bairro onde Bin Laden se escondia, Athar se tornou uma celebridade da internet e viu seu número de seguidores na plataforma saltar para mais de 15 mil pessoas.²⁰ Atos jornalísticos são também praticados de forma coletiva, quando um grupo une forças para construir, de forma independente, um canal de comunicação com a sua comunidade. É o que veremos no capítulo seguinte.

²⁰ Informações extraídas da reportagem “Blogueiro paquistanês narra ataque a Bin Laden no Twitter”, não assinada, publicada no site do *Correio Braziliense*. Consultado em 04/02/21.
www.correio braziliense.com.br/app/noticia/mundo/2011/05/02/interna_mundo,250508/blogueiro-paquistanes-narra-ataque-a-bin-laden-no-twitter.shtml

5 JORNALISMO-CIDADÃO

Quem poderia imaginar, há 20 anos, o nível de potência que as redes de comunicação digital alcançariam nas duas primeiras décadas do século XXI? Com elas, o monopólio das grandes empresas de comunicação como produtoras e disseminadoras de notícias foi quebrado.

“A profusão de canais digitais em mão dupla, potencializados pelas arenas permanentes de troca e interação que são as redes sociais, deu a qualquer indivíduo a possibilidade de editar publicar e ter voz. Há muito mais informação disponível, isso é inegavelmente bom.” (Gandour, 2020, p.16)

É um caminho sem volta. Um dos reflexos da da revolução digital foi o surgimento, a partir da década de 1990, dos blogs pessoais, sites onde cidadãos comuns postam comentários, republicam reportagens e estabelecem uma relação contínua com seus seguidores. Com a explosão das redes sociais, ficou evidente que não apenas os jornalistas poderiam produzir e difundir conteúdo informativo. Surgiu daí o conceito de jornalismo-cidadão. Além da democratização da informação, a revolução digital trouxe a multiplicação da sensação de presença (o citado conceito “*being there*”, como ocorre por exemplo nos relatos e imagens postados por cidadãos que vivem em países em conflito), uma maior interação emissor-receptor e uma maior visibilidade para comunidades de baixa renda

No Brasil, dois exemplos em que os conceitos de mídia alternativa e jornalismo-cidadão se confundem reforçam o cenário que surgiu a reboque da revolução digital. Em São Paulo, a *Agência Mural de Jornalismo das Periferias* foi lançada em 2010 com a missão de “minimizar as lacunas de informação e contribuir para a desconstrução de estereótipos sobre as periferias da Grande São Paulo”.²¹ De fato, a periferia paulistana só vira notícia quando ocorrem atos violentos ou quando ilustram estatísticas de pobreza. A *Agência Mural*, cujo conteúdo é produzido pelos próprios moradores, assume assim um papel social de extrema importância, pela prestação de serviços e por “contar as histórias que ninguém conta”, como anuncia em sua apresentação no portal. No Rio de Janeiro, o portal *Voz das Comunidades* é um potente canal de comunicação das favelas. Surgiu em 2005 por iniciativa de um menino de 11 anos que teve a ideia de fazer um jornal para mostrar o que acontecia na comunidade em que vivia, o Morro do Adeus. A coisa ganhou corpo e hoje reúne dezenas de

²¹ Informações colhidas no portal da Agência Mural. Consultado em 04/02/2021.
www.agenciamural.org.br/sobre-nos

colaboradores que produzem conteúdo para o site e também para outras plataformas (*Instagram, Twitter, Facebook e You Tube*).²² O sucesso de portais como *Voz das Comunidades* e *Agência Mural* traduz o empoderamento dos novos distribuidores de conteúdo e é a comprovação de que a mídia tradicional, embora continue sendo mediadora importante dos fatos, perdeu o poder que tinha de decidir o que o público vai ler ou ouvir.

“Isso empoderou as pessoas – há histórias incríveis de jovens adolescentes no Brasil que usam as redes para contar histórias das comunidades e também para expor a criminalidade e o abuso das polícias. Contudo, sem ‘aquela coisa do meio’ - que era o papel da mídia profissional -, muitas das atividades tóxicas que acontecem no mundo digital viralizam sem intermediação capaz de verificar sua autenticidade.” (Singer, 2019, p.100)

Há diferentes definições para o termo jornalismo-cidadão, mas todas têm como base a premissa de que qualquer cidadão, jornalista ou não, pode produzir e transmitir informação. Há também variações na sua nomenclatura. “Algumas das expressões usadas são: *networked journalism, participatory journalism, open source journalism, we media, grassroots journalism e participatory media*.”²³ Para não me estender demais no detalhamento de teorias que dão suporte às variadas definições de jornalismo-cidadão, optei pela oferecida por Shayne Bowman e Chris Willis no ensaio “*We Media: How Audience are Shaping the Future of News and Information*”, por apresentar uma visão mais ampla que reforça a produção de conteúdo por qualquer cidadão como um direito democrático:

*“The act of a citizen, or group of citizens, playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing and disseminating news and information. The intent of this participation is to provide independent, reliable, accurate, wide-ranging and relevant information that a democracy requires.”*²⁴

²² Informações colhidas no portal *Voz das Comunidades*. Consultado em 04/02/2021. <https://www.vozdascomunidades.com.br/>

²³ Citação da dissertação de Mestrado de Ciências de Comunicação “*Jornalismo do cidadão – quem és tu*”, apresentada por Correa (2008) na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-frederico-jornalismo-do-cidadao.pdf>

²⁴ Trecho transcrito de “*We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information*”, de Bowman & Willis, publicado pelo *The Media Center at American Press Institute*, p.9 http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf

A questão que mais uma vez se impõe é: um cidadão sem a qualificação formal numa escola de jornalismo estaria habilitado a coletar, avaliar e disseminar informações precisas, confiáveis e relevantes? A resposta, como se constata pela multiplicação de sites que supostamente têm a missão de informar, mas só desinformam, é não. Ainda são raros os bons exemplos do jornalismo-cidadão. A *Agência Mural* - que apresenta em seu portal os perfis de todos seus colaboradores, em sua grande maioria formados em jornalismo ou estudantes da área - e da *Voz das Comunidades*, que também conta com jornalistas e formandos em sua equipe, são o lado positivo da democratização da informação. Dão voz a comunidades marginalizadas, denunciando violência policial, e fazem uma prestação de serviços que preenche, na medida do possível, a lacuna deixada pela falta de ação do Estado. Outro aspecto que qualifica os dois portais citados como produtores confiáveis de conteúdo é o fato de as reportagens serem sempre assinadas, o que quase nunca ocorre nos sites e blogs que disseminam desinformação. Assinando um texto, o jornalista se responsabiliza pelo que escreve, o que confere credibilidade. Como jornalista, quem assina uma reportagem tem também o direito garantido de sigilo profissional e proteção das fontes. Essa garantia tem respaldo legal desde 1967, quando a Lei 5.250, conhecida como Lei de Imprensa, tratou do assunto em seu artigo 7º:

Art. 7º – No exercício da liberdade de manifestação do pensamento e de informação não é permitido o anonimato. Será, no entanto, assegurado e respeitado o sigilo quanto às fontes ou origem de informações recebidas ou recolhidas por jornalistas, rádio-reportéres ou comentaristas. (Decreto-lei 5250, 1967)

Em 1988, quando foi promulgada a nova Constituição da República Federativa do Brasil, a garantia de sigilo da fonte entrou pela primeira vez num texto constitucional. Diz artigo 5º e seu inciso XIV:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:
(...)

XIV - e assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional;

Para o jurista Alexandre de Moraes, em 2017 nomeado pelo presidente Michel Temer ministro do Supremo Tribunal Federal, a garantia de sigilo é fundamental para o exercício da profissão do jornalista, pois “é a partir dessa proteção legal que ele pode garantir a toda a sociedade ampla e total divulgação dos fatos e notícias de interesse público, auxiliando, inclusive, a fiscalização da gestão da coisa pública e pretendendo evitar arbitrariedades do poder público”. (Moraes, 2003, p. 549)

O entendimento de Moraes traz uma questão que se impõe na análise do jornalismo-cidadão: quem se responsabiliza quando os fatos divulgados não correspondem à realidade? Na prática, quem assina a reportagem. E quando a reportagem não é assinada, como ocorre frequentemente no caldeirão cibernético onde fervem misturas informação e desinformação? O mesmo artigo 5º da Constituição de 1988 citada acima traz em seu inciso IV que “é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato”. Como quase não existe fiscalização, esse parece ser o maior obstáculo à credibilidade dos portais, sites e blogs informativos independentes, embora essa não pareça ser uma preocupação para os que buscam nas informações que consomem a confirmação de suas crenças. Outra crítica que se faz aos citados portais, sites e blogs é que funcionam quase sempre municiados pela mídia tradicional, seja por falta de recursos humanos e materiais para uma boa apuração, seja pela comodidade de requestrar (e frequentemente manipular) notícias já publicadas. A jornalista Márion Strecker, diretora de conteúdo do portal de notícias UOL, um dos mais acessados no Brasil, expressou sua opinião sobre isso na segunda edição do programa “Cronicamente Viável”, em abril de 2007:

“Não é o fato de todo mundo ter acesso a ferramentas de publicação, num ambiente internacional como a Internet, que vai transformar todo ser humano em jornalista. Parece-me um pouco desagradável quando portais dão primeira página só para dizer que estão aceitando o conteúdo do público e que são democráticos. Enchem a bochecha para falar esta palavra: democracia. E publicam com quatro dias de atraso

uma notícia velha e pior escrita, que já tinha sido publicada com muito mais precisão dias atrás por um veículo profissional.”²⁵

Um dos principais estudiosos militantes do anti-jornalismo-cidadão, Chris Carroll usa da ironia ao apresentar sua visão de um cenário em que jornalistas e não-jornalistas duelam no mundo digital:

*“...there was a new hero, the Citizen journalist, struggling against a bad guy called the traditional journalist. In fact a very bad guy this old journo: outdated, working for a mainstream media – disgusting, isn’t it? -, linked to corporate interests, limited by the newsroom horizon, not very well connected (nor well educated) and with no knowledge of what can interest average people! Moreover, truth and accuracy were no longer his cup of tea. On the contrary, the citizen journalist had so many qualities: as a newcomer, he was young, fresh, innocent, independent, with a lot of new ideas on journalism and democracy and on top of that a real love of truth”.*²⁶

Carroll conclui sua argumentação com uma afirmação taxativa: o jornalismo-cidadão jamais substituirá o chamado jornalismo tradicional:

*“No doubt something new has appeared in the last two years and that traditional newsrooms will have to deal with these new citizen journalists. But the idea that there is an essence of citizen journalism – as replacing the so-called traditional journalism – is dead”.*²⁷

Passados alguns anos do *boom* causado pelo surgimento descontrolado de veículos informativos no mundo digital, na primeira década deste século, muitos jornalistas-cidadãos

²⁵ Trecho do artigo “Cronicamente Viável: Para Márion Strecker a Internet tem obrigação de dar a informação rapidamente”, não assinado, publicado no portal Universo On Line (UOL). Consultado em 14/02/2021. <http://diversao.uol.com.br/ultnot/2007/04/17/ult4326u128.jht>

²⁶ Citação de Chris Carroll na dissertação de Mestrado de Ciências de Comunicação “*Jornalismo do cidadão – quem és tu*”, apresentado por Correa (2008) na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-frederico-jornalismo-do-cidadao.pdf>

²⁷ Idem

caíram no mundo real, segundo Jan Schaffer, fundador do *J-Lab*, um portal que estimula debates sobre inovações e desafios do jornalismo no atual ecossistema da comunicação digital. Ele explica:

*“There was a realization that journalism is hard work to do, especially to the standard that you’re really being a steward of the community and being accurate, transparent and fair. Most people have jobs and other commitments and don’t have time to be a journalist. It’s not easy.”*²⁸

A consequência natural disso, como explica Fortis (2017) é uma profissionalização dos jornalistas-cidadãos, que passam a receber pelo trabalho, mas não necessariamente recebem uma formação superior. Nesse sentido, vale mais uma vez destacar portais como *Agência Mural* e *Voz das Comunidades* como referências do jornalismo-cidadão ao priorizar em suas redações jornalistas formados ou em formação.

²⁸ Citação de Jan Schaffer no artigo *“The Evolution of Citizen Journalism: How 3 Modern Outlets Are Updating the Model”*, de Fortis (2017), publicado no portal *Media Shift*. Consultado em 02/2021.
<http://mediashift.org/2017/05/evolution-citizen-journalism-look-modern-outlets-using-model/>

6 SERÁ O FIM DAS REDAÇÕES PROFISSIONAIS?

Se há um lado positivo na democratização da informação, como exemplificado acima, há também um lado negativo e perverso, que passa pela produção deliberada de notícias falsas com interesses específicos. Como o bem e o mal convivem desde os primeiros passos do homem na terra, não há opção que não seja olhar de frente para a atual realidade midiática, muito bem traduzida neste pensamento de Dan Gillmor, autor de “*We, the Media*”.

*“News was being produced by regular people who had something to say and show, and not solely by the “oficial” news organization that had traditionally decided how the first draft of history would look. This time, the first draft of history was being written, in part, by the former audience. It was possible – it was inevitable – because of news publishing tools available on the Internet.”*²⁹

De fato, as ferramentas tecnológicas permitem, no Brasil, que qualquer pessoa possa criar na internet um portal, site ou blog supostamente informativo, já que não existe uma lei, uma regra que exija o cadastramento de veículos digitais, ou mesmo um código de conduta que determine a presença de pelo menos um jornalista profissional à frente do veículo. Que papel estaria então reservado às redações tradicionais, “espaços de trabalho em que profissionais recrutados, preparados e remunerados para isso se encontram para vasculhar, selecionar e publicar notícias, análises e comentários?”, questiona Gandour (2020, p.16). O sociólogo francês Dominique Wolton, autor de livros que tratam sobre novas mídias, redes sociais e fake news, não tem dúvidas de que a tecnologia acelerou a transmissão da informação, mas defende a tese que a nossa capacidade de comunicação piorou muito. Para ele, a pandemia do coronavírus que mobilizou todo o mundo reforçou a importância do jornalismo profissional.

“O jornalismo tradicional não é perfeito, mas pelo menos com ele há regras claras. Sem essas regras, temos a tirania do dinheiro e o fim da liberdade de imprensa. Sempre defendi a ideia de que rádio, televisão e jornal são bens sociais. Em um

²⁹ Citação de Dan Gillmor na dissertação de Mestrado de Ciências de Comunicação “*Jornalismo do cidadão – quem és tu*”, apresentado por Correa (2008) na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. Consultado em 02/2021. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-frederico-jornalismo-do-cidadao.pdf>

momento de crise, ficamos felizes em saber que todos dividem as mesmas referências. É uma relação de confiança.”³⁰

Diante da contraposição de ideias entre os que defendem a supremacia do jornalismo profissional e os que acreditam que qualquer cidadão está habilitado a produzir e distribuir conteúdo (desde que respeitem algumas premissas, ressalve-se), como devem agir os receptores do grande volume de informação que circula no mundo digital? Não há, claro, uma receita única. Mas um primeiro passo para uma relação mais saudável com a internet pode ser o entendimento dos mecanismos que fazem funcionar a engrenagem de produção de conteúdos na grande rede. O economista e filósofo Joel Pinheiro, colunista da *Folha de S.Paulo* e da revista *Exame*, tem uma visão cética sobre o cenário atual de enxurrada de informação:

“Em vez de corrigir nossa visão de mundo com cada vez mais velocidade, a abundância permite que escolhamos os pedaços de informação mais adequados para confirmar e sedimentar nossa visão do mundo, seja ela qual for. É por isso que, ao mesmo tempo que temos acesso ao conhecimento científico com uma facilidade inédita na história, aumenta o número de pessoas que não acreditam em vacinas ou na esfericidade da terra.” (Pinheiro, 2019, p. 92)

Para o cientista político norte-americano Peter Warren Singer, autor de “*Likewar*”, eleito livro do ano de 2019 pela Amazon, o cenário é assustador. Ele alerta para os riscos representados por campanhas de manipulação que influenciam “desde os nossos pensamentos até as nossas ações”. “As pessoas estão sendo hackeadas, com a viralização das ideias por meio de mentiras, curtidas e compartilhamentos.” (Singer, 2019, p.97). Para Singer, a internet, além de um enorme ambiente de comunicação, se tornou também um ambiente de negócios e um campo de batalha política. “E essas batalhas têm efeitos no mundo real”. (Singer, 2019, p.99). Para o sociólogo, a batalha contra a desinformação não está perdida: “É preciso entender as regras do jogo - e não ficar em estado de negação. Entender como funciona um viral não significa que você tenha que ser um teórico da conspiração ou um terrível mentiroso. O melhor contra-ataque é dominar as ferramentas e fazer a verdade viralizar”. (Singer, 2019, p.106)

³⁰ Trecho do depoimento de Dominique Wolton na reportagem “Pandemia reforçou jornalismo e provou que comunicação humana é superior à tecnológica, afirma sociólogo”, de Torres (2020), publicada na versão eletrônica de O Globo. Consultada em 22/02/2021. <https://oglobo.globo.com/cultura/pandemia-reforçou-jornalismo-provrou-que-comunicacao-humana-superior-tecnologica-afirma-sociologo-24552498>

“Verdade” aqui pode ter um sentido abstrato, pois mesmo os que disseminam notícias falsas, ou pelo menos muitos deles, acreditam serem verdadeiras. A que “verdade” então se refere exatamente Peter Warren Singer, se os dois lados, ou até mais, se acham dono dela? Pela argumentação que desenvolve em *“Likewar”*, ele fala da verdade sustentada pelas premissas que regem o bom jornalismo. Mas há uma outra verdade que vive um grande momento no mundo virtual – a mentira que se tornou verdade depois de ser tantas vezes repetida. No combate contra esta verdade que não é verdade, a rede de notícias CNN lançou um interessante anúncio institucional. Sobre a imagem de uma maçã, ele trazia o seguinte texto:

“Isto é uma maçã.

Algumas pessoas poderão tentar dizer-lhe que isto é uma banana.

Poderão mesmo gritar “Banana! Banana! Banana!” vezes sem conta.

Poderão até escrever BANANA em maiúsculas.

E você poderia inclusive começar a acreditar que isto é uma banana.

Mas não é.

Isto é uma maçã.”

(Anúncio da CNN, como citado em Kakutani, 2018, p. 19)

7 UM OLHAR FILOSÓFICO SOBRE A VERDADE

Num momento em que no mundo digital, usando metaforicamente a mensagem do citado anúncio da CNN, tantas maçãs têm sido vistas como bananas, cabe um recorte filosófico sobre a verdade. Antes de mergulhar mais profundamente na gênese e análise das *fake news*, acredito ser pertinente retornar a tempos a.C, mais precisamente ao período clássico da Grécia Antiga, mantendo o foco sobre a gênese da expressão que é tida como oposto de mentira, mas com uma abordagem particular. Partindo do pressuposto de que a filosofia busca o entendimento sobre o que é a verdade, pretendo neste capítulo da dissertação construir uma ponte que liga as ideias do filósofo Michel Foucault – e suas reflexões sobre a noção de verdade – a um cenário que mostra um recorte de momentos políticos nos Estados Unidos e Brasil em que a desinformação e seus impactos, um fenômeno que marca o início do século XXI, atropelam a ética numa busca desesperada por poder, refletindo um processo de erosão da democracia.

“Meu papel – mas este é um termo muito pomposo - é mostrar às pessoas que elas são muito mais livres do que pensam, que elas tomam por verdadeiro, por evidentes, certos temas fabricados em um momento particular da história, e que essa pretensa evidência pode ser criticada e destruída.” (Foucault, 2004, p.295)

A partir da frase de Foucault, proponho relacionar seus conceitos sobre a verdade às estratégias de disseminação de mentiras que marcaram as últimas campanhas presidenciais no Brasil e Estados Unidos. Importante deixar claro logo de início que o significado de verdade em filosofia – do qual não se afasta Foucault - não é o mesmo da versão mais corrente da expressão, como contrário de mentira. A verdade filosófica, a ser abordada com maior detalhamento mais adiante, passa pela espiritualidade, por um processo de subjetivação e transformação. Ela é estabelecida a partir de um sistema de valores que reflete o universo ético e moral de uma sociedade num determinado momento. E será esse o gancho que utilizarei para falar do desvio moral e ético representado pela criação e distribuição maciça de notícias falsas nesses tempos digitais e globalizantes.

Vale destacar também que a relação entre subjetividade e verdade é recorrente no trabalho do Foucault, mas que aqui me proponho a fazer apenas um recorte no vasto conteúdo teórico produzido pelo filósofo. Não falarei das relações do sujeito com o que ele chama de jogos da verdade a partir das práticas coercitivas, como na internação psiquiátrica e no

sistema penitenciário. Uso os exemplos da internação psiquiátrica e do sistema penitenciário apenas para reforçar a tese de que, para Foucault, verdade e liberdade não geram apenas uma rima fácil. Elas devem estar sempre juntas. Nos dois casos citados, a verdade foi institucionalizada. Quando isso acontece, segundo Foucault, ela será sempre manipulada, dando origem a formas de comportamento que acabam sendo aceitas como um padrão - mas que podem ser contestadas, como ele reforça na citação da página 37.

Antes de avançarmos para uma análise das relações entre verdade, ética, poder e política que darão suporte a um olhar crítico sobre as *fake news*, é preciso lembrar as definições de Michel Foucault para filosofia e entender por que para ele é tão importante investigar a origem do conceito de verdade. Em “A Hermenêutica do Sujeito”, livro que reproduz o curso dado no College de France entre 1981 e 1982, Foucault emenda duas definições que se complementam. A saber:

“Chamemos de ‘filosofia’, se quisermos, esta forma de pensamento que se interroga, não certamente sobre o que é verdadeiro e sobre o que é falso, mas sobre o que faz com que haja e possa haver verdadeiro e falso, sobre o que nos torna possível ou não separar o verdadeiro do falso. Chamemos ‘filosofia’ a forma de pensamento que se interroga sobre o que permite ao sujeito ter acesso à verdade, forma de pensamento que tenta determinar as condições e os limites do acesso do sujeito à verdade.” (Foucault, 2006, p.19)

Nas duas definições, a verdade (ou a busca dela) tem lugar de destaque. Esse conceito está inevitavelmente ligado à história do pensamento humano e isso explica a preocupação de Foucault em investigar a fundo os seus fundamentos. Ele costumava dizer que suas pesquisas partiam sempre de problemas atuais que o incomodavam, e que esses problemas poderiam ser resolvidos, ou pelo menos combatidos, se pudéssemos ir até a sua origem. Por isso costuma se identificar mais como historiador do que como filósofo.

“Foucault deu forma a uma crítica filosófica que recorre sobretudo à pesquisa histórica, para questionar as maneiras pelas quais certas verdades e seus efeitos

práticos vieram a se formar e se estabelecer no presente. Suas reflexões permanecem fundamentais para os movimentos de contestação política e social.”³¹

Outra frase, do também filósofo Gilles Deleuze, resume de outra forma a relação de Foucault com a história: “A história, segundo Foucault, nos cerca e nos delimita; não diz o que somos, mas aquilo de que estamos em vias de diferir; não estabelece nossa identidade, mas a dissipa em proveito do outro que somos”. (Deleuze, 1992, p. 119).

E Foucault tem a sua própria elaboração sobre o método usado em sua arqueologia da verdade. “O que procuro fazer é a história das relações que o pensamento mantém com a verdade; a história do pensamento, uma vez que ela é pensamento sobre a verdade. Todos aqueles que dizem que para mim a verdade não existe são mentes simplistas.” (Foucault, 2004, p. 241)

Numa de suas entrevistas, Foucault afirma: “É da verdade que me ocupo, sou, apesar de tudo, filósofo” (2004, p. 30-31). Não se trata aqui de se ocupar com a verdade com a intenção de investigar se o que é apresentado como verdadeiro tem de fato uma confirmação objetiva, universal, mas sim desvendar os mecanismos que reforçam através do discurso o que na filosofia de Friedrich Nietzsche³² é nomeado como vontade de verdade. Quase um século depois, em “Microfísica do Poder” e “A ordem do discurso”, Foucault aprofunda as relações entre os conceitos de verdade e vontade de verdade. Neste segundo livro, que reproduz a aula inaugural de Foucault no Collège de France, em 1970, segundo Hordecte (2020, p.109-123), “o filósofo interpreta a vontade de verdade enquanto regra do discurso que promove uma forma de exercício do poder dentro da sociedade e impede, por sua vez, a subjetivação do sujeito através do dizer verdadeiro”.

“Certamente, se nos situarmos no nível de uma preposição, no interior de um discurso, a separação entre o verdadeiro e o falso não é nem arbitrária, nem modificável, nem

³¹ Trecho do artigo “*Para compreender Michel Foucault*”, de Lorenzatto (2014), publicado no blog *Outras Palavras*. Consultado em 23/01/2020. <https://outraspalavras.net/sem-categoria/para-compreender-michael-foucault/>

³² O filósofo Friedrich Nietzsche tratou do conceito nas obras “*A Gaia Ciência*” (1882) e “*Para a genealogia da Moral*”. Nelas, ele identificará a vontade da verdade como “forma de compreensão do mundo que rejeita o vir-a-ser e direciona o querer humano para a metafísica, em um ano de negação da vida e o esquecimento de si. A denúncia realizada por Nietzsche pretende oferecer ao humano vias de entendimento que o possibilitem se afastar da vontade de verdade, uma vez que ela prezaria pela massificação do que é individual e particular, de modo a instituir um controle da vontade humana com maior facilidade”. (Hordecte, 2020).

institucional, nem violenta. Mas se nos situamos em outra escala, se levantamos a questão de saber qual foi, qual é constantemente, através dos nossos discursos, essa vontade de verdade que atravessou tantos séculos de história, ou qual é, em sua forma muito geral, o tipo de separação que rege nossa vontade de saber, então é talvez algo com um sistema de exclusão (sistema histórico, institucionalmente constrangedor) que vemos desenhar-se.” (Foucault, 1996, p. 14)

Para Hordecete (2020, p.109-123), “a vontade de verdade se expressa através de uma vontade de exclusão, na medida em que se coloca à margem da sociedade aqueles que não são direcionados pela vontade de verdade instituída como única forma de verdade possível”. A doutora em filosofia contemporânea francesa pela Universidade Federal de São Paulo Carolina de Souza Noto traduz o conceito de vontade de verdade em Foucault com outro foco, chamando atenção para o fato de que as noções de verdadeiro e falso variam de acordo com a época em que o discurso acontece:

“Segundo o autor, como sabemos, um discurso só é aceito em uma época quando segue a racionalidade, o modo de legitimar a separação entre o verdadeiro do falso dessa mesma época. Com outras palavras, um discurso só é aceito se acata o valor legitimado em sua época de certa separação do verdadeiro e o falso; isto é, se diante do verdadeiro e do falso se posiciona de acordo com a vontade de verdade vigente em sua época.”³³

Na entrevista que abre “Microfísica do Poder”, Foucault reforça, com maior detalhamento, sua ideia sobre o funcionamento dos mecanismos que geram a vontade da verdade. Imperativo registrar que todo o conhecimento expresso pelo filósofo não levou em conta a explosão da internet como plataforma para disseminação de discursos e narrativas diversas e sem qualquer controle, o que só aconteceria anos depois:

“A verdade é deste mundo; ela é produzida nele graças a múltiplas coerções e nele produz efeitos regulamentados de poder. Cada sociedade tem seu regime de verdade, sua ‘política geral’ de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias que permitem distinguir os

³³ Trecho do artigo “Vontade e Verdade em Foucault”, de Noto (2010), publicado na *Revista Philosophos*, v. 15, n.2, p 11-28. Consultado em 24/06/2021. <https://revistas.ufg.br/philosophos/article/view/9084>

enunciados verdadeiros dos falsos, a maneira como se sanciona uns e outros; as técnicas e os procedimentos que são valorizados para a obtenção da verdade; o estatuto daqueles que têm o encargo de dizer o que funciona como verdadeiro. Em nossas sociedades, a ‘economia política’ da verdade tem cinco características historicamente importantes: a ‘verdade’ é centrada na forma do discurso científico e nas instituições que o produzem; está submetida a uma constante incitação econômica e política (necessidade de verdade tanto para a produção econômica, quanto para o poder político); é objeto, de várias formas, de uma imensa difusão e de um imenso consumo (circula nos aparelhos de educação ou de informação, cuja extensão no corpo social é relativamente grande, não obstante algumas limitações rigorosas); é produzida e transmitida sob o controle, não exclusivo, mas dominante, de alguns grandes aparelhos políticos ou econômicos (universidade, exército, escritura, meios de comunicação); enfim, é objeto de debate político e de confronto social (as lutas ‘ideológicas’).” (Foucault, 1984, p. 12)

É aqui que as ideias de Foucault preparam o terreno para uma análise mais objetiva sobre as *fake news*, como se verá mais adiante. Elas são apresentadas nesta dissertação como uma estratégia clara de dominação, na medida em que tem como objetivo principal impor uma conduta ou um modo de pensar. Esse recorte filosófico e político das relações entre poder e verdade traz boas ferramentas para uma reflexão sobre o atual momento global em que vivemos, de emergência de governos (de direita e de esquerda) que chegam e se mantêm no poder usando artifícios pouco éticos para estabelecer uma narrativa dominante e incontestável. Foucault acredita que a missão de intelectuais como ele é exatamente criar nos cidadãos o hábito da constante interrogação diante das evidências e postulados.

“O trabalho de um intelectual não é moldar a vontade política dos outros; é, através das análises que faz nos campos que são os seus, o de interrogar novamente as evidências e os postulados, sacudir os hábitos, as maneiras de fazer e de pensar, dissipar as familiaridades aceitas, retomar a avaliação das regras e das instituições e, a partir dessa nova problematização (na qual ele desempenha seu trabalho específico de intelectual), participar da formação de uma vontade política (na qual ele tem seu papel de cidadão a desempenhar).” (Foucault, 2004, p. 249)

Já em 1971, bem antes portanto da era digital em que estamos mergulhados, num ensaio intitulado “A mentira na política”, a filósofa americana Hanna Arendt alertava para a vulnerabilidade da narrativa de fatos em nossa vida cotidiana.

“Ela corre constantemente o perigo de ser perfurada por mentiras comuns ou de ser despedaçada pela mentira organizada de grupos, nações ou classes, ou de ser negada e distorcida, muitas vezes cuidadosamente coberta por uma camada de falsidades, ou de ser simplesmente deixada cair no esquecimento.” (Arendt, 1972, p.6, como citada em Kakutani, 2018, p.12)

Alguns anos depois desta fala de Arendt, numa entrevista ao Magazine Littéraire em 1984 (“O cuidado com a verdade”), Foucault expressava uma de suas opiniões sobre a relação entre política e verdade. Talvez a que melhor se encaixe nos casos americano e brasileiro que são abordados nesta dissertação, a partir do pressuposto de que eles tinham pleno conhecimento e domínio sobre as estratégias de comunicação que impulsionaram suas candidaturas.

“Nada é mais inconsistente do que um regime político indiferente à verdade; mas nada é mais perigoso do que um sistema político que pretende prescrever a verdade. A função do 'dizer verdadeiro' não deve tomar forma de lei, como seria igualmente vão acreditar que ele consiste de pleno direito nos jogos espontâneos da comunicação. A tarefa do dizer verdadeiro é um trabalho interminável: respeitá-la em toda sua complexidade é uma obrigação que nenhum poder pode economizar. Exceto para impor o silêncio da escravidão.” (Foucault, 2004, p.251)

8 AS FAKE NEWS

Para Foucault, como visto no capítulo anterior, sistemas políticos (e seus jogos de poder que usam instituições e processos para impor suas verdades) eram os grandes disseminadores de desinformação. Segundo ele, a fabricação de crenças inquestionáveis passava também pela mídia tradicional, muitas vezes alinhada ao pensamento dominante de sistemas políticos. Mas a revolução tecnológica mudou esse quadro. Hoje, é a descontrolada troca de informação digital, muitas vezes impulsionada por interesses políticos, que contamina narrativas e ameaça a democracia. Se não existe um mundo ideal, em que todos teriam acesso à verdade e só falariam a verdade, não existe também um jornalismo perfeito, em que haja total transparência, como defenderam anteriormente nesta dissertação alguns estudiosos do tema. Mas há um consenso sobre o papel dos meios de comunicação como os pilares que sustentam a democracia, baseada em relações de poder com um mínimo de dominação que respeitem um código de ética. Há veículos que praticam o bom jornalismo e buscam a verdade factual, ainda que eventualmente influenciados por linhas editoriais à esquerda ou à direita ou movidos por interesses comerciais; e há os veículos que acintosamente atropelam a ética, disseminando a mentira – hoje com status de pós-verdade. Mas quais interesses e mecanismos estão por trás da enxurrada de falsidades que atingem milhões de pessoas, minam a credibilidade da mídia profissional e ameaçam a democracia ao decidir eleições? Acredito que a análise sobre a disseminação da desinformação, e para um melhor desenvolvimento, deve ser precedida pela busca de uma definição para a expressão que consiga listar suas principais características. Joel Pinheiro entende resumidamente *fake news* como “a mentira intencional a serviço de alguma causa escusa” (Pinheiro, 2019, p.88), mas vai um pouco além:

“As *fake news* em sentido estrito – a afirmação de um fato que simplesmente não ocorreu – são o caso extremo de um tipo de comunicação mais amplo e cada vez mais comum, que envolve todo tipo de distorção e enviesamento de conteúdo de modo a torná-lo mais polarizador, isto é, formulado de modo a despertar a indignação ou a confirmação dos preconceitos do público-alvo.” (Pinheiro, 2019, p.88)

O jornalista, escritor e professor de jornalismo Eugenio Bucci é mais detalhista em sua definição. Ele lista sete características das *fake news* e comenta algumas delas:

“1 – São uma falsificação de relato jornalístico ou de enunciado opinativo nos moldes dos artigos publicados em jornal. Portanto, as *fake news* são uma modalidade de mentira necessariamente pós-imprensa.

2 – Provêm de fontes desconhecidas – sua origem é remota e inacessível.

3 – Sua autoria é quase sempre forjada. Quando se valem de excertos de textos reais, descontextualizam os argumentos para produzir entendimentos falsos.

4 – Têm – sempre – o propósito de lesar os direitos do público, levando-o a adotar decisões contrárias àquelas que tomaria se conhecesse a verdade dos fatos. As *fake news* tapeiam o leitor em diversas áreas: na política, na saúde pública, no mercado de consumo, na ciência (umas asseguram que a terra é plana)

5 – Dependem da existência das tecnologias digitais da internet – com *big data*, algoritmos dirigindo o fluxo de conteúdos nas redes sociais e o emprego de inteligência artificial.

6 – Agem num volume, numa escala e numa velocidade sem precedentes na história.

7 – Por fim, as notícias fraudulentas dão lucros (além de político, lucro econômico). Elas se converteram num negócio fraudulento.” (Bucci, 2019, p. 41-42)

O conjunto de características alinhadas por Bucci está no escopo dos estudos de Sophia Ignatidou, pesquisadora de teoria da mídia, inteligência artificial, tecnologias e campanhas políticas na *Chatham House*, uma instituição secular que se apresenta como “um instituto político independente e um fórum confiável para debate e diálogo”³⁴ num mundo em mudança. Também jornalista do *The Guardian*, Ignatidou alerta para a velocidade com que as *fake news*, que prefere tratar como desinformação, vêm se tornando uma arma eficaz e ameaçadora contra a democracia:

“Disinformation was just the first stage of an evolving trend of using information to subvert democracy, confuse rival states, define the narrative and control public opinion. Using the large, unregulated, open environments that tech companies once promised would “empower” ordinary people, disinformation has spread rapidly across the globe. The power that tech companies offered us has become a priceless tool in propagandists’ hands, who were right in thinking that a confused, rapidly

³⁴ Trecho retirado do portal da *Chatham House*. www.chathamhouse.org/about-us

globalising world is more vulnerable to the malleable beast of disinformation than straightforward propaganda. Whatever we do, however many fact-checking initiatives we undertake, disinformation shows no sign of abating. It just mutates.”³⁵

8.1 O dicionário das fake news

O cenário global de manipulação virtual não se restringe às notícias falsas. Por trás delas, como veremos, há falsos cidadãos, falsos seguidores, falsos *likes*. Há um imenso universo a ser explorado, pela ótica dos conquistadores de cérebros. No Brasil, só no *WhatsApp*, havia segundo dados de 2017, mais de 120 milhões de usuários, número semelhante ao de inscritos no *Facebook*. Para entender melhor o modus operandi e o alcance da estratégia de disseminação de *fake news* é importante entender o significado de quatro expressões cada vez mais frequentes no mundo digital:

Troll - Pessoa real que se esconde numa (ou mais de uma) persona falsa (com nome, profissão, país de residência falsos), agindo por crença pessoal ou interesses financeiros para criar e disseminar conteúdos ofensivos ou provocativos nas redes sociais. Os *trolls* têm também o poder de multiplicar o número de seguidores de uma determinada página ou usuário e o número de likes de uma determinada publicação.

Bots – Programas de computador criados para automatizar procedimentos, reproduzir mensagens e interagir com outros utilizadores, sem a intervenção humana, mas simulando comportamentos reais. Têm o poder de multiplicar infinitamente as mensagens enviadas pelos *trolls*.

Algoritmos - os mecanismos de pesquisa e processamento de dados que a partir do rastreamento detalhado de navegações na internet definem o perfil do utilizador e permitem que sejam direcionadas a ele mensagens que combinem com seus gostos pessoais ou reafirmem as suas opiniões. Os algoritmos dão aos trolls e aos bots o suporte para o

³⁵ Trecho do artigo “The weaponisation of information is mutating at alarming speed”, de Ignatidou (2019), publicado no *The Guardian - Business Telegraph*. Consultado em 22/02/2020. Recuperado em

<https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/aug/19/weaponisation-of-information-mutating-privacy>

endereçamento inteligente das mensagens, que chegam a quem potencialmente as aprovarão e redistribuirão para sua rede de contatos.

Deep fakes – é um termo relativamente recente. Foi criado em 2017 e mistura os conceitos de *deep learning*³⁶ e *fake news*. Fruto da inteligência artificial, as *deep fakes* conseguem trocar, com resultados convincentes, o rosto de pessoas em vídeos e sincronizar movimentos labiais com falas diferentes das originais, o que as torna uma arma extremamente perigosa quando usada com má fé. Celebidades e políticos são vítimas frequentes de *deep fakes*.

8.2 Guerra de narrativas

Movidas a manipulações de narrativas e uma incrível capacidade de disseminação de *fake news*, as estratégias usadas em recentes campanhas políticas nos Estados Unidos e Brasil ajudaram, como mostraram várias reportagens publicadas na mídia tradicional, a eleger Donald Trump e Jair Bolsonaro, dois governantes que representam - por seu passado, ideias, declarações e atos - um claro retrocesso para a democracia. Em livro publicado em 2018, a jornalista americana Michiko Kakutani, ganhadora do prêmio Pulitzer e crítica literária do *New York Times* por 40 anos, identifica logo no título - “A morte da verdade” - o impacto e os efeitos das *fake news*, objeto principal de seu detalhado estudo sobre o que será definido como a sabedoria das multidões e os fatores que resultaram na eleição de Donald Trump.

“Trata-se de examinar de que forma o desprezo pelo factos, a substituição da razão pela emoção e a apropriação da linguagem estão a diminuir o próprio valor da verdade e o que isso significa para a América e para o mundo. ” (Kakutani, 2018, p.12).

A análise de Kakutani não se limita à última eleição presidencial americana³⁷. Permite também uma reflexão sobre a eleição no Brasil, pela coincidência de estratégias na

³⁶ *Deep Learning* é um subcampo do *Machine Learning*, voltado à análise aprofundada de dados em um volume muito mais amplo que o normal. A proposta dessa tecnologia é permitir que sistemas e máquinas sejam capazes de observar padrões e correlações em uma grande quantidade de informações. (Ferreira, 2019)

³⁷ Em “A Morte da Verdade”, Michiko Kakutani faz também uma abordagem histórica sobre estratégias de manipulação de informação e propaganda na Alemanha nazista, Rússia socialista e China, além de analisar o fenômeno das *fake news* no contexto de globalização e de avanço das tecnologias em comunicação.

comunicação das campanhas: o descompromisso com a verdade. Sally Yates, ex-procuradora geral dos Estados Unidos, nomeada pelo presidente Barack Obama, lançou o alerta bem antes das duas eleições:

“Podemos debater políticas e questões, e deveríamos fazê-lo. Mas esses debates devem basear-se em fatos comuns e não em apelos rudes às emoções e aos medos através de retóricas e maquinações polarizadoras. Não só existe uma coisa chamada verdade objetiva, como dizer a verdade é de suma importância. Não podemos controlar se os representantes do nosso governo nos mentem. Mas podemos controlar se os responsabilizamos por essas mentiras ou se, quer num estado de exaustão, quer para proteger os nossos próprios objetivos políticos, desviamos o olhar para o lado e normalizamos a indiferença à verdade.”(Yates, como citada em Kakutani, 2018, p.16)

Nas duas campanhas presidenciais, mais importante do que destacar as qualidades e projetos dos candidatos que acabaram eleitos foi a tática de atacar os adversários pelas redes sociais, com abuso das *fake news* e o uso das poderosas ferramentas citadas. Impulsionadas por *trolls*, *bots* e algoritmos, as *fake news* que circularam nos Estados Unidos nos meses que antecederam a eleição de Trump atingiram, segundo estudos, nada menos que 126 milhões de pessoas apenas no *Facebook*³⁸. Nesse caso específico do *Facebook*, descobriu-se depois que as publicações foram organizadas pela *Internet Research Agency*, uma fábrica de *trolls* sediada em São Petersburgo, na Rússia, que contrata pessoas com o objetivo de influenciar opiniões públicas local ou globalmente. A agência estendia sua atuação difamatória também pelo *Instagram*, *Twitter* e *Whatsapp*, potencializando ainda mais o alcance das publicações.

Três notícias falsas, em especial, tiveram efeito devastador sobre as pretensões de Hillary Clinton, candidata democrata adversária de Donald Trump. A primeira dava conta de que Hillary teria apenas seis meses de vida por ter sido diagnosticada com câncer cerebral; a segunda informava que documentos do *WikiLeaks*³⁹ confirmavam que Hillary teria vendido

³⁸ Segundo reportagem “*Russian influence reached 126 million through Facebook alone*”, de Isaac & Wakabyash (2017), publicada no *New York Times*. Consultado em 05/02/2021. <https://www.nytimes.com/2017/10/30/technology/facebook-google-russia.html>

³⁹ *WikiLeaks* é uma organização transnacional sem fins lucrativos, baseada na Suécia, que disponibiliza postagens de fontes anônimas, documentos, fotos e informações confidenciais, vazadas de governos ou empresas, sobre assuntos sensíveis.

armas ao exército islâmico; e a terceira foi um jamais anunciado apoio do Papa Francisco à candidatura de Trump.

Nos Estados Unidos, como no Brasil, a religião influi muito nas votações, especialmente entre eleitores católicos e, mais ainda, entre os evangélicos, que costumam seguir orientações e indicações de votos dos pastores. Um percentual altíssimo de evangélicos votou em Trump (81% contra 16% para Hillary, segundo dados da *ABC News*) e em Bolsonaro (66% contra 24% de Haddad e e 59% para Bolsonaro contra 26% para Haddad em pesquisas realizadas após o primeiro turno das eleições⁴⁰). Projeção apresentada em estudo de José Eustáquio Diniz Alves, doutor em demografia e professor titular do mestrado e doutorado em População, Território e Estatísticas Públicas da Escola Nacional de Ciências Estatísticas, mostra que 21.525.284 evangélicos votaram em Bolsonaro no segundo turno, contra 10.042.504 da mesma religião que preferiram Haddad. Segundo Alves (2018), essa diferença garantida pelo apoio dos evangélicos foi fundamental para a vitória de Bolsonaro, que superou Haddad nas urnas por 10.756.941 votos. O resultado das eleições é um reflexo da transição religiosa em curso no Brasil.

“Em 1950, os católicos representavam 93,5% da população e os evangélicos apenas 3,4%. Mas nas últimas sete décadas a percentagem de pessoas que se declaram católicas caiu rapidamente e chegou a 64,6% em 2010. No mesmo período os evangélicos (tradicionalistas e evangélicos) cresceram e atingiram 22,2% em 2010.”⁴¹

Outro reflexo da multiplicação de templos e fiéis foi observado no Congresso Nacional. Levantamento do Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (DIAP), a bancada evangélica subiu de 78 para 91 parlamentares na atual legislatura. Segundo Roberto Dutra, sociólogo e professor da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF), “é uma bancada muito renovada, mais nova e com perfil de atuação mais agressiva

⁴⁰ Dados fornecidos pelo IBOPE e Datafolha, os dois institutos de pesquisa mais respeitados no Brasil. Não há registro de pesquisas feitas sobre votação por religião depois do segundo turno

⁴¹ Trecho extraído do estudo “Distribuição espacial da transição religiosa no Brasil”, de Alves et al. (2018), publicado na revista *Tempo Social*, da Universidade de São Paulo (USP). Consultado em 06/02/2021.

<http://www.revistas.usp.br/ts/article/view/112180>

nas redes sociais”.⁴² Pela característica mais conservadora em relação aos costumes e pelo fato de agirem em bloco, seguindo uma linha de pensamento e de valores determinada por seus líderes, os evangélicos são potencialmente mais vulneráveis à manipulação da informação e mais reativos às notícias que atingem os princípios morais aos quais estão fielmente e firmemente atrelados. No Brasil, muitas das *fake news* divulgadas sobre o candidato Fernando Haddad, do Partido dos Trabalhadores, tinham o público mais conservador como alvo, notadamente evangélicos e católicos, que se ocuparam de pulverizar imediatamente as mensagens recebidas, repassando-as aos amigos virtuais como um sinal de alerta contra o que consideravam uma ameaça iminente. Entre as falsas acusações diárias que marcaram a campanha contra o candidato do PT nas redes sociais, o estrago maior foi feito pela exaustiva repetição da notícia que o apontava como o criador de um projeto que previa a distribuição para a rede pública de ensino básico de livros que abordavam a questão da sexualidade, distorcendo o conteúdo da publicação - logo apelidado pela oposição de “*kit gay*”.⁴³

Os bastidores da onda difamatória anti-PT que se espalhou pelas redes sociais no Brasil foi revelado num furo de reportagem do jornal *Folha de São Paulo* em 18/10/2018, dez dias antes da eleição para a presidência da república. Sob a manchete de primeira página “Empresas bancam disparo de mensagens anti-PT nas redes”, a repórter Patrícia Campos Mello detalhou o esquema de apoio de empresários que seriam beneficiados com a eleição de Bolsonaro. As empresas pagaram alto por um serviço chamado de “disparo em massa”, oferecido por agências de estratégia digital, que usavam bases de usuários do candidato e bases próprias, muitas vezes compradas a terceiros. A prática fere duplamente a lei eleitoral brasileira, pois os pagamentos dos empresários às agências teriam que ser informados oficialmente como doação de campanha e a compra de bases de usuários de terceiros é proibida. E haveria ainda a imputação de pena pela prática criminosa de calúnia e difamação, uma vez comprovada a má-fé na divulgação das *fake news*. O comitê de campanha do candidato Jair Bolsonaro se defendeu alegando que a disseminação de *fake news* foi feita por apoiadores voluntários, o que é desmentido pelos fatos. Muitos apoiadores contribuíram na

⁴² Segundo reportagem “Com Bolsonaro, evangélicos passam do veto à proposição da agenda de costumes” de Borges, publicada em *El País - Brasil*, consultada em 06/02/2021.

https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/26/politica/1540566546_877882.htm

⁴³ Reprodução da *fake news* no anexo C como FOTO 1

criação do conteúdo, mas a tarefa de multiplicar o alcance desse conteúdo, com base em algoritmos e apoiada por trolls e bots, era das agências de estratégia digital.⁴⁴

A grande repercussão da reportagem gerou uma nova avalanche de *fake news* e ameaças, tendo como alvo principal Patrícia Campos Mello, que lançou dois anos depois o livro “A máquina do ódio – notas de uma repórter sobre *fake news* e violência digital”. Depois de receber milhares de mensagens ofensivas, Patrícia teve que fechar todas suas contas em redes sociais. “Se você quer a segurança de seu filho, saia do país. Não é uma ameaça, é um aviso” foi uma das mensagens recebidas por ela via Facebook (Mello, 2020, p.13). Paralelamente às ameaças e ofensas recebidas diretamente, trolls e bots se encarregaram de disseminar as *fake news*. Uma delas mostrava a foto de uma mulher loura (sem qualquer semelhança com Patricia) ao lado do Fernando Haddad, o adversário de Bolsonaro, num ato de campanha⁴⁵, com a seguinte legenda:

“Gente, preste atenção, não é *fake news* – isto que está acontecendo é sério e realidade o que esta máfia organizada estão (sic) fazendo para continuar no poder...compartilhe, compartilhe, compartilhe – esta é a jornalista Patrícia Campos Mello, que fez matéria contra Bolsonaro na Folha”. (Mello. 2020, p. 13).

Uma *fake news* que teve grande circulação informava que Patrícia tinha sido condenada pelo STF a pagar uma indenização de R\$ 200 mil reais (equivalente a U\$ 36 mil, em janeiro de 2021) ao presidente Jair Bolsonaro, após o julgamento de que a reportagem publicada na Folha não apresentava provas⁴⁶. Outra *fake news*, ainda mais perversa, anunciava que Patrícia havia sido eleita pela *Folha de S.Paulo* “A Brasileira do Ano”, por ser a “Guardiã da Verdade”. Era uma ironia, inspirada no fato de que na mesma semana a celebrada revista *Time* tinha premiado como “Pessoa do Ano” alguns jornalistas considerados guardiões da verdade, diante do crescimento assustador de *fake news* e manipulações de narrativas. Ignorando a improvável hipótese de um jornal que nunca havia promovido esta eleição antes ter escolhido um de seus colaboradores como “A Brasileira do Ano”, muitos brasileiros alinhados à esquerda repassaram a falsa notícia, oferecendo um prato cheio para os

⁴⁴ Informações retiradas da reportagem “Empresas bancam disparos de mensagens anti-PT nas redes”, de Mello (2018), publicada na versão eletrônica da *Folha de São Paulo*. Consultada em 03/10/2020. <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contr-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>

⁴⁵ Reprodução da *fake news* no anexo C como FOTO 2

⁴⁶ Reprodução da *fake news* no anexo C como FOTO 3

simpatizantes de Bolsonaro. Um deles postou nas redes: “O autocentrismo da imprensa brasileira é tamanho que, na ânsia de bajular uma colega de ideologia, Miriam Leitão acredita numa postagem *fake*, não vendo nada de estranho no título ‘Guardiã da Verdade’ conferido à pretenda agraciada. Mais um vexame!”. (Miriam Leitão é uma conhecida colunista de economia, crítica contumaz do governo Bolsonaro). O presidente do Brasil, que na época já tinha mais de um milhão de seguidores, republicou a postagem, multiplicada muitas vezes pelos seus eleitores. (Mello, 2020, p. 17).

“Mesmo depois que o *WhatsApp* admitiu que durante as eleições de 2018 a plataforma havia servido, de maneira ilegal, a envios em massa, a vontade de enterrar a história prevaleceu no Tribunal Superior Eleitoral. O TSE não ouviu os repórteres, os donos das agências nem o próprio *WhatsApp* no início da investigação.” (Mello, 2020, p. 18)

Num ano de eleições em que o controle sobre notícias falsas na internet era praticamente inexistente, os militantes bolsonaristas venceram a guerra aberta entre esquerda e direita nas redes sociais, pois souberam usar *fake news* como armas eficazes na conquista de eleitores, como ficaria comprovado por investigações da Polícia Federal e pela derrubada de dezenas de contas no *Facebook* que desde 2018 “agiam sistematicamente para enganar o público”⁴⁷ como veremos com maior detalhamento no capítulo seguinte.

É importante registrar que durante a campanha presidencial de 2018 houve também um grande volume de *fake news* contra o candidato Bolsonaro, disparadas e repassadas por apoiadores e alas mais radicais do PT. Várias páginas ligadas ao partido foram derrubadas pelo *Whatsapp*, por disparo de mensagens em massa. Entre as *fake news* mais disseminadas contra o então candidato Jair Bolsonaro, uma botava em suspeita a fachada sofrida durante a campanha. Sob o título “Bolsonaro e a fachada *fake*”, quatro fotos do candidato no momento do ataque e recebendo atendimento médico. Abaixo das fotos, o subtítulo: “100 fotos, mais de 20 vídeos e nenhuma gota de sangue”.⁴⁸ Com diversas variações gráficas e no conteúdo, essa narrativa circulou entre milhões de brasileiros e muitos ainda acreditam que a fachada não passou de uma estratégia para conquistar eleitores. O agressor, Adélio Bispo de Oliveira, foi

⁴⁷ Segundo reportagem “Gabinete no alvo – *Facebook* derruba rede de páginas de assessores da família Bolsonaro”, de Cazes, Saconi & Dal Piva (2020). Publicada em *O Globo* no dia 9 de julho de 2020, p.12.

⁴⁸ Reprodução da *fake news* no anexo C como FOTO 4

preso em flagrante. Justificou o ataque por ter divergências de ideias e pensamentos com o então candidato. Preso desde 2018, Adélio foi diagnosticado como portador de Transtorno Delirante Persistente, mas o pedido de seu advogado para ser transferido para um hospital psiquiátrico foi negado.

Outra *fake news* espalhada por blogueiros e simpatizantes da candidatura de Fernando Haddad mostrava uma foto de Flávio Bolsonaro, filho mais velho do presidente, com uma camiseta azul onde se lia “Movimento nordestinos voltem para casa – o Rio não é lugar pra jegue”. Acima da foto, o texto: “Leiam o que está escrito na camisa do Bozo. Nordestino! Depois vão dizer que é *fake*, tá na camisa do babaca”. Revelou-se depois que a foto era de 2016, durante campanha de Flávio para senador, e que na camisa azul que usava havia apenas um adesivo com o número do candidato⁴⁹. Outro alvo da estratégia de disseminação de *fake news* foi o vice-presidente Hamilton Mourão, general do Exército. Uma publicação no Twitter supostamente assinada por ele informava que o alto comando das Forças Armadas e o Presidente da República estavam reunidos para acertar os detalhes de um novo AI-5⁵⁰, o que nunca aconteceu.

Nesta guerra de narrativas, a grande diferença entre as duas táticas de ataques virtuais, além do volume de *fake news* e da virulência dos que partiam da direita, foi o modelo de impulsionamento e multiplicação de mensagens. Para a jornalista Patrícia Campos Mello, autora de “A máquina do ódio”, houve um erro na estratégia da campanha do PT ao subestimar o poder das redes sociais. Em entrevista a Mariana Barbosa (2019), ela analisa a questão:

“Em setembro de 2018, um colega conversou com um dirigente do PT e perguntou se eles não estavam preocupados com as *fake news*. A resposta foi que estavam preocupados com as ‘*big fake news*’: Estadão, Folha, Globo. Quando se tocaram, já era tarde. Bolsonaro vinha cevando esses grupos havia anos. Uma vez que você tem os grupos montados, com pessoas dispostas a receber esse conteúdo e disseminá-lo, é muito eficiente. A esquerda tinha menos dinheiro para campanha e não percebeu a importância das redes.” (Mello, como citada em Barbosa, 2019, p.116).

⁴⁹ Reprodução da *fake news* no anexo C como FOTO 5

⁵⁰ O Ato Institucional número 5 foi emitido em 13 de dezembro de 1968 pelo então presidente do Brasil, o general Artur Costa e Silva, durante a ditadura militar. Ele deu poder de exceção ao governo para fechar o Congresso Nacional e perseguir arbitrariamente opositores do regime. A reprodução da *fake news* está no anexo C como FOTO 6

Na mesma entrevista, Patrícia revela o que ouviu de Steve Bannon, estrategista da campanha de Trump nas redes sociais e que participou também do planejamento da campanha de Bolsonaro, numa espécie de consultoria informal⁵¹:

“Ele falou que as redes tiraram o filtro da imprensa tradicional, abrindo espaço para que candidatos que não eram *mainstream* conseguissem furar o bloqueio ‘globalista *mainstream* da mídia’, A direita estava marginalizada e tinha ansiedade de se expressar. A esquerda, bem ou mal, está mais representada na mídia tradicional.” (Mello, como citada em Barbosa, 2019, p.116)

Interpretações à parte, o fato é que Bolsonaro chegou ao poder e pôde ironicamente repetir, em seu primeiro pronunciamento público após o anúncio da vitória, a célebre frase bíblica “Conhecereis a verdade e a verdade vos libertará”.⁵² Como se viu, não houve coincidência nas estratégias das campanhas de Bolsonaro e Trump. Nos Estados Unidos, como no Brasil, as notícias negativas contra o então candidato de direita não conseguiram penetrar na bolha em que vivem pessoas alimentadas apenas pelas informações movidas por algoritmos que confirmam suas crenças. Foi essa cega impermeabilidade que em 2016 fez o comentarista político Charles Sykes desistir de levar adiante um programa radiofônico muito popular nos Estados Unidos. Para Sykes, a política tinha se transformado num “mundo tribal binário”.

“Na nova cultura dos media de direita, a informação negativa simplesmente não penetra nas mentes: gafes e escândalos podem ser abafados, ignorados ou manipulados; podem ser lançadas contranarrativas. Trump provou que um candidato pode ser imune às narrativas, críticas e verificação de fatos por parte dos meios de comunicação tradicionais”, (Sykes, 2017, como citado em Kakutani, p.82-83)

Em meio ao tiroteio de *fake news*, Kakutani (2018, p.86) constata que se por um lado a grande rede da internet democratizou a informação, obrigando governos a serem mais

⁵¹ Foram amplamente noticiados na mídia tradicional pelo menos três encontros entre Bolsonaro, seu filho Eduardo Bolsonaro e Olavo de Carvalho, guru da campanha no Brasil, com Bannon nos Estados Unidos. Nas redes sociais, Eduardo parabenizou Bannon como “um ícone no combate ao marxismo cultural” .

⁵² Passagem na Bíblia (João 8:32) em que Jesus se dirige aos judeus que nele acreditavam e diz: “Se permanecerdes na minha palavra, sereis verdadeiramente meus discípulos, 3e conhecereis a verdade, e a verdade vos libertará”.

transparentes (“alguns”, ressalva a autora) e possibilitando que todos estejam conectados; por outro, essa mesma rede pode ser explorada por indivíduos mal-intencionados “para disseminar informação erradas e desinformação, crueldade e preconceito”. Acrescenta Kakutani: “A possibilidade de anonimato na rede informática global promoveu uma ausência tóxica de responsabilização”. A explosão da internet fez ainda mais, segundo a autora de “A morte da verdade”, ampliando muito a dinâmica já em ação na cultura contemporânea, “desde a egolatria das gerações *selfie*, até o isolamento das pessoas em silos ideológicos e a relativização da verdade” (Kakutani, 2018, p.86)

8.3 A reação das plataformas

Passaram-se quase dois anos da eleição presidencial de 2018 até que o *Facebook*, pressionado pelo boicote de grandes anunciantes, reagisse à proliferação de notícias falsas no Brasil, revelando o envolvimento de pessoas ligadas diretamente ao presidente Jair Bolsonaro. No dia 08/07/2020, uma notícia virou manchete em todos os veículos da grande mídia: o *Facebook*, com base em investigação do *Digital Forensic Research Lab* (DFRLab, centro de estudos sediado em Washington, EUA), derrubou 88 contas, páginas e grupos controlados por funcionários da Presidência da República e dos gabinetes do deputado federal Eduardo Bolsonaro e dos deputados estaduais do Rio de Janeiro Alana Passos e Anderson Moraes, todos do PSL (partido de Jair Bolsonaro quando eleito). “Segundo a empresa, os perfis e páginas contrariaram as normas da rede social, pois agiam sistematicamente para enganar o público, omitindo a identidade dos administradores desde, pelo menos, a campanha eleitoral de 2018”.⁵³ Apontado como o número dois na hierarquia de uma estratégia digital que mobilizava mais de dois milhões de seguidores, abaixo apenas do vereador Carlos Bolsonaro, responsável pelas redes sociais do pai, Tércio Arnaud era assessor especial da Presidência, com salário de R\$ 13,6 mil reais, quando aconteceu a derrubada da rede de páginas pelo *Facebook*. Na mesma época, segundo investigação do DFRLab, Arnaud era responsável (embora se mantivesse anônimo) pela página *@bolsonaronews*, do *Instagram*, que era alimentada de dentro do Palácio do Planalto, sede do Governo em Brasília. Antes disso, Tércio já se mostrara um forte aliado de Bolsonaro, com publicações que atacavam adversários políticos na página *Bolsonaro Opressor 2.0* do *Facebook*, que chegou a ter 1

⁵³ Trecho da reportagem “Gabinete no alvo – Facebook derruba rede de páginas de assessores da família Bolsonaro”, de Cazes, Saconi & Dal Piva (2020). Publicada em *O Globo no dia 9 de julho de 2020*, p.12.

milhão de seguidores. Foi assim que saiu de Campina Grande, na Paraíba, para assumir a função de assessor de Bolsonaro, ainda na campanha presidencial. Com o presidente eleito, foi promovido a assessor especial da Presidência. Segundo a investigação do DRFLab, a partir dos dados colhidos pelo Facebook, dois assessores do gabinete do deputado Eduardo Bolsonaro também comandavam contas e páginas na rede. Sobre a decisão do *Facebook* de derrubar páginas de blogueiros que comprovadamente veicularam notícias falsas, Bolsonaro usou a sua conta na mesma plataforma digital para atacar a esquerda:

“Vemos que o *Facebook* derrubou páginas em todo o mundo. No Brasil, sobrou pra quem está do meu lado, pra quem é simpático à minha pessoa. A esquerda fica posando de moralista, mas olha aqui, blog me associando ao nazismo. Bolsonaro decapitado. Ninguém fala em derrubar essas páginas.”⁵⁴

Outro filho do presidente, o senador Flávio Bolsonaro, também criticou a decisão do *Facebook*, afirmando que “julgamentos que não permitem o contraditório e a ampla defesa não condizem com a nossa democracia, são armas que podem destruir reputações e vidas”.⁵⁵ Na contramão deste depoimento, a pesquisadora do DFRLab Luiza Bandeira, coordenadora da investigação que resultou na derrubada das 88 páginas e contas, disse que fatos comprovam a manipulação de informações, seja para defender Bolsonaro ou para atacar adversários e completou: “A manipulação é prejudicial para o debate democrático, o que é grave, especialmente quando vem de quem detém o poder.”⁵⁶

A atuação do grupo conhecido como “Gabinete do ódio”, que já era alvo de um inquérito no Supremo Tribunal Federal (STF), está sendo investigada também pela Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) que apura *fake news* no Congresso brasileiro. Antes mesmo da

⁵⁴ Declaração de Bolsonaro retirada da reportagem Tércio Arnaud, o ‘rapaz das redes’ no centro da trama desbaratada pelo facebook., de Benites (2020), publicada em *El País – Brasil*. <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-07-10/tercio-arnaud-o-rapaz-das-redes-de-bolsonaro-no-centro-da-trama-desbaratada-pelo-facebook.html>

⁵⁵ Depoimento extraído da reportagem “Flávio e Carlos Bolsonaro reagem à remoção de páginas no Facebook: ‘Impossível avaliar que tipo de perfil foi banido’” de Cravo (2020), publicada em *O Globo*. Consultado em 06/02/2021. <https://blogs.oglobo.globo.com/sonar-a-escuta-das-redes/post/flavio-e-carlos-bolsonaro-reagem-remocao-de-paginas-no-facebook-impossivel-avaliar-que-tipo-de-perfil-foi-banido.html>

⁵⁶ Declaração extraída da reportagem “Gabinete no alvo – Facebook derruba rede de páginas de assessores da família Bolsonaro”, de Cazes, Saconi & Dal Piva (2020). Publicada em *O Globo no dia 9 de julho de 2020*, p.12.

exclusão das contas irregulares pelo *Facebook*, oito deputados federais aliados do presidente Jair Bolsonaro, tinham recorrido ao STF pedindo a suspensão dos trabalhos da CPI. Para os deputados, as sessões e depoimentos se tornaram "verdadeiras tentativas de deslegitimar não apenas o processo eleitoral dos membros do Partido Social Liberal, incluindo-se o Sr. presidente da República, mas também sua atuação em clara oposição ao pleito de 2018".⁵⁷ A CPI está parada desde março de 2020.

O crescimento no número de produtores de conteúdo digital que divulgam notícias sem qualquer filtro gerou um debate que acabou chegando ao Senado. Em junho de 2020, uma votação apertada (44 votos favoráveis e 32 contrários) aprovou o Projeto da Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, logo apelidada de Lei da *Fake news*, que definiu regras rigorosas para coibir manipulações, perfis falsos e disseminação de notícias falsas na web. Os pontos mais importantes do projeto de lei aprovado passavam pela obrigatoriedade de as mensagens que alcançassem mais de mil usuários num período de 15 dias terem sua origem rastreada; pela exclusão de contas com comportamento robotizado; e pela identificação de usuários em casos de denúncias de uso de robôs, contas falsas ou desrespeito à lei.⁵⁸ A principal argumentação dos senadores que votaram contra a lei é a ameaça à liberdade de expressão imposta com controle de conteúdo e usuários. O projeto de lei, em janeiro de 2021, ainda aguardava aprovação na Câmara dos Deputados e, para entrar em vigência, terá que passar depois pela sanção do Presidente da República.

Enquanto o projeto de lei não avança, Bolsonaro segue criticando abertamente as derrubadas de páginas de militantes bolsonaristas e atacando o jornalismo profissional. Num vídeo transmitido numa rede social por um de seus filhos, Eduardo Bolsonaro, em 15/02/2021, o presidente afirmou que “o certo é tirar de circulação – não vou fazer isso

⁵⁷ Segundo informações da reportagem “Aras defende continuidade da CPI das *fake news* em parecer ao STF”, de Luiz (2020), publicada em *O Globo*. Consultada em 02/03/2021. <https://oglobo.globo.com/brasil/aras-defende-continuidade-da-cpi-das-fake-news-em-parecer-ao-stf-24532243>

⁵⁸ Segundo reportagem “Entidades pedem transparência e valorização do jornalismo profissional no projeto contra fake news”, de Luiz (2020a), publicada em *O Globo*. Consultada em <https://oglobo.globo.com/brasil/entidades-pedem-transparencia-valorizacao-do-jornalismo-profissional-no-projeto-contr-fake-news-24593224>

porque sou democrata – tirar de circulação *Globo, Folha de SP, Estadão, Antagonista...* são fábricas de *fake news*". Disse mais:

"Agora deixa o povo se libertar, porque tem liberdade. Logicamente que se alguém extrapolar alguma coisa, tem a Justiça para recorrer. Agora o *Facebook* bloquear a mim e a população é inacreditável [...] E não há uma reação da própria mídia, ela se cala. Falam tanto da liberdade de expressão para eles em grande parte mentir com matérias. Agora para a população é uma censura que não se admite"⁵⁹

Três anos antes desta declaração, a quatro meses da eleição, o *Facebook* e o *Google* tinham assinado acordo com Tribunal Superior Eleitoral em que se comprometiam a conter a disseminação de *fakes news*. Numa tentativa de frear a desinformação, seus sistemas de busca foram alterados para dar destaque às reportagens originais publicadas por veículos de comunicação reconhecidos pela precisão de seu conteúdo e por critérios como premiações. Pressionadas por órgãos reguladores e por diversos processos na Justiça, *Google* e *Facebook* acabaram se tornando aliadas da grande mídia no combate às *fake news*, para manter a confiança de seus usuários. Sobre Mark Zuckerberg, criador e dono do *Facebook, Instagram e WhatsApp*, a pressão pesou muito no bolso. Por não ter impedido publicações de conteúdo racista, de estímulo à violência no episódio do assassinato de George Floyd, e também de *fake news* em mensagens do presidente americano Donald Trump, as plataformas de Zuckerberg sofreram um boicote de grandes anunciantes como Coca-Cola, Ford, Adidas e Microsoft que resultaram em prejuízo de bilhões de dólares. Denunciando o que consideraram falta de princípios, as empresas que lideraram o boicote aderiram ao movimento *#stophateforprofit*. De fato, estudos mostram que *fake news* com títulos chamativos têm alto poder de atração, e consequentemente trazem grandes lucros para as plataformas que as distribuem. (Kakutani, 2019, p.88) Editorial de *O Globo* do dia 3/07/2020, defendendo obviamente os interesses da mídia profissional, traz em seu último parágrafo o dilema a ser enfrentado por Zuckerberg:

“Por ironia, Zuckerberg, ao ser pressionado a avaliar o conteúdo que trafega na sua rede, é levado a atuar como um editor do jornalismo profissional, que ele demonstra desprezar. É missão do jornalismo checar a veracidade das informações e filtrar

⁵⁹ Declarações extraídas da reportagem “Bolsonaro critica Facebook, fala em tributar redes sociais e diz que 'o certo' é tirar jornais de circulação”, de Coletta & Machado (2021), publicada na *Folha de S.Paulo*. Consultada em 05/03/2021. https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/02/bolsonaro-critica-facebook-fala-em-tributar-redes-sociais-e-diz-que-o-certo-e-tirar-jornais-de-circulacao.shtml?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_campaign=twfolha

mensagens que contrariam bons padrões éticos, entre outros cuidados. Não pode reclamar de boicotes e da atenção de órgãos reguladores.”⁶⁰

Com algum atraso, *Twitter* e *YouTube* também reagiram globalmente às *fake news* e ao uso das redes para discursos de ódio. Cito aqui dois exemplos, entre milhares de casos de cancelamento de contas: 1) Nos Estados Unidos, o presidente Donald Trump foi suspenso permanentemente pelo *Twitter*, “devido ao risco de prolongamento da incitação à violência”, segundo a rede social. A punição aconteceu depois de Trump, que tinha 88 milhões de seguidores, ter postado mensagens que qualificavam como “patriotas” os invasores do Congresso americano em 06/01, no momento em que acontecia a sessão que legitimou Joe Biden como presidente dos EUA. 2) Em 03/02/2021 o *You Tube* tirou do ar dois canais do blogueiro bolsonarista Allan dos Santos. Investigado em inquéritos que apuram disseminação de *fake news* e a organização de atos antidemocráticos, ele mantém relação próxima com a família Bolsonaro⁶¹. Mais adiante, numa pesquisa de campo que analisará a cobertura do primeiro pronunciamento do presidente brasileiro na ONU no portal de Allan dos Santos (*Terça Livre*), ficará claro o tipo de conteúdo que é encontrado ali. Reportagem publicada um ano após a escolha dos veículos de mídia que seriam alvo da pesquisa de campo para esta dissertação mostra que o número de acessos ao portal *Terça Livre* no *You Tube* chegou a gerar lucros mensais equivalentes a U\$ 27 mil, na cotação da moeda brasileira real, em janeiro de 2021. Allan dos Santos se mudou para os Estados Unidos ao se tornar alvo da Polícia Federal brasileira.⁶²

A explosão de produtores de conteúdo na internet na década passada vem pressionando as empresas gigantes do jornalismo a adaptar seus modelos de negócios e adotar medidas e campanhas contra disseminação de fakes news. Várias empresas da mídia *mainstream* criaram mecanismos de checagem (conhecidos como *fact-checking*) para controlar a divulgação de

⁶⁰ Trecho retirado do editorial “Crise no *Facebook* realça valores do jornalismo”, publicado em *O Globo*. Consultado em 08/01/2021. <https://oglobo.globo.com/opiniao/crise-no-facebook-realca-valores-do-jornalismo-24512477>

⁶¹ Segundo reportagem “*YouTube* tira do ar canal do blogueiro bolsonarista Allan dos Santos”, de Saconi (2021), publicada em *O Globo*. Consultado em 18/05/2021. <https://blogs.oglobo.globo.com/sonar-a-escuta-das-redes/post/youtube-tira-do-ar-canal-de-blogueiro-bolsonarista-allan-dos-santos.htm>

⁶² Segundo reportagem “Pauta bolsonarista turбина audiência de youtubers, que ganham até R\$ 150 mil ao mês”, de Schmidt & Roxo (2020), publicada em *O Globo*. Consultado em 08/02/2021. <https://blogs.oglobo.globo.com/sonar-a-escuta-das-redes/post/pauta-bolsonarista-turbina-audiencia-de-youtubers-que-ganham-ate-r-150-mil-ao-mes.html>

notícias falsas e minimizar seus efeitos. Esse movimento levou a criação, em 2014, da *International Fact-Checking Network* (IFCN), que reunia, em 2019, 146 plataformas de 55 países (Scofield Jr., 2019, p.62). Era uma reação necessária para garantir a credibilidade da imprensa profissional.

“Em resumo, o movimento jornalístico de checagem de fatos cresce num ambiente em que a imprensa perdeu a exclusividade como mediadora do debate público e, com a emergência das redes sociais, perdeu até mesmo a autoridade para definir o que é notícia.” (Scofield Jr., 2019, p.61)

Colunista do jornal *O Globo*, da *TV Globo* e de outros canais de comunicação do grupo (rádio e tv por assinatura), Carlos Alberto Sardenberg defendeu o jornalismo profissional usando como exemplo o discurso presidencial:

“O presidente discursou na ONU, e isso foi noticiado. Publicamos o que ele falou. Mas, na imprensa séria e independente, a notícia – o conhecimento – não para aí. É preciso conferir o que o presidente disse. O que se fez intensamente, desde a divulgação do texto presidencial. Para azar do presidente.”⁶³

Embora sem dados que confirmem, acredita-se que o volume de fake news tenha diminuído diante de tantas ações de repressão e fact-checking, mas o fato é que milícias digitais seguem driblando o controle das grandes plataformas digitais, beneficiados pela impossibilidade de avaliação de conteúdo e intenções de bilhões de publicações feitas diariamente na web. Só nas três primeiras semanas de fevereiro de 2021, o projeto Fato ou Fake? do *Grupo Globo* identificou 16 *fake news* que circulam em redes sociais, todas levantando suspeita sobre a eficácia das vacinas contra a Covid-19 e do uso de máscaras como medida preventiva. Considerada a capacidade de multiplicação destas mensagens nas redes, é fácil imaginar o estrago de posts como “Estudo prova que máscaras acumulam micróbios capazes de causar câncer”⁶⁴ ou “Covid variante delta é apenas um nome extravagante para lesões causadas pelas vacinas”.⁶⁵

⁶³ Trecho do artigo “Nós entregamos conhecimento”. de Sardenberg (2020), publicado em *O Globo*, p.3, no dia 24/09/2020.

⁶⁴ *Fake news* denunciada em reportagem “É fake que estudo prove que máscaras acumulam micróbios capazes de causar câncer”, publicada no portal G1. Consultado em 06/06/2021. <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/coronavirus/noticia/2021/02/15/e-fake-que-estudo-prove-que-mascaras-acumulam-microbios-capazes-de-causar-cancer.ghtml>

9 A COBERTURA DO DISCURSO DE BOLSONARO NA ONU

Este capítulo se propõe a analisar as abordagens de oito veículos de mídia digital, de diferentes linhas editoriais, sobre o primeiro pronunciamento do presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, na Assembléia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU), em 24 de setembro de 2019.⁶⁶ Foram avaliadas publicações referentes ao citado discurso durante um período de quatro dias, contados a partir da data em que foi realizado. A estruturação da análise comparativa e o seu desenvolvimento teve como focos principais a relação dos meios com os princípios que regem a prática jornalística e os pontos divergentes nas narrativas do evento, na tentativa de buscar respostas e/ou novos elementos para reflexão sobre questões anunciadas na introdução.

É uma tradição que o discurso de abertura das assembleias anuais da ONU seja sempre o do presidente do Brasil, antecedendo o do presidente dos Estados Unidos. Empurrado pelos 54 milhões de votos que o elegeram, Bolsonaro chegou a Nova York confiante na “possibilidade de apresentar ao mundo o Brasil que estamos construindo” como antecipou em suas redes sociais. O Brasil apresentado no plenário pelo presidente mostrou-se um país em fase de retomada da economia, com bons resultados em ações de preservação da Amazônia, no combate à corrupção e na área de segurança pública. Mas o foco da cobertura do evento, como veremos adiante, irá variar radicalmente de acordo com a linha editorial de cada um dos veículos de mídia avaliados.

Impõe-se então uma contextualização da cobertura abordada e apresentação resumida dos oito produtores de conteúdo envolvidos, sendo quatro com tendência à esquerda, de oposição ao Governo, e quatro com tendência à direita, sendo três de apoio irrestrito ao Governo, e um mais independente, crítico feroz da esquerda, da grande mídia e também do atual Governo. Entre os milhares de blogs, portais e sites de conteúdo informativo, a escolha dos oito veículos aqui analisados, diante da impossibilidade de medir com exatidão a importância e o alcance de público de tantas opções, foi aleatória, feita por amostragem dentro de cada linha editorial. A única premissa era que tivessem um número significativo de seguidores e atualização diária. Todos os veículos estudados oferecem a milhões de

⁶⁵ Título de *fake news* divulgada em 08/07/2021 pelo site aliadosbrasiloficial (<https://www.aliadosbrasiloficial.com.br/noticia/bomba-covid-variante-delta-e-apenas-um-nome-extravagante-para-lesoes-causadas-por-vacinas>).

⁶⁶ A íntegra do discurso do presidente Bolsonaro na ONU está disponível no anexo A.

brasileiros selecionados por algoritmos conteúdos em diferentes plataformas (*sites* na *www*, *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *You Tube* etc), mas a pesquisa para esta dissertação se concentra apenas no conteúdo disponibilizado em seus portais na grande rede, que funcionam sempre como um *hub* para outras plataformas. Foram analisados aproximadamente 160 reportagens e artigos, e destacados neste estudo os casos mais representativos dos conteúdos oferecidos, que pudessem dar sustentação à abordagem desejada. Esses foram os oito portais estudados:

Esquerda on line – Mídia ligada ao PSOL (Partido Socialismo e Liberdade). Tem entre seus quase 30 colunistas, vários mestres e doutores em história, advogados, políticos do partido, ativistas de movimentos sociais e apenas um jornalista com formação. O conteúdo é municiado por colaboradores em vários estados e fora do país, jornalistas e não jornalistas. Tem como slogan “Mídia para resistir aos retrocessos”. Segue a apresentação do site, preservadas as palavras em destaque: “O *Esquerda Online* tem como propósito fortalecer a **mídia de esquerda, independente e comprometida com as lutas de resistência**. Em tempos de *fake news*, robôs, *haters* e dezenas de *youtubers* disseminando pós-verdades e discursos de ódio, nosso compromisso é produzir **conteúdo jornalístico**, de análise política, editoriais, colunas e textos teóricos. Conteúdos que possam ser distribuídos, compartilhados nos grupos de família e de trabalho, permitindo a **disputa de ideias** com os defensores do ódio e do atraso.”⁶⁷

Diário do Centro do Mundo (DCM) – Se apresenta como um site de análises e notícias “apartidário e independente”. O veículo valoriza o jornalismo profissional. O diretor Kiko Nogueira e sete dos oito colaboradores e colunistas são apresentados como jornalistas. É movido pelo conceito do “Brasil Escandinavo” – um Brasil “que, à sua maneira, mistura as melhores práticas liberais com o bem-estar social necessário para uma sociedade harmoniosa.” Sem modéstia, o site afirma em sua apresentação: “Um dos grandes cases da era da internet, o *DCM* e é hoje uma referência no jornalismo digital do país e tem como missão fundamental transformar confusão em clareza, jogar luz na escuridão e levar o espírito do tempo aos nossos leitores.”⁶⁸

⁶⁷ Endereço eletrônico do portal: <https://esquerdaonline.com.br/>

⁶⁸ Endereço eletrônico do portal: <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/>

Mídia Ninja - Fundada em 2013, ganhou notoriedade durante as manifestações que em junho daquele ano reuniram milhões nas ruas do Brasil, cobrindo ao vivo os protestos e mostrando pontos de vista diferentes da mídia tradicional. Atualmente, a rede tem mais de 2 milhões de apoiadores em diferentes redes sociais (*Facebook, Instagram, You Tube, Twitter*). Em 2013, ganhou o *Shorty Awards for our Social Media Profile*. Na página do *Facebook*, se apresenta como “uma rede de comunicadores que produzem e distribuem informação em movimento, agindo e comunicando. Apostamos na lógica colaborativa de comunicação e compartilhamento de conteúdo, para realizar reportagens, documentários e investigações no Brasil e no Mundo”. A rede de colaboradores não poderia ser mais diversificada. O portal apresenta 158 deles. Há lugar de fala para advogados, engenheiros, professores, políticos, artistas, lideranças indígenas, ativistas dos mais variados movimentos sociais, militantes do movimento LGBTQIA+ e também para 23 jornalistas profissionais.⁶⁹

Tijolaço – Tem como lema “A política sem polêmica é a arma das elites”. O perfil de esquerda fica explícito na apresentação do *site*: “Escrevendo, comentando, dando repercussão a fatos, visões e verdades que teimam em ocultar, esquecer, camuflar. Travando a democrática e esclarecedora atividade de polemizar com o coro uníssono da grande mídia empresarial”. O *Tijolaço*, como outros veículos citados acima, se sustenta através de ajuda financeira dos leitores. Todos os textos do portal são assinados pelo jornalista Fernando Brito. O site oferece um link para a *TV Tijolaço*, onde Brito é entrevistado pela também jornalista Talita Galli, sobre temas políticos relevantes.⁷⁰

Terça livre – Se define como uma empresa jornalística e uma plataforma de formação que “trabalha incessantemente para levar ao nosso público informações, análises e conhecimento sempre atenta ao nosso valor de fundação: o amor pela Verdade e a fé de que somente Ela nos libertará”. Mais adiante, em seu código de conduta, o compromisso com a verdade é reforçado: “O jornalismo *Terça Livre* serve a verdade e a notícia imparcialmente, de acordo com a relevância pública dos fatos. Esta prática reforça o valor da honestidade.” Allan Lopes dos Santos, criador do portal, se apresenta como jornalista e teve formação superior em filosofia. Seu sócio no portal *Terça Livre*, Ítalo Lorenzon, e o editor-chefe Max Cardoso não são jornalistas. Segundo informações colhidas em telefonema a um dos colaboradores do portal, a redação conta com oito jornalistas e um estudante de jornalismo. Foi impossível checar a veracidade dessas informações, mas várias reportagens publicadas no site são

⁶⁹ Endereço eletrônico do portal: <https://midianinja.org/>

⁷⁰ Endereço eletrônico do portal: <https://tijolaco.net/>

assinadas por não jornalistas, inclusive Allan dos Santos, que como foi registrado anteriormente nesta dissertação mantém estreita ligação com o presidente Bolsonaro e seus filhos.⁷¹

Conexão Política - Em sua apresentação, a equipe editorial afirma: “...empenhamos nosso amor pelas notícias, nosso compromisso com a divulgação de ideias e ideais, e também nosso dinheiro para manter esse projeto...Não recebemos qualquer quantia pela produção de conteúdo, pois somos motivados pelo anseio de fazer a diferença em meio ao ambiente tóxico da mídia brasileira.” Dos três nomes que encabeçam o portal, Davy Albuquerque, Marcos Rocha e Raul Holderf, apenas o último se apresenta como jornalista. Raul já teve sua conta do *twitter* suspensa por violação dos termos de serviço da plataforma. A equipe de colunistas tem nove colaboradores, sendo apenas um deles jornalista profissional.⁷²

Renova mídia – Anuncia ter como missão “oferecer um fluxo constante de informação, prezando pela **qualidade e transparência**, sem imposição de ponto de vista, permitindo, desta forma, que os **leitores formem suas próprias opiniões**.” Ao apresentar os valores prezados pelo Renova Mídia, mais uma vez respeitando os destaques em negrito, o portal de conteúdo diz: “Somos norteados pelos valores do **Amor à Pátria** e da **Liberdade de Expressão**. O patriotismo não pode ser visto como algo negativo. Toda informação deve ser propagada. Opiniões não podem ser silenciadas”. Em julho de 2021, *Renova Mídia* tinha em 325 mil seguidores no *Twitter*, 140 mil no *Instagram* e 70 mil no *Facebook*. Tarciso Morais, fundador e editor-chefe do portal, se diz autor da maioria dos artigos e reportagens compartilhados em diferentes redes sociais, nunca assinadas. Morais não se apresenta profissionalmente no próprio site e ele também não tem contas em redes sociais. No *LinkedIn*, seu perfil diz apenas que é CEO e editor-chefe do *Renova Mídia*. Vários contatos foram tentados com o site, sem sucesso, sendo então impossível checar se Morais é jornalista profissional, quantos colaboradores o ajudam a municiar o conteúdo e se têm formação superior.⁷³

O Antagonista – O portal de conteúdo surgiu com a proposta de ser “contrário” aos protagonistas da grande imprensa. Valoriza, no entanto, o jornalismo profissional. O expediente apresenta os 10 nomes que compõem a redação como jornalistas profissionais. O portal, que tem a revista *Crusoé* como braço impresso editorial, traz também uma política de

⁷¹ Endereço eletrônico do portal: <https://tercalivre.com.br/>

⁷² Endereço eletrônico do portal: <https://www.conexapolitica.com.br/>

⁷³ Endereço eletrônico do portal: <https://renovamidia.com.br/>.

compliance, um código de ética e princípios editoriais alinhados com valores do bom jornalismo. Em um fictício (ou não) e bem-humorado diálogo entre os fundadores de *O Antagonista*, Mario Sabino e Diogo Mainardi, eles explicam a origem do portal e falam sobre o direito constitucional de ridicularizar e cultivar inimigos. Contando com vários jornalistas reconhecidos e premiados entre seus colaboradores, *O Antagonista* tinha em julho de 2021 outubro de 2018 um número significativo de seguidores no *Twitter* (1,3 milhão) *Facebook* (974 mil), *You Tube* (768 mil inscritos), e *Instagram* (381 mil). Entre os quatro veículos alinhados à direita nesta pesquisa de campo, *O Antagonista* é o único dos veículos alinhados à direita que não poupa críticas ao atual presidente Jair Bolsonaro. Mas seu alvo predileto é a esquerda.⁷⁴

A partir dos perfis das fontes de informação analisadas, não causa estranhamento o fato de que os artigos e notícias publicadas por elas venham contaminados pelas posições ou ideologias que defendem. Isso faz parte de um regime democrático. O problema é quando fatos são deliberadamente distorcidos e depois disseminados em velocidade espantosa por robôs ou simpatizantes em suas redes sociais, como já vimos em capítulos anteriores. Para o *Terça Livre*, e os outros dois portais analisados que dão apoio irrestrito ao Governo Bolsonaro (*Renova Mídia* e *Conexão Política*), o discurso do presidente na ONU foi absolutamente fiel aos fatos e mostrou ao mundo um Brasil que preserva a Amazônia, combate a corrupção, garante a segurança da população e acelera o crescimento econômico. O portal de Allan dos Santos, que transmitiu ao vivo o discurso, concordou num mesmo título com dois dos principais pontos abordados pelo presidente - o ataque à mídia tradicional e a defesa da Amazônia: “Bolsonaro dá pancada na mídia e afirma: Amazônia não está devastada nem consumida pelo fogo”⁷⁵

Esta reportagem destaca a denúncia feita pelo presidente sobre o uso do cacique Raoni (reconhecido internacionalmente como uma importante liderança indígena e indicado ao Prêmio Nobel da Paz em 2020) por ONGs e governos estrangeiros que, com apoio da mídia, manipulam a opinião pública com interesse nas riquezas da Amazônia. São reproduzidos longos trechos do discurso do presidente, sem abrir espaço para o contraditório, princípio

⁷⁴ Endereço eletrônico do portal: <https://www.oantagonista.com/>

⁷⁵ Reportagem assinada por De Pieri (2019), publicada no portal *Terça Livre*. Consultado em 27/09/2019. <https://tercalivre.com.br/bolsonaro-da-pancada-na-midia-e-afirma-amazonia-nao-esta-devastada-nem-consumida-pelo-fogo/>

básico do jornalismo profissional. Na mesma linha editorial, o *Conexão Política* abriu espaço para a índia Ysani Kalapalo, apresentada como alguém que mostrará à comunidade internacional a realidade, as necessidades e os verdadeiros anseios do povo indígena e do Brasil. Levada a Nova York por Bolsonaro como representante dos indígenas brasileiros, Kalapalo soltou o verbo e alguns palavrões contra ONGs que atuam em defesa dos índios. Sob o título “Índia Ysani Kalapalo defende discurso de Bolsonaro e critica ONGs: ‘É um bando de filho da p*’”, a reportagem, não assinada, dá voz a acusações graves, sem qualquer apresentação de provas ou indícios. Depoimentos como este:

“Quando o índio realmente precisa da ajuda deles (das ONGs), eles simplesmente viram as costas. Na minha visão, é um bando de filho da puta. Desculpe o termo, mas é com esse termo que eu me dirijo a eles. Eles só estão ali para persuadir os indígenas, para influenciar, para os índios aderirem à ideologia deles. Eu não vou me vincular com eles, por isso eles me odeiam. Por isso tem ONG que vive me ameaçando. Os índios também são bancados por essas ONGs e eu não estou nem aí.”⁷⁶

É comum que portais de esquerda e direita disputem narrativas. A resposta às declarações acima veio em bloco no dia seguinte. Para ridicularizar a representante indígena na ONU, o *Diário do Centro do Mundo* fez um título (“Qual o tamanho do pikachu dos índios?”, questiona indígena que Bolsonaro levou à ONU”) que chama para um vídeo constrangedor que circula no *You Tube* em que Kalapalo comenta sobre o tamanho médio dos pênis dos índios do Alto Xingu.⁷⁷ O *Mídia Ninja* preferiu divulgar em seu portal e todas as plataformas em que atua (*Facebook, You Tube e Twitter*) a notícia de que o cacique Raoni se reuniu com ambientalistas, deputados da oposição e membros do Fórum Nacional Amplo em Defesa da Amazônia para discutir a posição anti-indígena do presidente e acertar a realização de um grande ato em defesa da natureza no mês seguinte. No encontro foi reforçada a candidatura de Raoni ao Nobel da Paz, como grande liderança indígena que luta pelo meio-ambiente e pela não violência.⁷⁸ O *Antagonista*, que ataca os dois lados, também abriu espaço

⁷⁶ Depoimento de Ysani Kalapalo, retirado da reportagem “O discurso que calou o mundo”, não assinada. Publicado no portal *Conexão Política*. Consultado em 29/09/2019.

<https://conexaopolitica.com.br/artigo/analise/o-discurso-que-calou-a-onu-e-o-mundo/>

⁷⁷ Reportagem não assinada publicada no portal *Diário do Centro do Mundo*. Consultado em 01/10/2019.

<https://www.diariodocentrodomundo.com.br/essencial/video-qual-o-tamanho-do-pikachu-dos-indios-questiona-no-youtube-indigena-que-bolsonaro-levou-a-onu/>

⁷⁸ Reportagem não assinada publicada no portal *Mídia Ninja*. Consultado em 02/10/2019.

<https://www.facebook.com/MidiaNINJA/posts/1604051783086294/>

para o contra-ataque do cacique Raoni: “‘Não é liderança e tem que sair’, diz Raoni sobre Bolsonaro”⁷⁹.

Mudando novamente o ponto de vista, é fácil identificar nos portais à direita o apoio explícito às palavras de Jair Bolsonaro na assembleia da ONU, frequentemente confirmado nas manchetes. Dois exemplos: “Sensacionalismo da mídia despertou patriotismo no Brasil, diz Bolsonaro”⁸⁰ e “O discurso que calou a ONU e o mundo”⁸¹, títulos dos portais *Renova Mídia* e *Conexão Política* no dia do pronunciamento deixam claro o conteúdo dos textos. Nas trincheiras inimigas, as narrativas também vieram carregadas de ideologia. O *Diário do Centro do Mundo* destacou: “Falsa e desastrosa, fala de Bolsonaro na ONU só piora imagem do Brasil”. Sob este título, um trecho demolidor: “O mundo já percebeu que Bolsonaro, além de autoritário e demagogo de extrema-direita, é um inimigo da preservação ambiental e do combate ao aquecimento climático.”⁸² Num artigo intitulado “Bolsonaro vai à guerra com o mundo”, o *Tijolaço* diz que Bolsonaro “tratou a assembleia das Nações Unidas como se fosse um bando de minions dispostos a aplaudir sua verborragia de extrema-direita” para depois concluir: “...será um sucesso junto às suas matilhas nas redes sociais e um desastre na comunidade internacional, que só vai se assustar mais com a ideia que o Brasil tem um líder nazistóide e insensível”.⁸³

Nos casos estudados, restritos à cobertura do discurso do presidente brasileiro na ONU, constata-se que a manipulação da informação (ou disseminação de desinformação) se dá principalmente pela exaltação de um pronunciamento repleto de inverdades, e também pelo

⁷⁹ Reportagem não assinada publicada no portal *O Antagonista*. Consultado em 02/10/2019.
<https://www.oantagonista.com/brasil/nao-e-lideranca-e-tem-que-sair-diz-raoni-sobre-bolsonaro/>

⁸⁰ Reportagem de Moraes (2019) publicada no portal *Renova Mídia*. Consultado em 04/10/2019.
<https://renovamidia.com.br/sensacionalismo-da-midia-despertou-patriotismo-no-brasil-diz-bolsonaro/>

⁸¹ Artigo não assinado publicado no portal *Conexão Política*. Consultado em 29/09/2019.
<https://conexaopolitica.com.br/artigo/analise/o-discurso-que-calou-a-onu-e-o-mundo/>

⁸² Artigo de Alencar (2019) publicado no portal *Diário do Centro do Mundo*. Consultado em 04/10/2019.
<https://www.diariodocentrodomundo.com.br/falsa-e-desastrosa-fala-de-bolsonaro-na-onu-so-piora-imagem-do-brasil-por-kennedy-alencar/>

⁸³ Trechos do artigo “Bolsonaro vai à guerra com o mundo”, de Brito (2019), publicado no portal *Tijolaço*. Consultado em 05/10/2019. Recuperado em <https://tijolaco.net/bolsonaro-vai-a-guerra-com-o-mundo/>

destaque dado a determinadas notícias ou artigos, pelo uso abusivo da adjetivação, misturando informação com opinião, e pela multiplicação das mensagens através das redes sociais dos seguidores.

Uma das características comum a todos os portais estudados é o aproveitamento do que é noticiado pela mídia tradicional, mesmo os que têm na redação jornalistas profissionais, com tempero ideológico, abuso de adjetivos e muitas vezes atraso. Nesse processo de produção de informação, eliminam-se pilares do exercício do jornalismo: a apuração, a investigação dos fatos, o direito ao contraditório. Mesmo em reportagens assinadas, percebe-se muitas vezes que as fontes do material publicado são informes institucionais oficiais ou mídia tradicional. Isso só reforça a importância dos jornalistas profissionais em sua missão dura e diária de correr atrás das notícias, checar sua veracidade e filtrá-las com base em princípios e um código de ética. Mas o que importa aqui (nos portais estudados) não é o compromisso com fatos, mas sim a releitura proposta aos leitores como narrativas. Os exemplos citados acima reforçam perfeitamente o conceito do que é conhecido como *advocacy journalism* (ou jornalismo engajado, numa tradução livre).

“É a concepção de um jornalista trabalhando como um advogado, disposto a defender os interesses de um grupo desprivilegiado, que não tem espaço na mídia tradicional. O estilo teve nomenclaturas e características diferentes em cada local e período, mas manteve sua essência: o engajamento.”⁸⁴

Brum (2010) não entra no mérito da questão do diploma, mas é mister afirmar que no Brasil, na maioria dos casos, quem pratica o *advocacy journalism* não é jornalista. O jornalismo engajado não significa necessariamente mau jornalismo, na opinião de Lueddecke (2019):

“There is no reason to believe that advocacy journalism is bad journalism, especially in environmental journalism. When humans have increased the rate of climate change

⁸⁴ Trecho do artigo “Advocacy journalism: uma análise de Le Monde Diplomatique Brasil”, de Brum (2010), publicado na *Revista da Graduação*, v.3 (Faculdade de Comunicação Social PUC-RS). Consultado em 01/06/2021. <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/graduacao/article/view/6733>

so drastically and there is a need to slow that change, advocating for the environment is crucial.”⁸⁵

A questão ambiental foi uma das que mais geraram repercussão no discurso de Bolsonaro. Dados oficiais e ações de *fact-checking* promovidas pelo jornalismo profissional comprovaram o descompromisso com os fatos no pronunciamento. Mentiras foram confirmadas como verdades pelos portais que o apoiam e denunciadas como mentiras pelos portais de oposição. Um exemplo é a questão da preservação da Amazônia. Segue trecho do discurso do presidente do Brasil na ONU:

“Em primeiro lugar, meu governo tem um compromisso solene com a preservação do meio ambiente e do desenvolvimento sustentável em benefício do Brasil e do mundo. O Brasil é um dos países mais ricos em biodiversidade e riquezas minerais. Nossa Amazônia é maior que toda a Europa Ocidental e permanece praticamente intocada. Prova de que somos um dos países que mais protegem o meio ambiente.”⁸⁶

A fala de Bolsonaro é desmentida por um órgão de seu próprio Governo. Dados consolidados do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE) indicam que a área desmatada na Amazônia brasileira chegou nos primeiros meses da gestão de Bolsonaro ao nível anual mais alto desde 2008 — um total de 11.088 km² entre agosto de 2019 e julho de 2020. Edegar de Oliveira Rosa, diretor de Conservação e Restauração do WWF-Brasil, associa o fato ao relaxamento do Governo em relação a regulamentações e fiscalizações ambientais. “A quantidade de multas emitidas pelos órgãos de fiscalização diminuiu 42%. Significa menos ilegalidades sendo identificadas e coibidas lá na ponta. Ao mesmo tempo, a faixa de desmatamento está subindo”.⁸⁷ Menos de dois meses antes do pronunciamento na

⁸⁵ Trecho do artigo “*Advocacy Journalism & Why the World Needs It*”, de Lueddecke, publicado em *Environmental Journalism*. Consultado em 22/07/2021. <https://envhumanities.sites.gettysburg.edu/environmental-journalism/week-4/advocacy-journalism-why-the-world-needs-it/>

⁸⁶ *Íntegra* do discurso de Jair Bolsonaro proferido na abertura da 74ª Assembléia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU) no Anexo A

⁸⁷ As declarações de Edegar de Oliveira Costa estão na reportagem “Brasil está entre os países que mais concentram desmatamento”, publicada no site oficial da World Wildlife Foundation – Brasil em 13/01/2021. https://www.wwf.org.br/informacoes/noticias_meio_ambiente_e_natureza/?77668/Brasil-esta-entre-os-paises-que-mais-concentram-desmatamento

ONU, Bolsonaro havia demitido o diretor do INPE, Ricardo Galvão, após questionar dados que apontavam um aumento na devastação na Amazônia.

Outros pontos do pronunciamento de Bolsonaro foram questionados nos portais de oposição. No artigo “Não deu outra: contando mentiras, Bolsonaro protagonizou vexame na ONU”, publicado do *Diário do Centro do Mundo*, Joaquim de Carvalho afirmou que o presidente falou como se estivesse em campanha eleitoral, propagando mentiras. Além da que garante que a Amazônia está praticamente intocada, citou outras: “No discurso da ONU, ele falou que o Brasil esteve sob ameaça de implantação do socialismo. Insinuou que as escolas estavam sendo usadas para perversão das crianças. Sugeriu que o programa Mais Médicos, bem avaliado pela população, era uma estratégia para a mudança de regime no país.”⁸⁸ A crítica ao programa Mais Médicos, uma parceria entre os governos brasileiro e cubano que garantia atendimento a milhões de brasileiros que vivem em lugares distantes dos grandes centros (onde médicos brasileiros não queriam trabalhar), levou a delegação cubana a abandonar o plenário da ONU durante o discurso. Bolsonaro disse que médicos cubanos não tinham comprovação profissional e eram escravizados. Para Carvalho (2019), o presidente “ficará na história como o registro de um chefe de estado menor, uma vergonha para o Brasil, o protagonista de vexames em série”. Impressão bem diferente da que teve a colaboradora Bruna de Pieri (que se apresenta como “esposa, jornalista, tupãense e católica. 23 anos”) ao reportar no portal *Terça Livre* o que aconteceu na assembleia da ONU. Depois de realçar a fala do Presidente sobre “como o PT e a esquerda destruíram o país”, ela cita como ápice do discurso a denúncia do Foro de São Paulo como uma “organização criminosa, criada em 90, por Fidel Castro, Lula e Chavez, para difundir e implementar o socialismo na América Latina” (citando aqui trecho do pronunciamento de Bolsonaro) e encerra seu texto afirmando: “O presidente ainda defendeu o livre mercado, condenou o socialismo, defendeu a soberania nacional e denunciou o indigenismo manipulador de organizações estrangeiras”.⁸⁹ No interminável duelo

⁸⁸ Trecho do artigo “Não deu outra: contando mentiras, Bolsonaro protagonizou vexame na ONU”, de Carvalho (2019), publicado no *Diário do Centro do Mundo*. Consultado em 10/10/2019.

<https://www.diariodocentrodomundo.com.br/nao-deu-outra-contando-mentiras-bolsonaro-deu-vexame-na-onu-por-joaquim-de-carvalho/>

⁸⁹ Trechos da reportagem “Bolsonaro dá pancada na mídia e afirma: Amazônia não está devastada nem consumida pelo fogo”, de De Pieri (2019), publicada em *Terça Livre*. Consultado em 10/10/2019. Recuperado em <https://tercalivre.com.br/bolsonaro-da-pancada-na-midia-e-afirma-amazonia-nao-esta-devastada-nem-consumida-pelo-fogo/>

de narrativas, se um lado publica “Na ONU, Bolsonaro mente, destila ódio e desinformação”⁹⁰, o outro sempre dá um troco: “Bolsonaro diz que rompeu ‘tradição do complexo de vira-lata’ na ONU”⁹¹.

Opiniões extremamente opostas como as apresentadas aqui – e há muitos outros exemplos nos portais estudados – deixam exposto o alto grau de polarização social e política vigente no Brasil atual. Em meio a visões tão diferentes sobre um mesmo evento, e que se multiplicam via algoritmos e ferramentas de impulsionamento pelas redes sociais, houve ao menos uma unanimidade entre os principais veículos da mídia tradicional no Brasil. Todos criticaram o pronunciamento de Bolsonaro. Algumas manchetes do dia 24/09/2019: “Presidente leva bolsonarismo para ONU em discurso de tom agressivo” (*Folha de S.Paulo*); “Para analistas, fala deixa o país isolado” (*Correio Braziliense*); “Bolsonaro ataca países e ‘falácias’ sobre Amazônia em estreia na ONU”, (*O Globo*); “Bolsonaro vai ao ataque na ONU e rompe tradição no país” (*O Estado de São Paulo*). Numa transmissão ao vivo no *Facebook* dois dias depois do discurso, Bolsonaro exibiu exatamente esses quatro jornais, lendo as citadas manchetes para desmenti-las em seguida, em mais um ataque à imprensa profissional.

Quando o presidente da república e boa parte do Congresso Nacional que o apoia fazem ataques seguidos à credibilidade da imprensa, o que se deve esperar do público? Em quem deve confiar? Quais os mecanismos que o conduzem na busca de informações? Este é o debate que pretendo alimentar no capítulo seguinte.

⁹⁰ Título de artigo de Branco (2019), publicado no portal *Esquerda On Line*. Consultado em 07/10/2019. <https://esquerdaonline.com.br/2019/09/24/na-onu-bolsonaro-mente-destila-odio-e-desinformacao/>

⁹¹ Título de artigo de Moraes (2019), publicado no portal *Renova Mídia*. Publicado em 27/09/2019. Recuperado em <https://renovamidia.com.br/bolsonaro-diz-que-rompeu-tradicao-do-complexo-de-vira-lata-na-onu/>

10 QUEM É O DONO DA VERDADE? UMA ABORDAGEM SOCIOLÓGICA

Quem é o dono da verdade? O julgamento dos que acessam os veículos de mídia estudados é inevitavelmente contaminado quando as duas partes não têm a oportunidade de apresentar suas argumentações. Para quem só têm acesso aos portais de direita, ali estão os “de bem”, os detentores da verdade incontestável, os patriotas que querem salvar o País. Para os que só leem os portais de esquerda, “a turma do mal” está do outro lado, e a verdade se impõe apoiada em valores como justiça social, transparência e honestidade. E assim cresce a polarização entre bolhas que não se comunicam e alimentam um ódio recíproco, disseminando entre seus pares os ingredientes para a consolidação de certezas pré-existentes.

“E este é o grande desafio dos checadores de fatos hoje: desconstruir os discursos maniqueístas e manipuladores com dados objetivos e aumentar o custo da mentira, valorizando a verdade. Mas é preciso destacar um ponto levantado pela pesquisadora britânica Claire Wardle, diretora de pesquisa do *First Draft*, instituto ligado à Universidade Harvard, em seu curso ‘Navegando a desinformação: como identificar e verificar o que você vê na rede’, promovido pela *Knight Center for Journalism in the Americas*. Segundo Claire, as pessoas possuem uma ‘relação emocional’ com a informação, algo bem longe de conceitos simplistas sobre o que é certo e o que é errado. Tem a ver com aquilo em que se acredita, aquilo que se teme e o ambiente ao redor.” (Scofield Jr., 2019, p. 67)

De fato, frequentemente argumentações racionais não têm efeito sobre legiões de militantes (ou mesmo simpatizantes) de direita e esquerda que se encastelam em suas posições e quase nunca se dão ao trabalho de ouvir ou ler outras. Quando isso acontece, o discurso divergente é imediatamente bombardeado, com virulência. O filósofo Joel Pinheiro defende a tese de que, “quando acreditamos em algo, nossa mente trabalha dobrado para valorizar informações que confirmem essa crença e invalidar informações que a contradigam.”

“Para agir e sobreviver é preciso ir além do que a razão permite. O ser humano não busca apenas a verdade. Busca também - e nisso as visões mais idealistas da natureza humana relutam em reconhecer - o poder. E nossas crianças servem a esse fim. O homem é um animal político. Um animal que se organiza em sociedade e busca aumentar o seu poder. Organizamo-nos em grupos que buscam o poder, opondo-se uns aos outros. Esses grupos adotam símbolos, práticas e crenças como fatores de união e

coesão grupal. Queremos ser bons membros de nosso grupo, reconhecidos como representantes fiéis e puros de seus valores. Reproduzir as crenças do nosso grupo é essencial para pertencermos.” (Pinheiro, 2019, p. 90-91)

O sociólogo Dominique Wolton vê outras motivações para a multiplicação de *fakes news* através de compartilhamentos ávidos por likes. Para ele, a *overdose* de informação distribuída 24 horas por dia contribui para o cenário atual. As *fake news* seriam então, para Wolton, “uma maneira equivocada de retomar o controle de um mundo que lhes escapa”. “Hoje estamos afogados em informação e as *fake news* se tornaram uma espécie de contra-ataque para que o cidadão comum retome um pouco de influência e importância na vida. Essas pessoas estão dizendo ‘aqui estamos, nós existimos’.”⁹²

O pensamento de Wolton se encaixa com a mesma resposta de três pessoas de perfis totalmente diferentes sobre o que as faz amar as redes sociais: “É como ter o seu próprio jornal”. A pergunta, segundo relata Peter Warren Singer (2019) numa entrevista a Mariana Barbosa, foi feita a Donald Trump, empresário que se tornou presidente dos EUA; LeBron James, astro do basquete americano; e a um adolescente que se tornou terrorista no Estado Islâmico e depois celebridade nas redes. “Acho a frase maravilhosa (...) É uma imagem muito poderosa. Você decide o que é importante e o que vai compartilhar com o mundo”. (Singer, 2019, p. 100)

Para Bruno & Roque (2019, p.14) a disseminação de mensagens falsas passa por fatores que podem ser explicados pela psicologia e a sociologia. “Pessoas que repassam mensagens para seus grupos de afinidade têm papel particularmente relevante, pois geram confiabilidade, ou seja, a propagação de uma mensagem é mais efetiva quando feitas por pessoas com as quais as outras se identificam”. Algumas mensagens têm um impacto maior:

“Mensagens que suscitam emoções fortes são particularmente persuasivas: asco, medo ou raiva são sensações que levam uma pessoa a repassar imediatamente uma mensagem. Isso só confirma que o engajamento no repasse da mensagem pode estar menos vinculado à veracidade de seu conteúdo do que à sua pertinência a um conjunto

⁹² Trecho da entrevista concedida por Wolton a Torres (2020), publicada em O Globo. Consultada em 24/01/2021. <https://oglobo.globo.com/cultura/pandemia-reforcou-jornalismo-provov-que-comunicacao-humana-superior-tecnologica-afirma-sociologo-24552498>

de convicções coletivas. A repetição de mensagens em grupos de afinidade leva à familiaridade, que por sua vez leva à aceitação.” (Bruno & Roque, 2019, p.21)

Nos bastidores do fenômeno sociológico que movimenta milhões de usuários de plataformas digitais em todo o planeta revela-se uma genial estratégia de marketing que movimenta bilhões de dólares. Bucci (2019) explica os mecanismos do que chama de “fórmula de fabricação de valor na indústria do imaginário implementada por empresas como *Facebook* e *Twitter*”:

“Os usuários entram no jogo com mão de obra (gratuita, logo escrava), como matéria-prima (também gratuita) e, por fim, como mercadoria. Graças a esse modelo originalíssimo, *Facebook* não gasta um centavo para comprar conteúdo; seus usuários atuam como digitadores, fotógrafos, locutores, atores, sonoplastas, escritores e tudo o mais. Os usuários, que fornecem alegremente a matéria-prima, são também os operários que confeccionam em pacote textos, áudios e vídeos. Embora se vejam como ‘clientes’ de um ‘serviço’ que imaginam gratuito, por fim são a mercadoria. São seus olhos que são vendidos aos anunciantes, o que, longe de aborrecê-los, parece alegrá-los.” (Bucci, 2019, p.46)

A reboque dessa criativa estratégia de negócios das gigantes de tecnologia, floresce também o mercado das *fake news*, alimentado por múltiplos compartilhamentos e likes. “Uma sucuri de silício – uma das múltiplas e simultâneas encarnações do capital – tritura e engole a sociedade civil globalizada. A verdade factual vai assumindo o aspecto cadavérico de um fóssil pré-histórico”, compara Bucci (2019, p. 46).

11 O ACESSO À INFORMAÇÃO

A partir da tese de que somos todos, de fato, mão-de-obra gratuita, matéria-prima e mercadoria, defendida por Bucci (2019, p.46), este estudo parte para uma pesquisa que busca respostas sobre a relação que jornalistas profissionais e não jornalistas têm com as notícias. Como se informam? Quais as fontes de informação mais usadas e mais confiáveis? Repassam ou não notícias pelas redes sociais? Acreditam que qualquer cidadão pode produzir e distribuir notícias? Foi apresentado um questionário com estas e outras questões a 51 jornalistas de diferentes veículos e *free-lancers* e a 51 não jornalistas de diferentes faixas etárias e de renda, todos moradores do Rio de Janeiro⁹³. Não pode ser considerada uma pesquisa quantitativa, pois o número pequeno de respostas não recomenda fazer cruzamentos. Mas apesar da abrangência limitada e da pouca representatividade estatística, acredito ter relevância como pesquisa exploratória de natureza qualitativa, que traz por amostragem dados que são úteis ao recorte desta dissertação e se comunicam com resultados de pesquisas muito mais aprofundadas como as do *Reuters Institute for the Study of Journalism* e da *Knight Foundation*.

Algumas respostas reforçam o papel da internet na comunicação social do século XXI. Diante da pergunta “Qual sua principal fonte de informação?”, 32 dos 48 jornalistas que responderam apontaram sites/blogs (19) e redes sociais (13). Os 49 não jornalistas que responderam mostraram-se mais conservadores: mais da metade deles tem TV (16), jornais (8) e rádio (1) como principal fonte de informação. Mas 23 que estão neste grupo optam pelos sites/blogs e redes sociais. Considerando todos os entrevistados, 57% preferem se informar pela internet, o que inclui também sites e blogs da mídia profissional. Preocupante é que em cada quatro entrevistados se informe prioritariamente pelas redes sociais, terreno mais fértil, por não ter filtros, para o trânsito e a disseminação de notícias falsas. Entre as plataformas de redes sociais, a pesquisa mostra claro predomínio do *Whatsapp*, escolhida por 76 entre 98 entrevistados que responderam à pergunta “Qual a rede social mais usada?”.

⁹³ A íntegra do questionário apresentado aos entrevistados está no final desta dissertação como ANEXO B

Principal fonte de informação (por ordem de importância)*	JORNALISTAS		NÃO JORNALISTAS	
	TV	4	TV	16
	Rádio	1	Rádio	1
	Sites/blogs	19	Sites/blogs	12
	Redes sociais	13	Redes sociais	11
	Jornais/revistas	10	Jornais/revistas	8
	Amigos	1	Amigos	1

Fonte: pesquisa de campo. * Três jornalistas e dois não jornalistas não responderam.

Rede social mais usada (por prioridade de acesso)*	JORNALISTAS		NÃO JORNALISTAS	
	Whatsapp	40	Whatsapp	36
	Facebook	3	Facebook	3
	Instagram	0	Instagram	0
	YouTube	1	YouTube	3
	Twitter	3	Twitter	8
	Linkedin	1	Linkedin	0

Fonte: pesquisa de campo. * Três jornalistas e um não jornalista não responderam.

Considerados todos que utilizam redes sociais como fonte de informação, 67% (68 de 102 respostas) admitem que repassam notícias para grupos de amigos. Perguntados se conseguem identificar *fake news*, 37 dos 51 jornalistas disseram que sim e outros 14 responderam “às vezes”. Entre os não jornalistas, 20 dos 50 que responderam marcaram sim, seis acham que não e 24 só “às vezes” identificam *fakes news*.

Acha que consegue identificar <i>fake news</i> ?*	JORNALISTAS		NÃO JORNALISTAS	
	SIM	37	20	
	NÃO	0	6	
	ÀS VEZES	14	24	

Fonte: pesquisa de campo. * Um não jornalista não respondeu.

Outras perguntas importantes botam lenha na fogueira do debate sobre o papel do jornalista profissional no mundo globalizado de hoje. Na questão “Você acha que só jornalistas podem produzir notícias?” o resultado que pode surpreender: a maioria dos jornalistas profissionais (29 x 21) acha que não jornalistas também podem produzir notícias. Entre não jornalistas, o resultado é previsível – uma maioria ainda maior acha que todos estão habilitados a produzir notícias (31 x 18). Ou seja, consideradas as respostas dos dois grupos de entrevistados, 60% (60 em 99) acham que produzir e divulgar notícias não deve ser missão restrita a jornalistas. Mas a resposta dos dois grupos para “Quando você vê/ouve uma notícia busca saber se quem divulga é jornalista?” mostra contradição, pois a pergunta sugere confiança na fonte. Entre os jornalistas, 47 de 51 responderam “sim”. Entre não jornalistas, houve maior equilíbrio, mas a maioria (31 de 51) também parece atenta à fonte da informação. Um sinal de que o bom jornalismo sobrevive está nas respostas para uma pergunta mais direta: “Você acha que jornalistas são mais confiáveis do que não jornalistas?”. Um total de 73 entre 98 entrevistados respondeu “sim”, sem grande variação nos grupos. Para jornalistas, 39 respostas positivas contra 10 negativas. Entre não jornalistas, o placar que mostrou a credibilidade dos jornalistas foi 34 a 15.

		JORNALISTAS	NÃO JORNALISTAS
Acha que só jornalistas podem produzir notícias? *	SIM	21	18
	NÃO	29	31

Fonte: pesquisa de campo. * Dois jornalistas e um não jornalista não responderam.

		JORNALISTAS	NÃO JORNALISTAS
Quando lê / ouve notícia busca saber se quem divulga é jornalista?	SIM	47	31
	NÃO	4	20

Fonte: pesquisa de campo

		JORNALISTAS	NÃO JORNALISTAS
Acha que jornalistas são mais confiáveis que não jornalistas?*	SIM	39	34
	NÃO	10	15

Fonte: pesquisa de campo. * Dois jornalistas e dois não jornalistas não responderam.

Outra resposta reafirma o papel do jornalismo profissional e uma aparente incoerência dos 60% de entrevistados que acham que qualquer cidadão pode produzir e distribuir notícias. Estimulados a citar uma fonte de informação confiável, e considerando apenas a primeira resposta, 98 das 102 pessoas pesquisadas apontaram veículos de mídia tradicional. Aqui, uma análise mais atenta explica a suposta contradição. A primeira pergunta sugere a interpretação de um direito humano garantido pela Constituição, o da livre expressão. Por este olhar, é natural que 60% das pessoas entrevistadas achem que qualquer um pode produzir e distribuir notícias. A outra questão aborda o conceito de confiança. Achar que qualquer um pode produzir notícias não quer dizer que se possa acreditar em qualquer um. E aí surge uma confirmação (para alguns, inconsciente) da importância da mídia tradicional. O jornal *Folha de S.Paulo* foi o veículo mais citado (19 vezes, 13 delas por jornalistas), seguido do portal de notícias *G1* (16) e do jornal *O Globo* (15). As respostas confirmam o *Grupo Globo* como a maior rede de comunicação do país, com 59 citações de veículos ou telejornais da empresa (*G1, O Globo, TV Globo, Globo.com, Globonews e Jornal Nacional*).

		JORNALISTAS		NÃO - JORNALISTAS	
Poderia citar uma fonte de informação na qual confia?*	Folha de SP	13		G1	12
	Jornal O Globo	9		Folha de SP	6
	TV Globo	6		UOL	5
	UOL	5		Jornal O Globo	6
	Estadão	4		TV Globo	6
	Globo.com	4		Jornal Nacional	6
	G1	4		Globonews	6
				Intercept Brasil	4

*No total, mais de 30 fontes foram citadas. Na tabela foram destacadas apenas as que ganharam 4 votos ou mais. Foi considerada apenas a primeira resposta.

Na contramão da minha pesquisa exploratória, que apesar de trazer contradições mostra alto grau de confiança na mídia tradicional, o relatório *Digital News Report*, do *Reuters Institute for Study of Journalism*, com dados levantados em seis continentes e 40 mercados (incluindo o Brasil), afirma que “mais da metade de nossa amostra global disse estar preocupada com o que é verdadeiro ou falso na internet quando se trata de notícias”.⁹⁴ A pesquisa da *Reuters* mostra que menos de quatro pessoas em dez (38%) confiam na maioria das notícias a maior parte do tempo. E o Brasil lidera o ranking dos países que mais se preocupam com *fake news*, com 85% dos entrevistados. Segundo o instituto, o uso de *websites* e redes sociais como fontes de informação cresceu substancialmente em relação ao relatório do ano anterior. A pesquisa constatou que 51% das pessoas consultadas usam grupos abertos ou fechados para obter e compartilhar informações.

O *Facebook* foi identificado na maioria dos países como a principal fonte de *fake news*, mas no Brasil o maior difusor de desinformação é o *WhatsApp*. Os políticos (e por extensão seus militantes), segundo o relatório, são citados como a principal fonte de desinformação, “embora em alguns países - incluindo os Estados Unidos - pessoas que se identificam como de direita sejam mais propensas a culpar a mídia”. (Newman, 2020) Este é o quadro da realidade brasileira, em que o presidente da república lidera os ataques à credibilidade da imprensa profissional, gerando uma polarização no ambiente virtual que se reflete na pesquisa realizada pela *Reuters*. Diante da pergunta “Pensando nos diferentes tipos de notícias disponíveis, você prefere as que vêm de fontes que confirmam suas opiniões, as que desafiam seu ponto de vista ou as que não tem um ponto de vista?”, os brasileiros foram os que apresentaram o maior percentual de respostas para a primeira opção: 43% dos 1901 entrevistados preferem fontes que confirmam suas opiniões, contra 51% que buscam fontes isentas e 6% que querem ler opiniões contrárias às suas crenças.⁹⁵

⁹⁴ Segundo artigo “*Overview key findings 2020*”, de Newman (2020), publicado pelo *Reuters Institute for the Study of Journalism*. Consultado em 10/10/2020. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf

⁹⁵ Dados recuperados do artigo “*Overview key findings 2020*”, de Newman (2020), publicado pelo *Reuters Institute for the Study of Journalism*. Consultado em 10/10/2020. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf

No relatório “*Journalism, media and technology trends and predictions 2021*”, também patrocinado pelo *Reuters Institute*, Newman (2021) destaca o princípio da imparcialidade. Segundo pesquisa feita com 243 jornalistas em cargos em chefia em 43 países, 88% dos entrevistados acham que o conceito de imparcialidade importa mais do que nunca, o que reflete as pressões num momento de grande polarização. Mas 48% deles acham que não faz sentido ficar neutro diante de algumas questões políticas e sociais. O mesmo relatório traz respostas surpreendentes para a seguinte pergunta: “*Will worries about fake and inaccurate news strengthen or weaken journalism?*”. Para 68% dos entrevistados, *fake news* fortalecem o jornalismo profissional, contra 7% que acham que enfraquecem e 22% que acreditam que não faz diferença. As respostas estão em sintonia com a confiança que 73% dos jornalistas demonstraram sobre o desempenho de suas empresas no ano seguinte (2021), mas a contradição mais uma vez se faz presente em pesquisas, já que apenas 53% estão confiantes no futuro do jornalismo.⁹⁶

As contradições expostas nas pesquisas aqui apresentadas deixam à mostra a confusão reinante sobre o que é jornalismo, o que é relevante e o que é confiável num cenário em que jornalistas não controlam mais o acesso a informação e se tornaram, eles próprios, alvo da desconfiança de parte significativa do público. Nos Estados Unidos, pesquisa realizada em 2018 pela Gallup e *Knight Foundation* mostra que 69% dos americanos acham que a confiança na mídia caiu na última década. Confirmando a pesquisa da *Reuters* que aponta políticos como principais fontes de desinformação, o duelo entre republicanos e democratas pesou muito nos resultados, que refletem os constantes ataques à mídia perpetrados pelo então presidente Donald Trump. Enquanto 94% dos que se disseram republicanos perderam confiança na imprensa, apenas 42% dos democratas se disseram menos confiantes no jornalismo tradicional.⁹⁷ O relatório *Trust in News Project*, do *Reuters Institute*, entrevistou jornalistas de quatro democracias (Índia e Reino Unido, Brasil e EUA) na tentativa de

⁹⁶ Dados do artigo “*Journalism, media, and technology trends and predictions 2021*”, de Newman (2021), publicado pelo *Reuters Institute for Study of Journalism*. Consultado em 07/05/2021. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2021>

⁹⁷ Segundo reportagem “Confiança dos americanos na imprensa cai em dez anos, diz pesquisa.” publicada no jornal “O Estado de São Paulo”, em 20/09/2018). <https://internacional.estadao.com.br/noticias/geral/confianca-dos-americanos-na-imprensa-cai-em-dez-anos-diz-pesquisa,70002510106>

diagnosticar o que pode estar por trás da queda de confiança na mídia tradicional, constatada por vários autores citados em capítulos anteriores, como Kakutani (2019), Bucci (2019) e Gandour (2020). Uma das principais conclusões, segundo Arguedas et al. (2020), passa pelo conflito vivenciado pelo jornalismo (incluindo aqui emissores e receptores de notícias) em tempos de mudanças tão rápidas:

“Não há um único problema de ‘confiança nas notícias’, mas múltiplos desafios que envolvem tanto a oferta de notícias quanto a demanda por informações. Diferentes segmentos do público, assim como jornalistas e pesquisadores, sustentam opiniões diferentes acerca de como o jornalismo funciona e, às vezes, têm pontos de vista conflitantes sobre o que esperam dele. Assim, aqueles que desejam abordar a confiança precisam ser específicos em seus objetivos estratégicos e, de preferência, basear seu trabalho em evidências comprovadas, pois iniciativas que funcionam com parte do público podem não funcionar com outros segmentos.”⁹⁸

Na apresentação do relatório para o *Trust in News Project*, os autores alertam que “confiança não é uma preocupação abstrata, mas sim parte das bases sociais do jornalismo como profissão, da notícia como instituição, e da mídia como negócio.”⁹⁹

“Os efeitos de mudanças nas práticas de distribuição, especialmente o importante papel desempenhado pelas plataformas, não são tão bem compreendidos, mas possivelmente são importantes. Muitos dos entrevistados temem que as plataformas reduzam a confiança do público nas notícias, mesmo que elas também ajudem as pessoas a encontrar notícias. Aperfeiçoar padrões e práticas jornalísticas pode não contribuir para aumentar a confiança se os esforços não forem visíveis aos usuários que se deparam com notícias nas mídias sociais apenas de forma passageira.”¹⁰⁰

⁹⁸ Trecho do artigo “O que achamos que sabemos e o que queremos saber: perspectivas sobre confiança nas notícias num mundo em mudança”, de Arguedas et al. (2020), publicado pelo *Reuters Institute for Study of Journalism*. Consultado em 04/02/2021. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/o-que-achamos-que-sabemos-e-o-que-queremos-saber-perspectivas-sobre-confianca-nas-noticias-num-mundo-em-mudanca>

⁹⁹ Idem

¹⁰⁰ idem

Os estudos e conclusões de pesquisadores mostram que uma relação de confiança tem importância vital para a própria sobrevivência da atividade jornalística, que já convive com redução de verbas publicitárias e de assinaturas. É uma concorrência complicada. Enquanto toda a mídia *mainstream*, produzida por profissionais, cobra pela venda de conteúdo, milhões de produtores de conteúdo que disputam espaço no mundo digital oferecem suas notícias gratuitamente. Mas, dependendo da repercussão que têm, acabam faturando com elas, pois plataformas digitais compensam seus provedores de conteúdo com valores relacionados ao número de cliques na notícia e ainda vendem espaço publicitário. Segundo o *Reuters Institute*, que pesquisou o acesso à informação em mais de 40 países, incluindo o Brasil, o efeito colateral disso pode ser a evolução de uma “desigualdade de informação”, como explica o investigador da instituição Richard Flechter, em reportagem de João Pedro Pereira (2019) no jornal português *Público*.

“A principal preocupação é que só um grupo de elite tenha acesso à informação de qualidade, porque são os únicos dispostos pagar por elas...Os efeitos concretos que isso pode ter, se acontecer, são difíceis de antecipar, e irão variar dependendo do contexto, mas as sociedades em geral se beneficiam se têm uma população bem informada que seja capaz de tomar decisões políticas bem informadas.”¹⁰¹

Na mesma reportagem de Pereira (2019), Sérgio Dávila, diretor da *Folha de S.Paulo*, um dos maiores jornais brasileiros e que também oferece conteúdo online, reforça o argumento da grande mídia: “É preciso ser mais eficaz e convencer o leitor de que o jornalismo profissional é importante para a democracia e fazer jornalismo é caro. Então, é preciso pagar por este conteúdo”. O relatório do *Reuters Institute*, com dados de pesquisa feita em janeiro de 2020 (portanto antes da pandemia de coronavírus), traz uma boa notícia para a grande mídia: nos 40 países houve um significativo aumento no número de leitores que pagam por notícias online, embora em todos eles os consumidores de notícias gratuitas ainda sejam maioria. Segundo a pesquisa, houve um aumento de consumo de fontes tradicionais de notícias. Os mais propensos a pagar por informações são os que têm mais qualificações acadêmicas e maior renda.

¹⁰¹ Depoimento de Richard Flechter, extraído da reportagem “Quem paga o quarto poder”, de Pereira (2019), publicada no Jornal Público em 22/06/2019, p. 32-33.

“No geral, o fator mais importante para quem se inscreve é a distinção e a qualidade do conteúdo. Os assinantes acreditam que estão obtendo informações melhores. No entanto, um grande número de pessoas está perfeitamente satisfeito com as notícias que podem acessar gratuitamente e observamos uma proporção muito elevada de não assinantes (40% nos EUA e 50% no Reino Unido) que afirmam que nada poderia persuadi-los a pagar.”¹⁰²

Enquanto buscam se adaptar aos novos tempos, aumentando a oferta de notícias online em seus próprios portais de notícias, tentando uma maior interação com seu público e criando antidotos contra a desinformação, os veículos da mídia tradicional reduzem seus custos e quadros de colaboradores para se manterem vivos. Mas o ano de 2021 chegou com boas novas – acordos do Google com imprensa francesa e australiana trazem possibilidade concreta de reforço de caixa para o jornalismo profissional também em outros países. Na França, a *L’Alliance de la Presse d’Information Générale* (APIG, Aliança da Imprensa de Informação Geral), entidade que representa cerca de 300 veículos de imprensa, conseguiu na Justiça que o *Google* passe a remunerar pelo uso de conteúdo da mídia tradicional disponibilizado em seu sistema de buscas.¹⁰³ Menos de um mês depois, pressionada pelo governo australiano, o *Google* fechou acordos com três grandes grupos de jornalismo que atuam no país. Um deles é a *News Corp*, de Rudolph Murdoch, que é dona do *Australian* e da *Sky News* na Austrália, e estendeu a negociação para o uso de conteúdo do *Wall Street Journal* e *New York Post*, nos Estados Unidos, do *Times* e *Sun* no Reino Unido. O acordo garante também receita de anúncios no *Google*¹⁰⁴. Depois de uma reação inicial negativa ao pagamento de conteúdo editorial, o *Facebook* aceitou negociar acordos que servirão como referência para outros

¹⁰² Trecho do artigo “*Overview key findings 2020*”, de Newman (2020), publicado pelo *Reuters Institute for the Study of Journalism*. Consultado em 10/10/2020. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf

¹⁰³ Segundo reportagem “*Google e imprensa francesa anunciam acordo para remuneração por conteúdo*”, de Rignes (2021), publicada em *Olhar Digital*. Consultado em 23/01/2021. <https://olhardigital.com.br/2021/01/21/noticias/google-e-imprensa-francesa-anunciam-acordo-para-remuneracao-por-conteudo/>

¹⁰⁴ Segundo reportagem “*Google fecha acordo de US\$ 30 milhões com empresa de comunicação australiana após resistência à nova lei*”, não assinada, publicada pelo portal *GI*. Consultado em 26/02/2021. <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/02/17/google-fecha-acordo-de-us-30-milhoes-com-empresa-de-comunicacao-australiana-apos-resistencia-a-nova-lei.ghtml>

projetos de lei que devem surgir em muitos países. “O resultado pode indicar um caminho a ser seguido para a regulamentação da indústria da mídia dentro das redes sociais.”¹⁰⁵

De fato, alguns movimentos e ações concretas apontam para um futuro menos tenebroso: as já citadas iniciativas de *fact-checking*; a valorização e proteção do ato jornalístico; e a derrubada de contas do ex-presidente Donald Trump e militantes trumpistas e bolsonaristas. Enquanto estes gritam contra o que chamam de ataque à liberdade de expressão, instituições do setor de comunicação propõem um remédio ainda mais amargo para as grandes plataformas: a responsabilização por danos decorrentes de conteúdos falsos impulsionados. “É bastante provável que, se tal modelo estivesse em vigor, nem Trump nem os *youtubers* bolsonaristas jamais teriam chegado aonde chegaram”, afirma editorial de *O Globo* de 14/02/2021. Em essência, o texto do diário, diante do avanço irreversível da comunicação via redes sociais, mostra alinhamento com as premissas de valorização do ato jornalístico e do jornalismo profissional.

“As plataformas, empresas privadas, têm o direito de arbitrar o que circula em suas redes, assim como um jornal ou noticiário de TV decide o que publica ou leva ao ar. Mas elas se tornaram um ambiente de debate público e, como os demais meios, exercem papel relevante para informação numa democracia. Por isso mesmo, precisam estar sujeitas a regras sensatas, que preservem a qualidade do conteúdo, a pluralidade de opiniões, o nível do debate, o respeito à lei, aos direitos humanos e à própria democracia”¹⁰⁶.

Enquanto não surgem filtros eficazes que possam analisar o volume monumental de informações que circulam no mundo digital, há outras ações promissoras em andamento. Se as redes sociais que geraram e continuam gerando tantos lucros para Mark Zuckerberg chegaram para ficar, com todos os seus defeitos, talvez a solução seja investir na pluralidade de plataformas, criando comunidades e reforçando laços de confiança. Essa é a proposta de

¹⁰⁵ Trecho retirado da reportagem “Facebook e Austrália chegam a acordo para restaurar páginas de notícias”, não assinada, publicada pelo site *Olhar Digital*. Consultado em 26/02/2021. <https://olhardigital.com.br/2021/02/23/internet-e-redes-sociais/facebook-acordo-australia-noticias/>

¹⁰⁶ Trecho do editorial “Uma briga em que nenhum dos dois lados tem razão”. *O Globo*. Publicado em 14/02/2021. <https://blogs.oglobo.globo.com/opiniao/post/uma-briga-em-que-nenhum-dos-dois-lados-tem-razao.html>

Francesco Zaffarano, editor-chefe da *Will Media* (startup italiana de mídia social) e pesquisador de mídia e inovação. Segundo ele, com base em dados que confirmam o aumento da busca de informações confiáveis na Internet em 2020, a pandemia de coronavírus mostrou que as pessoas precisam de jornalismo, “*but only on the condition that journalism proves relevant to their everyday lives*”. E conclui: “*then the best way to meet this demand is to ask people what kind of information they need.*”¹⁰⁷. Na prática, vem se confirmando a tese de Zaffarano de que a criação de comunidades pode ser uma forma de combater informações falsas e de reforçar a confiança nas notícias. Na startup *Will Media* ele vem liderando um processo de engajamento que propõe uma interação constante com os membros da comunidade, a partir dos comentários feitos sobre as histórias publicadas. Assim, os assuntos em debate acabam sendo eleitos pelos seguidores da startup.

“*By doing all these things, every day we learn something new about the members of our community, which is fundamental to building a strong and long-lasting editorial strategy. And it produces results: In the first year since launch, we have built a 600,000-strong community on Instagram, reached 14 million-plus interactions and 45 million-plus video views, and launched one of the most-listened-to daily podcasts in Italy.*”¹⁰⁸

Num outro artigo¹⁰⁹, Zaffarano (2018) cita exemplos de comunidades que têm como base as próprias plataformas dos gigantes da tecnologia. A prestigiada *The Economist*, na preparação da conferência *The Economist Open Future*, criou um grupo no *Facebook* para promover conversas sobre o papel dos mercados, tecnologia e democracia. Seria possível impedir a entrada no grupo de um *newsfaker*¹¹⁰? Não. Mas com regras simples de convivência na comunidade e uma moderação cuidadosa, ele seria naturalmente excluído, defende o autor.

¹⁰⁷ Trecho de artigo “The year we ask the audience what it needs”, de Zaffarano (2020), publicado pelo *Nieman Lab. Cambridge*. Consultado em 12/2020. <https://www.niemanlab.org/2020/12/the-year-we-ask-the-audience-what-it-needs/>

¹⁰⁸ Idem

¹⁰⁹ “Towards a rethinking of journalism on social media”, de Zaffarano (2018), publicado pelo *Nieman Lab. Cambridge*. Consultado em 02/2020. <https://www.niemanlab.org/2018/12/towards-a-rethinking-of-journalism-on-social-media/>

¹¹⁰ “Someone who invents news to influence public opinion, usually for personal or political advantage”, de acordo com o Urban Dictionary (<http://urbandictionary.com>).

“Neither clickthrough rate nor post reach is fundamental — people’s ideas are, and this helped to create a proactive and engaged community that keeps discussing even today, months after the end of the Open Future Conference.” Um segundo exemplo de comunidades que não toleram os discursos de ódio, zelando pelo diálogo e pelo fortalecimento da democracia, é o *Refresh*, lançado pelo *The Telegraph*.

“The goal is to engage with a younger audience in order to produce a series of articles and comments “by young people, for young people.” Daniel Capurro and Helena Horton, the journalists who moderate the group, post contributions to trigger conversations and make members of the group write their own articles which are eventually published on The Telegraph website.”¹¹¹

Em sintonia com as novas experiências de compartilhamento em grupo, o *Facebook* já estuda o desenvolvimento de sua própria ferramenta para a criação de comunidades, seguindo a iniciativa do *Google* com o *Spaces*, no *Twitter*. Nos dois casos, a proposta está alinhada com a que defende Zaffarano: possibilitar um ambiente menos poluído em que os usuários possam compartilhar *posts* e conteúdos sobre um tema específico. Simone Pereira de Sá, professora de Estudos de Mídia da Universidade Federal Fluminense, relaciona a grande repercussão do documentário “O Dilema das Redes”¹¹² a um cenário em que parcela significativa dos usuários das redes sociais está questionando a dinâmica das plataformas: “Existe uma saturação dos modelos muito grandes, sem moderação, sem preocupação com filtro. Mas a vida real é a vida da internet também. Ninguém vai abandonar seus *apps*.”¹¹³ Para André Micelli, coordenador do MBA de marketing digital da Fundação Getúlio Vargas¹¹⁴ (FGV), “toda tecnologia obedece a

¹¹¹ Trecho de artigo “Towards a rethinking of journalism on social media”, de Zaffarano (2018), publicado pelo *Nieman Lab. Cambridge*. Consultado em 12/2019. <https://www.niemanlab.org/2018/12/towards-a-rethinking-of-journalism-on-social-media/>

¹¹² “O dilema das redes” é um documentário produzido pela *Netflix*, que trata do impacto das redes sociais na democracia e na sociedade como um todo.

¹¹³ Depoimento de Simone Pereira de Sá extraído da reportagem de “Clubhouse cresce em tempos de mais falação e menos textão e levanta dúvidas: para que tantas redes?”, de Duvanel (2021), publicada em *O Globo*. Consultado em 25/02/2021. <https://oglobo.globo.com/cultura/clubhouse-cresce-em-tempos-de-mais-falacao-menos-textao-levanta-duvida-para-que-tantas-redes-24883380#>

¹¹⁴ A Fundação Getúlio Vargas (<https://portal.fgv.br/>) é uma instituição de referência em ensino e pesquisa no Brasil e no mundo, que oferece programas de graduação, mestrado, doutorado e também consultoria.

uma curva de adoção e descarte”. “À medida que a sociedade cresce em termos de representatividade na internet, abre-se espaço para novas plataformas. (...) Temos visto agora uma readequação do uso do *Facebook* e do *Twitter*, que pararam de crescer ou perderam relevância em alguns segmentos. Isso abre caminho para outras propostas.”¹¹⁵

De fato, num mercado competitivo e ávido por novidades como o das redes sociais, há sempre lançamentos de modelos de comunicação virtual. Para ficar restrito ao escopo da dissertação, que busca neste capítulo apresentar e avaliar propostas que possam minimizar o número e o estrago causado pelas *fake news*, cabe citar o *Clubhouse*, uma rede social só de áudios e por enquanto disponível apenas para o sistema IOS (*Iphone*). Aqui, os grupos são formados por convites. Cada novo membro têm o direito de adicionar duas pessoas. Há salas de discussão sobre diversos assuntos e o participante pode optar por ser ouvinte ou *speaker*, cabendo ao moderador do grupo aceitar ou não a solicitação. O limite de participantes numa comunidade é cinco mil. No segmento, o aplicativo foi o mais baixado na *Apple Store* na semana de 8 a 14/02/2021.¹¹⁶

Será que a tendência de surgimento de grupos menores se tornará realmente um paliativo eficaz contra a enxurrada de falsidades e de polarização nas grandes redes? Ou será apenas um desdobramento da estratégia utilizada pelas grandes (e as novas) plataformas para manter (e conquistar) usuários? São questões ainda sem resposta, mas experiências de engajamento indicam que os usuários-cidadãos (mão-de-obra escrava, matéria-prima e mercadoria, segundo Bucci, 2019) podem desempenhar papel importante para a prática do bom jornalismo. No artigo “*What ‘Engagement Reporting’ Is and Why It Matters*”, publicado no portal *Midia Shift*, Taylor Blatchford relata como os chamados “repórteres de engajamento” usam comunidades de notícias para construir suas reportagens e relacionamentos com o público. É uma evolução dos grupos de compartilhamentos, aqui com a mediação de um jornalista profissional. O artigo indica efeitos positivos. Um deles é a maior aproximação do veículo com seu público, que se sente participante da reportagem. Outro é o resultado da reportagem em si, que acaba sendo enriquecida com variedade de depoimentos e

¹¹⁵ Depoimento de André Micelli extraído da reportagem de “Clubhouse cresce em tempos de mais falação e menos textão e levanta dúvidas: para que tantas redes?”, de Duvanel (2021), publicada em *O Globo*. Consultado em 25/02/2021. <https://oglobo.globo.com/cultura/clubhouse-cresce-em-tempos-de-mais-falacao-menos-textao-levanta-duvida-para-que-tantas-redes-24883380#>

¹¹⁶ Segundo reportagem “Clubhouse cresce em tempos de mais falação e menos textão e levanta dúvidas: para que tantas redes?”, de Duvanel (2021), publicada em *O Globo*. Consultado em 25/02/2021. <https://oglobo.globo.com/cultura/clubhouse-cresce-em-tempos-de-mais-falacao-menos-textao-levanta-duvida-para-que-tantas-redes-24883380#>

histórias sobre determinado tema. Blatchford usa como exemplo o depoimento da repórter de engajamento Adriana Gallardo, que dedicou meses à investigação sobre saúde materna para uma série de reportagens.

“It allows us to be a little more creative with the ways we build an investigation. I’m in constant communication with them, asking what other questions they have...why aren’t more women talking with us? We build them into the investigative project and give them agency within the project.”¹¹⁷

¹¹⁷ Depoimento de Adriana Gallardo, extraído do artigo “*What ‘Engagement Reporting’ Is and Why It Matters*”, de Blatchford (2018), publicado no portal *Midia Shift*. Consultado em 02/02/2021.

<http://mediashift.org/2018/01/engagement-reporting-matters/>

12 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O incontrolável crescimento no número de produtores de conteúdo e seu incrível arsenal de artifícios e falsidades já foi comparado nesta dissertação a uma “sucuri de silício, que tritura e engole a sociedade civil globalizada” (Bucci, 2019, p.46). Sucumbiremos todos, então, ao apetite voraz desta serpente venenosa? Será um dia possível fazer com que todos os cidadãos usuários da internet sejam regidos por um código de ética? Haverá fiscalização e punições aos que não a respeitarem? Estendendo a todos o direito da livre expressão, o que será do jornalismo profissional e das empresas jornalísticas? Como regulamentar o ato jornalístico? São questões que só o tempo, senhor da razão, responderá. Não à toa, esta dissertação tem como título também uma interrogação. “Afinal, o que é jornalismo?” nestes tempos em que o público em geral confunde verdade, mentira, informação, desinformação e opinião e até entre os próprios jornalistas profissionais muitos procuram uma resposta para essa pergunta.

A partir desta avaliação, pretendi neste estudo, a partir das perspectivas em destaque, lançar elementos para um debate sobre os caminhos do jornalismo na era digital. São muitos os desafios: a atividade tem que lidar ao mesmo tempo com as evoluções tecnológicas, o boom de *fake news*, os novos modelos de negócios, a polarização política e, mais especificamente nos casos recentes brasileiro e americano, com as ameaças à democracia. Optei por partir dos conceitos teóricos e princípios éticos relacionados à prática jornalística antes de buscar uma análise sobre sua aplicação (ou não) no atual cenário tecnológico digital em que o termo jornalismo se confunde com a simples divulgação e repasse de notícias sem filtragem e responsabilização do emissor. Impossível não reconhecer (e demonstrar nesta dissertação) que o acesso global às tecnologias de informação trouxe uma democratização da informação, abrindo muitos canais para a livre expressão, quebrando monopólios de grandes grupos de comunicação e empoderando comunidades que eram invisíveis para a sociedade. Bons exemplos, como portais que dão voz a comunidades em situação de vulnerabilidade social, foram apresentados.

Mas o estudo mostra também que a chamada revolução digital trouxe efeitos colaterais ameaçadores. Como ficou evidenciado em muitas citações de estudiosos do tema, a disseminação generalizada de realidades inventadas e informações inconsistentes ou manipuladas já comprovou poder de fogo para influenciar em eleições, destruir reputações e ameaçar a estabilidade social e política. Finalmente, sempre amparado em fontes confiáveis e

o mais atualizadas possível, procurei alinhar possíveis antídotos e estratégias contra o risco de erosão da democracia. A velocidade com que as mudanças acontecem no ecossistema midiático fez com que muitas vezes o estudo tivesse que ser atualizado a partir de notícias que chegavam de diversas partes do mundo e da publicação de novos estudos sobre jornalismo. Tendo como um dos focos principais nesta dissertação um tema (*fake news*) que ganha destaque diário e global, não poderia ser diferente. O desdobramento de recentes ações que obrigam grandes plataformas digitais a pagarem pelo uso de conteúdo da mídia profissional, por exemplo, pode contribuir para a manutenção do jornalismo profissional e certamente merecerá investigações mais detalhadas.

Se não é democrático limitar o direito universal à livre expressão, a defesa do ato jornalístico, proposta apresentada no capítulo 4 desta dissertação por Peters & Tandoc (2013)¹¹⁸ e Stearns (2013)¹¹⁹, surge como uma boa iniciativa para o controle de desinformação nas redes sociais. O ato jornalístico pressupõe que qualquer cidadão está habilitado a produzir e distribuir informação, desde que respeitados princípios éticos. A proposta de Peters & Tandoc (2013) e Stearns (2013) encontra resistência de empresas e entidades do setor de comunicação e também de alguns cientistas políticos, mas tem apoio de outros estudiosos e percentual significativo de jornalistas, como mostra a pesquisa apresentada nesta dissertação, que acreditam não ser possível impedir a contribuição de não jornalistas. Os estudos devem avançar, desenvolvendo, por exemplo, teorias sobre como seria feito nas redes sociais o controle sobre o que é, ou não, um ato jornalístico. As questões que se impõem são: como construir um código de ética consensual? Como fazê-lo respeitado com um contingente tão numeroso? Como fiscalizar seu cumprimento? No Brasil, o debate sobre esse tema enfrenta mais um obstáculo – o relativamente recente (de 2009) decreto que garante a não obrigatoriedade do diploma de curso superior para o exercício do jornalismo, que é apontado por muitos estudiosos como um risco à credibilidade conquistada ao longo de tantos

¹¹⁸ O tema é tratado por Peters & Tandoc no artigo “*Why Defining a Journalist Is Messy, But Crucial*”, publicado na versão online do New York University Journal of Legislation and Public Policy. Consultado em 02/02/2021. <https://www.nyuylpp.org/wp-content/uploads/2013/03/Peters-Tandoc-Quorum-2013.pdf>

¹¹⁹ A defesa do ato jornalístico é feita no artigo “*Let’s stop defining who is a journalist, and protect all acts of journalism*”, de Stearns Josh, publicado no site Media Shift. Consultado em 09/01/2020. <http://mediashift.org/2013/10/lets-stop-defining-who-i-a-journalist-and-protect-all-acts-of-journalism/>

anos pela mídia profissional. Lembrando, como já mostrado em capítulos anteriores, que o jornalismo profissional é a principal fonte da maioria absoluta dos portais, sites e blogs, que manipulam seus conteúdos ao gosto do freguês.

Pressionada pela multiplicação de fontes de informação no ecossistema virtual e também por queda de faturamento publicitário e assinaturas, empresas de mídia profissional buscam se reinventar potencializando notícias *online*, investindo em *podcasts* e criando novos canais de interação direta com seu público. Nessa linha, a proposta de compartilhamento por grupos menores surge como alternativa para quem busca um ambiente digital menos “poluído”. Zaffarano (2020)¹²⁰ acredita que a criação de comunidades pequenas para discussão de temas específicos pode combater informações falsas e reforçar a confiança nas notícias. O *The Economist* e o *The Telegraph* já colheram bons resultados com e experiência. O *Spaces* e o *Clubhouse* seguem a tendência.

As conclusões do *Digital News Report 2020* do *Reuters Institute* também apontam para uma maior proximidade entre veículos e público como o caminho para a sobrevivência do jornalismo profissional no ecossistema digital.

“Olhando para o futuro, os editores estão cada vez mais reconhecendo que a sobrevivência a longo prazo provavelmente envolverá uma conexão mais forte e mais profunda com o público *online*, motivo pelo qual também examinamos a importância crescente de e-mails e *podcasts*, formatos que estão sendo implantados em maior número para aumentar o engajamento e a lealdade.”¹²¹

À margem dos avanços tecnológicos, outro caminho que pode aproximar jornalistas e público são relatos que, usando recursos de ficção, possam se tornar mais atraentes. É o tipo de jornalismo que se tornou conhecido como *new journalism* e que ressurgiu não só em forma de texto, mas também como séries documentais, lançando mão de ferramentas da literatura e do entretenimento audiovisual para contar histórias não ficcionais. Mas o premiado escritor

¹²⁰ A tese de Zaffarano é defendida no artigo “The year we ask the audience what it needs”, publicado pelo *Nieman Lab. Cambridge*. Consultado em 12/2020. <https://www.niemanlab.org/2020/12/the-year-we-ask-the-audience-what-it-needs/>

¹²¹ Trecho extraído do artigo “Overview key findings 2020”, de Newman (2020), publicado pelo *Reuters Institute for the Study of Journalism*. Consultado em 10/10/2020. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf

anglo-indiano Salman Rushdie¹²², também professor de jornalismo na Universidade de Nova York, alerta para a confusão de verdade factual com verdade subjetiva:

“O desafio que se impõe é: em tempos em que as pessoas estão tão desconfiadas do jornalismo, até que ponto se podem usar licenças literárias? É claro que é importante reforçar aos estudantes que não se deve inventar diálogos nem juntar vários personagens num só. E o que é mais importante é que não devemos alimentar a ideia de um mundo em que a verdade seja subjetiva. Que o que você acredita ser a verdade tenha o mesmo valor do que o que outra pessoa pensa que é a verdade. (...) O que tenho tentado estudar com meus alunos é como chegar a uma verdade que não seja subjetiva. Que não deixe espaço para que se aceite que a Terra possa ser plana, que a eleição americana tenha sido fraudada, que não se deve tomar a vacina. O jornalismo tem de reconquistar a confiança das pessoas.”¹²³

Pesquisas citadas na dissertação deixam transparecer sintomas de desorientação dos jornalistas (e também do público) em meio a um cenário de grandes mudanças no ambiente midiático e opiniões divergentes em vários segmentos sobre o seu papel social. Numa delas, 60% dos entrevistados acham que qualquer um pode produzir e distribuir notícias, mas ao apontarem fontes mais confiáveis, 96% apontam veículos da mídia tradicional. Noutra, que entrevistou 243 jornalistas em cargos em chefia em 43 países, revela-se que 68% deles acreditam que as *fake news* fortalecem a mídia profissional, mas apenas 53% estão confiantes no futuro do jornalismo.

Também mereceu destaque neste estudo uma abordagem sobre o que é conhecido como *advocacy journalism* (uma mistura de jornalismo com ativismo), a partir de uma pesquisa feita sobre a cobertura feita por oito diferentes veículos digitais (quatro de tendência política à esquerda, três alinhados à direita e um independente) sobre o primeiro pronunciamento do

¹²² Ahmad Salman Rushdie tornou-se mundialmente conhecido após ter lançado em 1989 o livro “*Satanic Verses*”, considerado ofensivo a Maomé e ao islamismo. Condenado à morte pelo Aiatolá Ruhollah Khomeini, líder do Irã, Rushdie viveu muitos anos no anonimato até se fixar em Nova York.

¹²³ Trecho de depoimento de Salman Rushdie, extraído da reportagem “Reconstruir a crença das pessoas na verdade será um longo processo, diz Salman Rushdie”, de Colombo (2019), publicado na *Folha de S.Paulo*. Consultado em 23/02/2021. <https://www1.folha.uol.com.br/folha-100-anos/2021/02/reconstruir-a-crenca-das-pessoas-na-verdade-sera-um-longo-processo-diz-salman-rushdie.shtml>

presidente Bolsonaro na ONU em 2019. Todos os portais estudados, mesmo os que contam com maioria de jornalistas profissionais em suas redações, ignoraram os princípios de imparcialidade, isenção, precisão e equidade que regem a prática do bom jornalismo. Exageros à parte, o posicionamento de jornalistas divide a classe, como revela recente pesquisa do *Reuters Institute*. Ela mostra que 48% dos 243 jornalistas entrevistados em 43 países acham que não faz sentido ficar neutro diante de algumas questões políticas e sociais. Não quer dizer que pratiquem o *advocacy journalism*, mas simplesmente o bom jornalismo, que pode combater com investigação e fatos inversões de valores como as expressadas pelo presidente do Brasil em trechos do pronunciamento feito no plenário da ONU. Um bom exemplo é apresentado abaixo.

“O politicamente correto passou a dominar o debate público para expulsar a racionalidade e substituí-la pela manipulação, pela repetição de clichês e pelas palavras de ordem. A ideologia invadiu a própria alma humana para dela expulsar Deus e a dignidade com que Ele nos revestiu. (...). Nas questões do clima, da democracia, dos direitos humanos, da igualdade de direitos e deveres entre homens e mulheres, e em tantas outras, tudo o que precisamos é isto: contemplar a verdade, seguindo João 8:32: 'E conheceis a verdade, e a verdade vos libertará!.'”¹²⁴

Considerando o aumento descontrolado do desmatamento da Amazônia nos últimos anos; os ataques sem tréguas à imprensa profissional; o estímulo ao armamento da população; a postura irresponsável do governo diante de uma pandemia que tirou a vida de mais de 550 mil brasileiros; os vários episódios em que o presidente do Brasil se revelou grosseiro, misógino e homofóbico; e até o envolvimento da família Bolsonaro na produção e disseminação de *fake news*¹²⁵, constata-se que a verdade, mesmo imperfeita, se revela com frequência muito maior nas publicações do jornalismo profissional, às quais uma grande

¹²⁴ Trecho do discurso do presidente Jair Bolsonaro na assembleia da ONU em 2019. A íntegra do texto está reproduzido no ANEXO A

¹²⁵ Várias reportagens na mídia tradicional - sustentadas por dados oficiais, investigações policiais e vídeos ou declarações públicas amplamente divulgados - confirmam a realidade do desmatamento na Amazônia à época do pronunciamento (Folha de S.Paulo, 2020), os ataques à imprensa (Estado de Minas, 2021), o incentivo ao armamento da população (Folha de S.Paulo, 2021), a postura do Governo em relação à pandemia (UOL, 2021), os episódios em que o presidente Bolsonaro se mostrou misógino (Ramalho, 2016) e homofóbico (Folha de S.Paulo, 2019) e o envolvimento da família Bolsonaro com disseminação de fake news. (Colon, 2020) Aqui, faz-se referência a apenas uma reportagem sobre cada um dos tópicos, sempre de fontes do jornalismo profissional, mas há muitas outras disponíveis na internet. As reportagens não assinadas citadas estão identificadas pelos nomes dos veículos nas referências bibliográficas.

parcela populacional não tem acesso – ou não quer ter, na maioria dos casos por estar imersa numa realidade paralela que só traz as narrativas do governo Bolsonaro e da extrema-esquerda. Torna-se imperioso, diante deste cenário, entender que a busca da verdade passa também pelo receptor das notícias. Scofield Jr. (2019, p. 65) chama a atenção para a necessidade de “aumentar o pensamento crítico e a conscientização do que os americanos chamam de *media literacy* – a habilidade de consumir notícias de verdade sabendo separar o que é falso do que é verdadeiro.”

Reforçando a importância sobre a preservação do ato jornalístico, do jornalismo profissional, e principalmente sobre a necessidade de questionar verdades alheias, minimizando assim a ameaça representada pelas *fake news*, encerro esta dissertação com a esperança de que ela possa contribuir de alguma forma para futuros trabalhos acadêmicos. E também com uma frase, cunhada por Hanna Arendt (1951) em “A origem do totalitarismo”, que serve como alerta nesses tempos em que a “sabedoria das multidões”¹²⁶ se espalha como uma epidemia pelo mundo virtual em que vivemos. Diz Arendt:

“O súdito perfeito do totalitarismo não é o nazi convicto ou o comunista convicto. É aquele para quem deixou de existir a diferença entre o fato e a ficção (isto é, a realidade da experiência) e a diferença entre verdadeiro e falso (isto é, os critérios do pensamento).” (Arendt, 1973, p. 474, como citado em Kakutani, 2018, p.11)

¹²⁶ Definida por Kakutani (2018) como uma combinação de fatores - desprezo pelos fatos, substituição da razão pela emoção e apropriação da linguagem - que reduz o valor da verdade

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agência Brasil. <https://agenciabrasil.ebc.com.br/>

Agência Mural. www.agenciamural.org.br/sobre-nos

Alencar, K. (2019). Falsa e desastrosa, fala de Bolsonaro na ONU só piora imagem do Brasil.

Diário do Centro do Mundo, 24/09/2019. Recuperado em

<https://www.diariodocentrodomundo.com.br/falsa-e-desastrosa-fala-de-bolsonaro-na-onu-so-piora-imagem-do-brasil-por-kennedy-alencar/>

Alves, J.E.D. (2018, 10 de Outubro). O voto evangélico garantiu a eleição de Jair Bolsonaro.

Ecodebate, Recuperado em [https://www.ecodebate.com.br/2018/10/31/o-voto-](https://www.ecodebate.com.br/2018/10/31/o-voto-evangelico-garantiu-a-eleicao-de-jair-bolsonaro-artigo-de-jose-eustaquio-diniz-alves/)

[evangelico-garantiu-a-eleicao-de-jair-bolsonaro-artigo-de-jose-eustaquio-diniz-alves/](https://www.ecodebate.com.br/2018/10/31/o-voto-evangelico-garantiu-a-eleicao-de-jair-bolsonaro-artigo-de-jose-eustaquio-diniz-alves/)

Alves, J.E.D., Cavenaghi, S., Barros, LFW., & CARVALHO, A.A. (2017). Distribuição

espacial da transição religiosa no Brasil. *Tempo Social*, revista de sociologia da

Universidade de São Paulo (USP), v. 29, n. 2, 2017, pp: 215-242. Recuperado em

<http://www.revistas.usp.br/ts/article/view/112180>

Andrade, S.M. (2009, 27 de Outubro). Fenaj pró-diploma: o Supremo errou e o Congresso

tem o dever de consertar. *Vermelho*. Recuperado de

<https://vermelho.org.br/2009/10/27/fenaj-pro-diploma-o-supremo-errou-e-o-congresso-tem-de-consertar/>

Arendt, Hanna. (1973). *The origins of totalitarianism*. Harcourt. Nova York

Araújo, M. R. (1946). *A reportagem como género: género do jornalismo através do constante*

histórico-literário. Tese de licenciatura em Filologia Românica na Faculdade de

Letras da Universidade de Lisboa. Biblioteca da Faculdade de Letras de Lisboa, Lisboa.

Arguedas, A.R; Badrinathan, S.; Flechter, R.; Mont'Alverne, C.; Nielsen, R.; Toff, B. (2020).

O que achamos que sabemos e o que queremos saber: perspectivas sobre confiança nas

notícias num mundo em mudança. *Reuters Institute for Study of Journalism*. Publicado

em 03/12/2020. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/o-que-achamos-que-sabemos-e-](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/o-que-achamos-que-sabemos-e-o-que-queremos-saber-perspectivas-sobre-confianca-nas-noticias-num-mundo-em-mudanca)

[o-que-queremos-saber-perspectivas-sobre-confianca-nas-noticias-num-mundo-em-mudanca](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/o-que-achamos-que-sabemos-e-o-que-queremos-saber-perspectivas-sobre-confianca-nas-noticias-num-mundo-em-mudanca)

- Benites, A. (2010). Tércio Arnaud, o ‘rapaz das redes’ no centro da trama desbaratada pelo facebook. (versão eletrônica). *El País – Brasil*, 09/07/2020. Recuperado em <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-07-10/tercio-arnaud-o-rapaz-das-redes-de-bolsonaro-no-centro-da-trama-desbaratada-pelo-facebook.html>
- Blatchford, T. (2018). *What ‘Engagement Reporting’ Is and Why It Matters*. *Midia Shift*. Publicado em 01/2018. <http://mediashift.org/2018/01/engagement-reporting-matters/>
- Bergamo, A., Mick, J. & Lima, S. (2012). Quem é o jornalista brasileiro - perfil da profissão no País. *Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e FENAJ*. Recuperado de <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2016/01/pesquisa-perfil-jornalista-brasileiro.pdf>
- Bolsonaro, J. (2019). Discurso proferido na abertura da 74ª Assembléia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU), em 24 de setembro de 2019. Íntegra no anexo A.
- Bowman, S.; Willis, C. (2003) - *We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information*. *The Media Center at American Press Institute*. http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf
- Borges, R. (2018). Com Bolsonaro, evangélicos passam do veto à proposição da agenda de costumes. *El País - Brasil*, 30/10/2018. Recuperado em https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/26/politica/1540566546_877882.htm
- Branco, F.C. (2019, 24 de Setembro). Na ONU, Bolsonaro mente, destila ódio e desinformação. *Esquerda On Line*. Recuperado em <https://esquerdaonline.com.br/2019/09/24/na-onu-bolsonaro-mente-destila-odio-e-desinformacao/>
- Brito, F. (2019, em 24 de Setembro). Bolsonaro vai à guerra com o mundo. *Tijolaco* . Recuperado em <https://tijolaco.net/bolsonaro-vai-a-guerra-com-o-mundo/>
- Brum, J. F. T. (2010). *Advocacy journalism: uma análise de Le Monde Diplomatique Brasil*. *Revista da Graduação*, v.3 (Faculdade de Comunicação Social PUC-RS). <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/graduacao/article/view/6733>
- Bruno, F.: Roque, T. (2019). A ponta de um iceberg de desconfiança. Em M. Barbosa (ed.) *Pós-verdade e fake news – reflexões sobre a guerra das narrativas*. Cobogó. São Paulo.

- Bucci, E. (2019). *Fake não são news – e fake news não são news*. Em M. Barbosa (ed.) *Pós-verdade e fake news – reflexões sobre a guerra das narrativas*. Cobogó. São Paulo.
- Carvalho, J. (2019, 24 de Setembro). Não deu outra: contando mentiras, Bolsonaro protagonizou vexame na ONU. *Diário do Centro do Mundo*. Recuperado em <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/nao-deu-outra-contando-mentiras-bolsonaro-deu-vexame-na-onu-por-joaquim-de-carvalho/>
- Cazes, L, Saconi, J.P. & Dal Piva, J. (2020, 9 de julho). Gabinete no alvo – Facebook derruba rede de páginas de assessores da família Bolsonaro. *O Globo*, p.12.
- Colombo, S. (2021) Reconstruir a crença das pessoas na verdade será um longo processo, diz Salman Rushdie. (versão eletrônica). *Folha de S.Paulo*. Publicado em 19/02/2019 e atualizado em 22/02/2019. <https://www1.folha.uol.com.br/folha-100-anos/2021/02/reconstruir-a-crenca-das-pessoas-na-verdade-sera-um-longo-processo-diz-salman-rushdie.shtml>
- Colon, L. (2020). PF identifica Carlos Bolsonaro como articulador em esquema criminoso de fake news. (versão eletrônica). *Folha de S.Paulo*. Publicado em 25/04/2020. Recuperado em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/04/pf-identifica-carlos-bolsonaro-como-articulador-em-esquema-criminoso-de-fake-news.shtml>
- Coletta, R.D. e Machado, R. (2021). Bolsonaro critica *Facebook*, fala em tributar redes sociais e diz que 'o certo' é tirar jornais de circulação. (versão eletrônica). *Folha de S.Paulo*. São Paulo. Publicado em 15/02/2021. Recuperado em https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/02/bolsonaro-critica-facebook-fala-em-tributar-redes-sociais-e-diz-que-o-certo-e-tirar-jornais-de-circulacao.shtml?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_campaign=twfolha
- Conexão Política. (2019). O discurso que calou a ONU e o mundo. *Conexão Política*. Publicado em Conexão 24/09/2019. Recuperado em <https://conexaopolitica.com.br/artigo/analise/o-discurso-que-calou-a-onu-e-o-mundo/>
- Correa, Frederico. (2008). *Jornalismo do cidadão – quem és tu*. Ensaio apresentado em mestrado de Ciências da Comunicação na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.

Vila Real. Recuperado em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-frederico-jornalismo-do-cidadao.pdf>

Correio Braziliense. (2011, 2 de Maio). Blogueiro paquistanês narra ataque a Bin Laden no *Twitter*. Reportagem não assinada. (versão eletrônica). *Correio Braziliense*. Brasília. Recuperado em www.correio braziliense.com.br/app/noticia/mundo/2011/05/02/interna_mundo,250508/blogueiro-paquistanes-narra-ataque-a-bin-laden-no-twitter.shtml

Cravo, A. (2020) Flávio e Carlos Bolsonaro reagem à remoção de páginas no *Facebook*: 'Impossível avaliar que tipo de perfil foi banido'. (versão eletrônica). *O Globo*. Rio de Janeiro. Publicado em 08/07/2020. Recuperado em <https://blogs.oglobo.globo.com/sonar-a-escuta-das-redes/post/flavio-e-carlos-bolsonaro-reagem-remocao-de-paginas-no-facebook-impossivel-avaliar-que-tipo-de-perfil-foi-banido.html>

Dahmer, A. (2019) Tira publicada em *O Globo* em 14/08/2019, p.5, Segundo Caderno.

DCM. (2019) “Qual o tamanho do pikachu dos índios?”, questiona no *YouTube* indígena que Bolsonaro levou à ONU. (vídeo). *Diário do Centro do Mundo*. Publicado em 25/09/2019. Recuperado em <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/essencial/video-qual-o-tamanho-do-pikachu-dos-indios-questiona-no-youtube-indigena-que-bolsonaro-levou-a-onu/>

DCM. (2019a) Delegação cubana deixa parlamento na ONU após Bolsonaro atacar Mais Médicos. Reportagem não assinada. *Diário do Centro do Mundo*. Publicado em 24/09/2019. Recuperado em <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/essencial/delegacao-cubana-deixa-parlamento-na-onu-apos-bolsonaro-atacar-mais-medicos/>

Decreto-Lei 5.480 de 13 de maio de 1943. *Diário Oficial da União* de 13/05/1943.

Presidência da República. Rio de Janeiro

Decreto-Lei 972/69, de 17 de outubro de 1969. *Diário Oficial da União* de 21/10/1969.

Presidência da República. Brasília

Decreto-Lei 5.250 de 9 de fevereiro de 1967. *Diário Oficial da União* de 9/02/1967.

Presidência da República. Brasília

- De Pieri, B. (2019, 24 de setembro). “Bolsonaro dá pancada na mídia e afirma: Amazônia não está devastada nem consumida pelo fogo”. *Terça Livre*. Recuperado em <https://tercalivre.com.br/bolsonaro-da-pancada-na-midia-e-afirma-amazonia-nao-esta-devastada-nem-consumida-pelo-fogo/>
- Domingos, R. (2021). É #FAKE que estudo prove que máscaras acumulam micróbios capazes de causar câncer”. (versão eletrônica). *GI* (portal de notícias do Grupo Globo). Publicado em 15/02/2021. Recuperado em <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/coronavirus/noticia/2021/02/15/e-fake-que-estudo-prove-que-mascaras-acumulam-microbios-capazes-de-causar-cancer.ghtml>
- Duvanel, T. (2021). *Clubhouse* cresce em tempos de mais falação e menos textão e levanta dúvidas: para que tantas redes?. (versão eletrônica). *O Globo*. Rio de Janeiro. Publicado em publicado em 15/02/2021. <https://oglobo.globo.com/cultura/clubhouse-cresce-em-tempos-de-mais-falacao-menos-textao-levanta-duvida-para-que-tantas-redes-24883380#>
- Estado de Minas. (2021). Bolsonaro ataca a imprensa e sugere tirar jornais de circulação. Reportagem não assinada. (versão eletrônica). *Estado de Minas*. Belo Horizonte. Publicado em 15/02/2021. https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2021/02/15/interna_politica,1237986/bolsonaro-ataca-a-imprensa-e-sugere-tirar-jornais-de-circulacao.shtml
- Fabro, C. (2021). O que é *Clubhouse* e como funciona? Saiba usar o app da nova rede social. *Techtudo*. São Paulo. Publicado em 10/02/2021. Recuperado em <https://www.techtudo.com.br/listas/2021/02/o-que-e-clubhouse-e-como-funciona-saiba-usar-o-app-da-nova-rede-social.ghtml>
- Ferreira, K. (2019, 15 de Outubro). *Deep Learning: a tendência de Inteligência Artificial que copia um cérebro humano*. *Rock Content*. Recuperado em <https://rockcontent.com/br/blog/deep-learning/>
- Folha de S.Paulo. (2019). Bolsonaro ataca repórter após perguntas sobre Flávio e Queiroz: 'Você tem uma cara de homossexual terrível'. Reportagem não assinada. (Versão eletrônica). *Folha de S.Paulo*. São Paulo. Publicado em 20/12/2019. Recuperado em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/12/bolsonaro-ataca-reporter-apos-pergunta-sobre-queiroz-voce-tem-uma-cara-de-homossexual-terrivel.shtml>

- Folha de S.Paulo. (2020) Desmatamento na Amazônia volta a bater recorde e cresce 9,5% de 2019 a 2020. Reportagem não assinada. (versão eletrônica). *Folha de S.Paulo*. São Paulo. Publicado em 30/11/2020. Recuperado em <https://www1.folha.uol.com.br/ambiente/2020/11/desmatamento-na-amazonia-volta-a-bater-recorde-e-cresce-9.shtml>
- Folha de S.Paulo. (2021). Decretos de Bolsonaro esvaziam fiscalização sobre armas e incentivam arsenais privados, dizem organizações. Reportagem não assinada. (versão eletrônica). *Folha de S.Paulo*. São Paulo. Publicado em 13/02/2021. Recuperado em <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2021/02/decretos-de-bolsonaro-esvaziam-fiscalizacao-sobre-armas-e-incentivam-arsenais-privados-dizem-organizacoes.shtml>
- Fortis, B. (2017). *The Evolution of Citizen Journalism: How 3 Modern Outlets Are Updating the Model*. *Media Shift*. Recuperado em <http://mediashift.org/2017/05/evolution-citizen-journalism-look-modern-outlets-using-model/>
- Foucault, M. (1984). *Microfísica do Poder*. Organização e tradução Roberto Machado. 4ª ed. Edições Graal. Rio de Janeiro.
- Foucault, M. (1996). *A Ordem do Discurso*. Trad. Laura Fraga de Almeida Sampaio. 3ª ed. Loyola. São Paulo.
- Foucault, M. (2004). *Ética, sexualidade, política*. (Tradução de “Dits et écrits”). Forense Universitária. Rio de Janeiro.
- Foucault, M. (2006) *A Hermenêutica do Sujeito*. Martins Fontes. São Paulo. Recuperado em http://www2.fct.unesp.br/docentes/geo/necio_turra/MINI%20CURSO%20RAFAEL%20ESTRADA/foucault-hermeneutica-do-sujeito.pdf
- Foucault, M. (2014). *Aulas sobre a vontade de saber*. Tradução de Rosemary Costhek Abílio. Martins Fontes. São Paulo.
- Gandour, R.(2020). *Jornalismo em retração - poder em expansão*. Cobogó. São Paulo.
- Gillmor, D. (2006). *We, the Media*. O'Reilly Media. Sebastopol, CA, EUA. Recuperado em <https://www.oreilly.com/openbook/wemedia/book/>
- Gillmor, D. (2010). *Mediactive*. Lulu.com. San Francisco.

- Godinho, J. (2009). *Origens da Reportagem: Imprensa*. Livros Horizonte. Lisboa.
- Godinho, J. (2017) “A minha vida não dava um filme: ensaio de desconstrução da reportagem entre a literatura e o jornalismo”. Em *Narrativa e Media: géneros, figuras e contextos*. Imprensa da Universidade de Coimbra. Coimbra.
- González, E. (2003). Infâmia de Jayson Blair abala a cúpula do *The New York Times*. *UOL (Universo On Line)*. Publicado em 06/06/2003. Recuperado em <https://noticias.uol.com.br/midiaglobal/elpais/ult581u527.jhtm>
- Heeter, C. (1992). *Being There: The Subjective Experience of presence*. Em *Presence Teleoperators & Virtual Environments* 1(2): 262--271. MIT Press: Cambridge.
- Hordecete, I. (2020). Vontade de verdade como exercício de poder: entre Nietzsche e Foucault. *Kinesis*, revista de estudos de pós-graduandos em filosofia. Volume 12, pgs 109/123. Universidade Estadual Paulista. Marília.
- Hudson, G.; Temple, M. (2010). *We are not all journalists now*. Em S. Tunney et al (eds) *Web journalism: a new form of citizenship?*. Sussex University Press. Eastbourne.
- Ignatidou, S. (2019). *The weaponisation of information is mutating at alarming speed*. *The Guardian - Business Telegraph*. Londres. Publicado em 19/08/2019. Recuperado em <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/aug/19/weaponisation-of-information-mutating-privacy>
- Isaac, M.; Wakabayash, D. (2017). *Russian influence reached 126 million through Facebook alone*. *New York Times*. Nova York. Publicado em 30/10/2017. Recuperado em <https://www.nytimes.com/2017/10/30/technology/facebook-google-russia.html>
- Jordan, L. (Ed.). (1976). *The New York Times: Manual of Style and Usage*. *The New York Times*. Quadrangle/The New York Times Book Company. New York.
- Kakutani, M. (2018). *A morte da verdade – a falsidade na era Trump*. Editorial Presença. Lisboa.
- Kamel, A. (2019) – “O JN e o jornalismo profissional”. Em Memória Globo (eds). *JN 50 anos de telejornalismo*. Globolivros. Rio de Janeiro.

LinkedIn. Perfil de Josh Stearns. <https://www.linkedin.com/in/jcstearns/>

Lorenzatto, B. (2014) Para compreender Michel Foucault. *Outras Palavras* (blog). Publicado em 25/06/2014. Recuperado em <https://outraspalavras.net/sem-categoria/para-compreender-michael-foucault/>

Lueddeke, J. (2019, 16 de Setembro). *Advocacy Journalism & Why the World Needs It. Environmental Journalism*. Recuperado em <https://envhumanities.sites.gettysburg.edu/environmental-journalism/week-4/advocacy-journalism-why-the-world-needs-it/>

Luiz, W. (2020). Aras defende continuidade da CPI das *fake news* em parecer ao STF. (versão eletrônica). *O Globo*. Rio de Janeiro. Publicado em 14/07/2020. Recuperado em <https://oglobo.globo.com/brasil/aras-defende-continuidade-da-cpi-das-fake-news-em-parecer-ao-stf-24532243>

Luiz, W. (2020a). Entidades pedem transparência e valorização do jornalismo profissional no projeto contra fake news. (versão eletrônica). *O Globo*. Rio de Janeiro. Publicado em 18/08/2020. <https://oglobo.globo.com/brasil/entidades-pedem-transparencia-valorizacao-do-jornalismo-profissional-no-projeto-contrafake-news-24593224>

McBride, K.; Rosenstiel, T. (2013). *The New Ethics of Journalism: Principles for the 21st Century*. CQ Press. Washington.

Mello, P.C. (2018). Empresas bancam disparos de mensagens anti-PT nas redes. (versão eletrônica). *Folha de São Paulo*. São Paulo. Publicado em 18/10/2018. Recuperado em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contrao-pt-pelo-whatsapp.shtml>

Mello, P.C. (2020). *A máquina do ódio*. Companhia das Letras. São Paulo.

Memória Globo (2009). *JN 50 anos de telejornalismo*. Globolivros. Rio de Janeiro.

Mídia Ninja. (2019). Post sem título, acompanhado de três fotos do encontro citado. *Mídia Ninja*. São Paulo. Publicado em 25/09/2019. Recuperado em <https://www.facebook.com/MidiaNINJA/posts/1604051783086294/>

Moraes, A. (2003) *Direito constitucional*. 13º ed. Atlas. São Paulo

- Morais, T. (2019) Sensacionalismo da mídia despertou patriotismo no Brasil, diz Bolsonaro. *Renova Mídia*. Publicado em 24/09/2019. Recuperado em <https://renovamidia.com.br/sensacionalismo-da-midia-despertou-patriotismo-no-brasil-diz-bolsonaro/>
- Morais, T. (2019a). Bolsonaro diz que rompeu ‘tradição do complexo de vira-lata’ na ONU. *Renova Mídia*. Publicado em 27/09/2019. Recuperado em <https://renovamidia.com.br/bolsonaro-diz-que-rompeu-tradicao-do-complexo-de-vira-lata-na-onu/>
- Neveu, E. (2010). As Notícias sem Jornalistas: Uma ameaça real ou uma história de terror? *Brazilian Journalism Research*, vol.6, ed. 1. pp. 29-57 *SBPJor / Sociedade Brasileira de Pesquisa em Jornalismo*. Publicado em junho de 2010. Recuperado em <https://www.proquest.com/docview/2057073892>
- Newman, N. (2020). *Overview key findings 2020. Reuters Institute for the Study of Journalism*. Londres. Publicado em 18/06/2020. Recuperado em https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf
- Newman, N. (2021). *Journalism, media, and technology trends and predictions 2021. Reuters Institute for Study of Journalism*. Publicado em 07/01/2021. Recuperado em <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2021>
- New York Times. (2019). *Ethical Journalism: a Handbook of Values and Practices for the News and Editorial Departments*. New York Times. New York. Publicado em 28/07/2004. Recuperado em <https://www.nytimes.com/editorial-standards/ethical-journalism.html#>
- Nietzsche, F. (2011) *Assim Falou Zaratustra: um Livro para Todos e para Ninguém*. Trad. Paulo César de Souza. 1ª ed. Companhia das Letras. São Paulo.
- Noor, R. (2016). *Citizen Journalism vs. Mainstream Journalism: a Study on Challenges Posed by Amateurs*. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, Volume 3, Issue 1, pgs 55-76. Atenas.

- Noto, C.S. (2010). Vontade e Verdade em Foucault. *Revista Philósofos*, v. 15, n.2, p 11-28. *Philósofos*. Goiânia. Recuperado em <https://revistas.ufg.br/philosophos/article/view/9084>
- O Antagonista. (2019). "Não é liderança e tem que sair", diz Raoni sobre Bolsonaro. *O Antagonista*. Publicado em 25/02/2019. Recuperado em <https://www.oantagonista.com/brasil/nao-e-lideranca-e-tem-que-sair-diz-raoni-sobre-bolsonaro/>
- Observatório da Imprensa. (2007). Jornal mais antigo do mundo só em versão online. *Observatório da Imprensa*. Publicado em 31/01/2007. Recuperado em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/jornal-mais-antigo-do-mundo-so-em-versao-online/>
- O Estado de São Paulo. (2018). Confiança dos americanos na imprensa cai em dez anos, diz pesquisa. *O Estado de São Paulo*. São Paulo. Publicado em 20/09/2018. Recuperado em <https://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,confianca-dos-americanos-na-imprensa-cai-em-dez-anos-diz-pesquisa,70002510106>
- O Globo. (2010). Jornalista do *New York Times* suspeito de plágio se demite. Reportagem não assinada. (versão eletrônica). *O Globo*. Rio de Janeiro. Publicado em 17/02/2010. Recuperado em <https://oglobo.globo.com/mundo/jornalista-do-new-york-times-suspeito-de-plagio-se-demite-3051820>
- O Globo. (2018). G1 lança fato ou *fake*, novo serviço de checagem de conteúdos. Reportagem não assinada. (versão eletrônica). *O Globo*. Rio de Janeiro. Publicada em 30/07/2018. Recuperada em <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/07/30/g1-lanca-fato-ou-fake-novo-servico-de-checagem-de-conteudos-suspeitos.ghtml>
- O Globo. (2020). Crise no *Facebook* realça valores do jornalismo. Editorial. (versão eletrônica). *O Globo*. Rio de Janeiro. Publicado em 03/07/2020. Recuperado em <https://oglobo.globo.com/opiniao/crise-no-facebook-realca-valores-do-jornalismo-24512477>
- Onate, A.M. (1996). Vontade de Verdade: uma abordagem genealógica. *Cadernos Nietzsche*, São Paulo, n. 1, p. 07-32. Recuperado de <https://periodicos.unifesp.br/index.php/cniet/article/view/7916/5455>.

- Pedrozo, J. (2020). O que é o sigilo da fonte alegado por Greenwald. *Observatório da Imprensa, edição 1072*. Publicado em 28/01/2020. Recuperado em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/liberdade-de-expressao/liberdade-de-informacao/o-que-e-o-sigilo-da-fonte-no-jornalismo-alegado-por-greenwald/>
- Pereira, J.P. (2019, 22 de Junho). Quem paga o quarto poder? *Público*, p. 32-33. Lisboa
- Peters, J.; Tandoc, E. (2013). *Why Defining a Journalist is Messy, But Crucial*. *Quorum*, (versão online do *New York University Journal of Legislation and Public Policy*). Nova York. Publicado em 03/2013. Recuperado em <https://www.nyujlpp.org/wp-content/uploads/2013/03/Peters-Tandoc-Quorum-2013.pdf>
- Pinheiro, Joel. (2020). *Fake news e o futuro da nossa civilização*. Em M. Barbosa (ed.) *Pós-verdade e fake news – reflexões sobre a guerra das narrativas*. Cobogó. São Paulo.
- Ramalho, R. (2016). Bolsonaro vira réu por falar que Maria do Rosário não merece ser estuprada. *G1* (portal de notícias do Grupo Globo). Publicado em 21/06/2016 e atualizado em 22/06/2016. Recuperado em <http://g1.globo.com/politica/noticia/2016/06/bolsonaro-vira-reu-por-falar-que-maria-do-rosario-nao-merece-ser-estuprada.html>
- Reuters. (2019). *Handbook of Journalism*. www.handbook.reuters.com
- Reuters. (2019a). *Fact check*. <https://www.reuters.com/fact-check>
- Reuters. (2019b). About us. <https://www.reutersagency.com/en/about/about-us/>
- Reuters Institute. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/about-reuters-institute>
- Rigues, R. (2021). Google e imprensa francesa anunciam acordo para remuneração por conteúdo. *Olhar Digital*. Publicado em 21/01/2021. Recuperado em <https://olhardigital.com.br/2021/01/21/noticias/google-e-imprensa-francesa-anunciam-acordo-para-remuneracao-por-conteudo/>
- Saconi, J.P. (2021). *YouTube* tira do ar canal do blogueiro bolsonarista Allan dos Santos. (versão eletrônica). *O Globo*. Rio de Janeiro. Publicado em 04/02/2021. Recuperado em <https://blogs.oglobo.globo.com/sonar-a-escuta-das-redes/post/youtube-tira-do-ar-canal-de-blogueiro-bolsonarista-allan-dos-santos.htm>

- Sardenberg, C.A. (2020, 24 de Setembro). Nós entregamos conhecimento. *O Globo*, p.3. Rio de Janeiro
- Schmidt, G.; Roxo, S. (2020) Pauta bolsonarista turbinou audiência de *youtubers*, que ganham até R\$ 150 mil ao mês. (versão eletrônica). *O Globo*. Rio de Janeiro. Publicado em 12/07/2020. Recuperado em <https://blogs.oglobo.globo.com/sonar-a-escuta-das-redes/post/pauta-bolsonarista-turbina-audiencia-de-youtubers-que-ganham-ate-r-150-mil-ao-mes.html>
- Scofield Jr, G. (2019). Desconstruindo *as fake news*: o trabalho das agências de fact-checking. Em M. Barbosa (ed.) *Pós-verdade e fake news – reflexões sobre a guerra das narrativas*. Cobogó. São Paulo.
- Silva, D. (2014). *De onde vêm as palavras: origens e curiosidades da língua portuguesa*. Léxicon. São Paulo.
- Singer, P.W, (2020). Guerra de “likes”: Precisamos dominar as ferramentas e fazer a verdade viralizar. Em M. Barbosa (ed.) *Pós-verdade e fake news – reflexões sobre a guerra das narrativas*. Cobogó. São Paulo.
- Stearns, Josh. (2013). *Let's stop defining who is a journalist, and protect all acts of journalism*. *Media Shift*. Publicado em 28/10/2013. Recuperado em <http://mediashift.org/2013/10/lets-stop-defining-who-i-a-journalist-and-protect-all-acts-of-journalism/>
- Supremo Tribunal Federal. (2009) Recurso Extraordinário-RE-511961-SP. *STF JusBrasil*. Recuperado de <https://stf.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/14712665/recurso-extraordinario-re-511961-sp>
- Sykes, C.J. (2017). *How the Right Lost Its Mind*. St. Martin's Press. Nova York
- Terra. (2019). *Google muda algoritmo de busca para destacar reportagens*. Reportagem não assinada. *Terra*. Publicado em 12/09/2019. Recuperado em <https://www.terra.com.br/noticias/tecnologia/google-muda-algoritmo-de-busca-para-destacar-reportagens,32400b1b165eede729c278ee23e8239doqn6dh8b.html>

- Torres, B. (2020). Pandemia reforçou jornalismo e provou que comunicação humana é superior à tecnológica, afirma sociólogo. (versão eletrônica). *O Globo*. Rio de Janeiro. Publicado em 27/07/2020. Recuperado em <https://oglobo.globo.com/cultura/pandemia-reforcou-jornalismo-provou-que-comunicacao-humana-superior-tecnologica-afirma-sociologo-24552498>
- Tostes, O. (2003) Depoimento do jornalista Octávio Tostes ao Projeto Memória Globo. (vídeo) Recuperado em <https://memoriaglobo.globo.com/erros/debate-collor-x-lula/>
- Universo On Line (*UOL*) (2007). Cronicamente Viável: Para Márion Strecker a Internet tem obrigação de dar a informação rapidamente. Artigo não assinado. Universo On Line. Publicado em 17/04/2007. Recuperado em <http://diversao.uol.com.br/ultnot/2007/04/17/ult4326u128.jht>
- Universo On Line (*UOL*) (2021). Mesmo após MP, Bolsonaro desestimula vacina: “menos da metade tomará”. Universo On Line. Publicado em 07/01/2021. Recuperado em <https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2021/01/07/mesmo-apos-mp-bolsonaro-desestimula-vacina-menos-da-metade-tomara.htm?cmpid=copiaecola>
- Voz das Comunidades. <https://www.vozdascomunidades.com.br/>
- Zaffarano, F. (2018) *Towards a rethinking of journalism on social media*. Nieman Lab. Cambridge. Publicado em 12/201. Recuperado em <https://www.niemanlab.org/2018/12/towards-a-rethinking-of-journalism-on-social-media/>
- Zaffarano, F. (2020) *The year we ask the audience what it needs*. Nieman Lab. Cambridge. Publicado em 12/2020. Recuperado em <https://www.niemanlab.org/2020/12/the-year-we-ask-the-audience-what-it-needs/>

ANEXOS

Anexo A

A ÍNTEGRA DO DISCURSO DO PRESIDENTE DA REPÚBLICA DO BRASIL NA ABERTURA DA 74ª ASSEMBLEIA GERAL DA ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, REALIZADA EM NOVA YORK, EM 24/09/2019

"Senhor Presidente da Assembleia Geral, Tijjani Muhammad-Bande, Senhor Secretário-Geral da ONU, António Guterres, Chefes de Estado, de Governo e de Delegação, Senhoras e Senhores,

Apresento aos senhores um novo Brasil, que ressurge depois de estar à beira do socialismo. Um Brasil que está sendo reconstruído a partir dos anseios e dos ideais de seu povo. No meu governo, o Brasil vem trabalhando para reconquistar a confiança do mundo, diminuindo o desemprego, a violência e o risco para os negócios, por meio da desburocratização, da desregulamentação e, em especial, pelo exemplo.

Meu país esteve muito próximo do socialismo, o que nos colocou numa situação de corrupção generalizada, grave recessão econômica, altas taxas de criminalidade e de ataques ininterruptos aos valores familiares e religiosos que formam nossas tradições.

Em 2013, um acordo entre o governo petista e a ditadura cubana trouxe ao Brasil 10 mil médicos sem nenhuma comprovação profissional. Foram impedidos de trazer cônjuges e filhos, tiveram 75% de seus salários confiscados pelo regime e foram impedidos de usufruir de direitos fundamentais, como o de ir e vir.

Um verdadeiro trabalho escravo, acreditem...

Respaldado por entidades de direitos humanos do Brasil e da ONU! Antes mesmo de eu assumir o governo, quase 90% deles deixaram o Brasil, por ação unilateral do regime cubano.

Os que decidiram ficar se submeterão à qualificação médica para exercer sua profissão.

Deste modo, nosso país deixou de contribuir com a ditadura cubana, não mais enviando para Havana 300 milhões de dólares todos os anos.

A história nos mostra que, já nos anos 60, agentes cubanos foram enviados a diversos países para colaborar com a implementação de ditaduras.

Há poucas décadas tentaram mudar o regime brasileiro e de outros países da América Latina. Foram derrotados!

Civis e militares brasileiros foram mortos e outros tantos tiveram suas reputações destruídas, mas vencemos aquela guerra e resguardamos nossa liberdade.

Na Venezuela, esses agentes do regime cubano, levados por Hugo Chávez, também chegaram e hoje são aproximadamente 60 mil, que controlam e interferem em todas as áreas da sociedade local, principalmente na Inteligência e na Defesa.

A Venezuela, outrora um país pujante e democrático, hoje experimenta a crueldade do socialismo.

O socialismo está dando certo na Venezuela!

Todos estão pobres e sem liberdade!

O Brasil também sente os impactos da ditadura venezuelana. Dos mais de 4 milhões que fugiram do país, uma parte migrou para o Brasil, fugindo da fome e da violência. Temos feito a nossa parte para ajudá-los, através da Operação Acolhida, realizada pelo Exército Brasileiro e elogiada mundialmente.

Trabalhamos com outros países, entre eles os EUA, para que a democracia seja restabelecida na Venezuela, mas também nos empenhamos duramente para que outros países da América do Sul não experimentem esse nefasto regime.

O Foro de São Paulo, organização criminosa criada em 1990 por Fidel Castro, Lula e Hugo Chávez para difundir e implementar o socialismo na América Latina, ainda continua vivo e tem que ser combatido.

Senhoras e Senhores,

Em busca de prosperidade, estamos adotando políticas que nos aproximem de países outros que se desenvolveram e consolidaram suas democracias.

Não pode haver liberdade política sem que haja também liberdade econômica. E vice-versa. O livre mercado, as concessões e as privatizações já se fazem presentes hoje no Brasil.

A economia está reagindo, ao romper os vícios e amarras de quase duas décadas de irresponsabilidade fiscal, aparelhamento do Estado e corrupção generalizada. A abertura, a gestão competente e os ganhos de produtividade são objetivos imediatos do nosso governo.

Estamos abrindo a economia e nos integrando às cadeias globais de valor. Em apenas oito meses, concluímos os dois maiores acordos comerciais da história do país, aqueles firmados entre o Mercosul e a União Europeia e entre o Mercosul e a Área Europeia de Livre Comércio, o EFTA.

Pretendemos seguir adiante com vários outros acordos nos próximos meses. Estamos prontos também para iniciar nosso processo de adesão à Organização para a Cooperação e

Desenvolvimento Econômico (OCDE). Já estamos adiantados, adotando as práticas mundiais mais elevadas em todo os terrenos, desde a regulação financeira até a proteção ambiental.

Senhorita YSANY KALAPALO, agora vamos falar de Amazônia.

Em primeiro lugar, meu governo tem um compromisso solene com a preservação do meio ambiente e do desenvolvimento sustentável em benefício do Brasil e do mundo.

O Brasil é um dos países mais ricos em biodiversidade e riquezas minerais.

Nossa Amazônia é maior que toda a Europa Ocidental e permanece praticamente intocada.

Prova de que somos um dos países que mais protegem o meio ambiente.

Nesta época do ano, o clima seco e os ventos favorecem queimadas espontâneas e criminosas.

Vale ressaltar que existem também queimadas praticadas por índios e populações locais, como parte de sua respectiva cultura e forma de sobrevivência.

Problemas qualquer país os tem. Contudo, os ataques sensacionalistas que sofremos por grande parte da mídia internacional devido aos focos de incêndio na Amazônia despertaram nosso sentimento patriótico.

É uma falácia dizer que a Amazônia é patrimônio da humanidade e um equívoco, como atestam os cientistas, afirmar que a nossa floresta é o pulmão do mundo.

Valendo-se dessas falácias, um ou outro país, em vez de ajudar, embarcou nas mentiras da mídia e se portou de forma desrespeitosa, com espírito colonialista.

Questionaram aquilo que nos é mais sagrado: a nossa soberania! Um deles por ocasião do encontro do G7 ousou sugerir aplicar sanções ao Brasil, sem sequer nos ouvir. Agradeço àqueles que não aceitaram levar adiante essa absurda proposta.

Em especial, ao Presidente Donald Trump, que bem sintetizou o espírito que deve reinar entre os países da ONU: respeito à liberdade e à soberania de cada um de nós.

Hoje, 14% do território brasileiro está demarcado como terra indígena, mas é preciso entender que nossos nativos são seres humanos, exatamente como qualquer um de nós. Eles querem e merecem usufruir dos mesmos direitos de que todos nós.

Quero deixar claro: o Brasil não vai aumentar para 20% sua área já demarcada como terra indígena, como alguns chefes de Estados gostariam que acontecesse.

Existem, no Brasil, 225 povos indígenas, além de referências de 70 tribos vivendo em locais isolados. Cada povo ou tribo com seu cacique, sua cultura, suas tradições, seus costumes e principalmente sua forma de ver o mundo.

A visão de um líder indígena não representa a de todos os índios brasileiros. Muitas vezes alguns desses líderes, como o Cacique Raoni, são usados como peça de manobra por governos estrangeiros na sua guerra informacional para avançar seus interesses na Amazônia.

Infelizmente, algumas pessoas, de dentro e de fora do Brasil, apoiadas em ONGs, teimam em tratar e manter nossos índios como verdadeiros homens das cavernas.

O Brasil agora tem um presidente que se preocupa com aqueles que lá estavam antes da chegada dos portugueses. O índio não quer ser latifundiário pobre em cima de terras ricas. Especialmente das terras mais ricas do mundo. É o caso das reservas Ianomâmi e Raposa Serra do Sol. Nessas reservas, existe grande abundância de ouro, diamante, urânio, nióbio e terras raras, entre outros.

E esses territórios são enormes. A reserva Ianomâmi, sozinha, conta com aproximadamente 95 mil km², o equivalente ao tamanho de Portugal ou da Hungria, embora apenas 15 mil índios vivam nessa área.

Isso demonstra que os que nos atacam não estão preocupados com o ser humano índio, mas sim com as riquezas minerais e a biodiversidade existentes nessas áreas.

A Organização das Nações Unidas teve papel fundamental na superação do colonialismo e não pode aceitar que essa mentalidade regresse a estas salas e corredores, sob qualquer pretexto.

Não podemos esquecer que o mundo necessita ser alimentado. A França e a Alemanha, por exemplo, usam mais de 50% de seus territórios para a agricultura, já o Brasil usa apenas 8% de terras para a produção de alimentos.

Sessenta e um por cento do nosso território é preservado!

Nossa política é de tolerância zero para com a criminalidade, aí incluídos os crimes ambientais.

Quero reafirmar minha posição de que qualquer iniciativa de ajuda ou apoio à preservação da Floresta Amazônica, ou de outros biomas, deve ser tratada em pleno respeito à soberania brasileira.

Também rechaçamos as tentativas de instrumentalizar a questão ambiental ou a política indigenista, em prol de interesses políticos e econômicos externos, em especial os disfarçados de boas intenções.

Estamos prontos para, em parcerias, e agregando valor, aproveitar de forma sustentável todo nosso potencial.

O Brasil reafirma seu compromisso intransigente com os mais altos padrões de direitos humanos, com a defesa da democracia e da liberdade, de expressão, religiosa e de imprensa. É um compromisso que caminha junto com o combate à corrupção e à criminalidade, demandas urgentes da sociedade brasileira.

Seguiremos contribuindo, dentro e fora das Nações Unidas, para a construção de um mundo onde não haja impunidade, esconderijo ou abrigo para criminosos e corruptos.

Em meu governo, o terrorista italiano Cesare Battisti fugiu do Brasil, foi preso na Bolívia e extraditado para a Itália. Outros três terroristas paraguaios e um chileno, que viviam no Brasil como refugiados políticos, também foram devolvidos a seus países.

Terroristas sob o disfarce de perseguidos políticos não mais encontrarão refúgio no Brasil.

Há pouco, presidentes socialistas que me antecederam desviaram centenas de bilhões de dólares comprando parte da mídia e do parlamento, tudo por um projeto de poder absoluto.

Foram julgados e punidos graças ao patriotismo, perseverança e coragem de um juiz que é símbolo no meu país, o Dr. Sergio Moro, nosso atual Ministro da Justiça e Segurança Pública. Esses presidentes também transferiram boa parte desses recursos para outros países, com a finalidade de promover e implementar projetos semelhantes em toda a região. Essa fonte de recursos secou.

Esses mesmos governantes vinham aqui todos os anos e faziam descompromissados discursos com temas que nunca atenderam aos reais interesses do Brasil nem contribuíram para a estabilidade mundial. Mesmo assim, eram aplaudidos.

Em meu país, tínhamos que fazer algo a respeito dos quase 70 mil homicídios e dos incontáveis crimes violentos que, anualmente, massacravam a população brasileira. A vida é o mais básico dos direitos humanos. Nossos policiais militares eram o alvo preferencial do crime. Só em 2017, cerca de 400 policiais militares foram cruelmente assassinados. Isso está mudando.

Medidas foram tomadas e conseguimos reduzir em mais de 20% o número de homicídios nos seis primeiros meses de meu governo.

As apreensões de cocaína e outras drogas atingiram níveis recorde.

Hoje o Brasil está mais seguro e ainda mais hospitaleiro. Acabamos de estender a isenção de vistos para países como Estados Unidos, Japão, Austrália e Canadá, e estamos estudando adotar medidas similares para China e Índia, dentre outros.

Com mais segurança e com essas facilidades, queremos que todos possam conhecer o Brasil, e em especial, a nossa Amazônia, com toda sua vastidão e beleza natural.

Ela não está sendo devastada e nem consumida pelo fogo, como diz mentirosamente a mídia. Cada um de vocês pode comprovar o que estou falando agora.

Não deixem de conhecer o Brasil, ele é muito diferente daquele estampado em muitos jornais e televisões!

A perseguição religiosa é um flagelo que devemos combater incansavelmente.

Nos últimos anos, testemunhamos, em diferentes regiões, ataques covardes que vitimaram fiéis congregados em igrejas, sinagogas e mesquitas.

O Brasil condena, energicamente, todos esses atos e está pronto a colaborar, com outros países, para a proteção daqueles que se veem oprimidos por causa de sua fé.

Preocupam o povo brasileiro, em particular, a crescente perseguição, a discriminação e a violência contra missionários e minorias religiosas, em diferentes regiões do mundo.

Por isso, apoiamos a criação do 'Dia Internacional em Memória das Vítimas de Atos de Violência baseados em Religião ou Crença'.

Nessa data, recordaremos anualmente aqueles que sofrem as consequências nefastas da perseguição religiosa.

É inadmissível que, em pleno Século XXI, com tantos instrumentos, tratados e organismos com a finalidade de resguardar direitos de todo tipo e de toda sorte, ainda haja milhões de cristãos e pessoas de outras religiões que perdem sua vida ou sua liberdade em razão de sua fé.

A devoção do Brasil à causa da paz se comprova pelo sólido histórico de contribuições para as missões da ONU.

Há 70 anos, o Brasil tem dado contribuição efetiva para as operações de manutenção da paz das Nações Unidas.

Apoiamos todos os esforços para que essas missões se tornem mais efetivas e tragam benefícios reais e concretos para os países que as recebem.

Nas circunstâncias mais variadas – no Haiti, no Líbano, na República Democrática do Congo –, os contingentes brasileiros são reconhecidos pela qualidade de seu trabalho e pelo respeito à população, aos direitos humanos e aos princípios que norteiam as operações de manutenção de paz.

Reafirmo nossa disposição de manter contribuição concreta às missões da ONU, inclusive no que diz respeito ao treinamento e à capacitação de tropas, área em que temos reconhecida experiência.

Ao longo deste ano, estabelecemos uma ampla agenda internacional com intuito de resgatar o papel do Brasil no cenário mundial e retomar as relações com importantes parceiros.

Em janeiro, estivemos em Davos, onde apresentamos nosso ambicioso programa de reformas para investidores de todo o mundo.

Em março, visitamos Washington, onde lançamos uma parceria abrangente e ousada com o governo dos Estados Unidos em todas as áreas, com destaque para a coordenação política e para a cooperação econômica e militar.

Ainda em março, estivemos no Chile, onde foi lançado o PROSUL, importante iniciativa para garantir que a América do Sul se consolide como um espaço de democracia e de liberdade.

Na sequência, visitamos Israel, onde identificamos inúmeras oportunidades de cooperação em especial na área de tecnologia e segurança. Agradeço a Israel o apoio no combate aos recentes desastres ocorridos em meu país.

Visitamos também um de nossos grandes parceiros no Cone Sul, a Argentina. Com o Presidente Mauricio Macri e nossos sócios do Uruguai e do Paraguai, afastamos do Mercosul a ideologia e conquistamos importantes vitórias comerciais, ao concluir negociações que já se arrastavam por décadas.

Ainda este ano, visitaremos importantes parceiros asiáticos, tanto no Extremo Oriente quanto no Oriente Médio. Essas visitas reforçarão a amizade e o aprofundamento das relações com Japão, China, Arábia Saudita, Emirados Árabes Unidos e Catar. Pretendemos seguir o mesmo caminho com todo o mundo árabe e a Ásia.

Também estamos ansiosos para visitar nossos parceiros, e amigos, na África, na Oceania e na Europa.

Como os senhores podem ver, o Brasil é um país aberto ao mundo, em busca de parcerias com todos os que tenham interesse de trabalhar pela prosperidade, pela paz e pela liberdade.

Senhoras e Senhores,

O Brasil que represento é um país que está se reerguendo, revigorando parcerias e reconquistando sua confiança política e economicamente.

Estamos preparados para assumir as responsabilidades que nos cabem no sistema internacional.

Durante as últimas décadas, nos deixamos seduzir, sem perceber, por sistemas ideológicos de pensamento que não buscavam a verdade, mas o poder absoluto.

A ideologia se instalou no terreno da cultura, da educação e da mídia, dominando meios de comunicação, universidades e escolas.

A ideologia invadiu nossos lares para investir contra a célula mater de qualquer sociedade saudável, a família.

Tentam ainda destruir a inocência de nossas crianças, pervertendo até mesmo sua identidade mais básica e elementar, a biológica.

O politicamente correto passou a dominar o debate público para expulsar a racionalidade e substituí-la pela manipulação, pela repetição de clichês e pelas palavras de ordem.

A ideologia invadiu a própria alma humana para dela expulsar Deus e a dignidade com que Ele nos revestiu.

E, com esses métodos, essa ideologia sempre deixou um rastro de morte, ignorância e miséria por onde passou.

Sou prova viva disso. Fui covardemente esfaqueado por um militante de esquerda e só sobrevivi por um milagre de Deus. Mais uma vez agradeço a Deus pela minha vida.

A ONU pode ajudar a derrotar o ambiente materialista e ideológico que compromete alguns princípios básicos da dignidade humana. Essa organização foi criada para promover a paz entre nações soberanas e o progresso social com liberdade, conforme o preâmbulo de sua Carta.

Nas questões do clima, da democracia, dos direitos humanos, da igualdade de direitos e deveres entre homens e mulheres, e em tantas outras, tudo o que precisamos é isto: contemplar a verdade, seguindo João 8,32:

- 'E conheceis a verdade, e a verdade vos libertará'.

Todos os nossos instrumentos, nacionais e internacionais, devem estar direcionados, em última instância, para esse objetivo.

Não estamos aqui para apagar nacionalidades e soberanias em nome de um 'interesse global' abstrato.

Esta não é a Organização do Interesse Global!

É a Organização das Nações Unidas. Assim deve permanecer!

Com humildade e confiante no poder libertador da verdade, estejam certos de que poderão contar com este novo Brasil que aqui apresento aos senhores e senhoras.

Agradeço a todos pela graça e glória de Deus!

Meu muito obrigado."

Anexo B

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA “AFINAL, O QUE É JORNALISMO?”

É jornalista: sim não

Idade:

- 16 a 24
- 24 a 30
- 30 a 40
- 40 a 50
- 50 a 60
- Acima de 60

Faixa de renda:

- Sem renda
- 1 a 3 salários
- 3 a 5 salários
- 5 a 10 salários
- Acima de 10 salários

Qual sua principal fonte de informação? Numere por ordem de importância.

<input type="checkbox"/>	TV
<input type="checkbox"/>	Rádio
<input type="checkbox"/>	Sites e blogs
<input type="checkbox"/>	Redes sociais
<input type="checkbox"/>	Jornais ou revistas
<input type="checkbox"/>	Amigos

Em redes sociais, qual delas é a mais usada? Numere por prioridade de acesso.

<input type="checkbox"/>	Whatsapp
<input type="checkbox"/>	Facebook/Messenger
<input type="checkbox"/>	Instagram
<input type="checkbox"/>	You tube
<input type="checkbox"/>	Twitter
<input type="checkbox"/>	Linkedin

Você costuma ler ou ouvir a mesma notícia em mais de uma fonte de informação?

- Sim
- Não

De 0 a 10, qual sua confiança nas notícias que lê ou ouve?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Poderia citar uma fonte de informação na qual confia?

Vc repassa notícias pelas redes sociais?

- Sim
- Não

Caso sim, tem a preocupação de checar antes se a fonte é fidedigna ou a notícia é verdadeira?

- Sim
- Não

Você acha que consegue identificar uma fake news?

- Sim
- Não
- Às vezes

Você acha que só jornalistas podem produzir notícias?

- Sim
- Não

Você acha que jornalistas são mais confiáveis que não jornalistas?

- Sim
- Não

Você acha que o jornalismo pode ser imparcial?

- Sim
- Não

Quando você lê/ouve uma notícia se preocupa em saber se quem a divulga é um jornalista ou um não jornalista?

- Sim
- Não

Quando você lê/ouve uma notícia se preocupa em saber se quem a divulga pode ter algum interesse relacionado ao que é noticiado?

- Sim
- Não

Você paga para receber notícias? (assinaturas de sites ou jornais, compra em banca etc)

- Sim
- Não

Você já ouvir falar na expressão jornalismo-cidadão?

- Sim
- Não

Sabe o que significa?

Anexo C

FOTO 1 – Fake news contra o candidato Fernando Haddad



FOTO 2 - Fake news contra repórter Patrícia Campos Mello



FOTO 3 - Fake news contra repórter Patrícia Campos Mello

The image shows a tweet from STF (@STF_Oficial) and a Facebook post. The tweet, posted 11 minutes ago, reads: "Por seis votos a cinco, colunista da @folha de São Paulo a Patrícia C. Mello, foi condenada a pagar 200 mil reais ao Presidente eleito Bolsonaro, por acusá-lo de propagar fake news via WhatsApp. 'Não teve provas'. Esclareceu ministro Barroso." It includes a link to goo.gl/FzQLt3 and a tag for @camposmello. Below the text are two photos: one of Patrícia Campos Mello and one of Jair Bolsonaro. The Facebook post shows the same tweet being shared, with 148 reactions, 22 comments, and 1,857 shares. The post also shows a preview of the tweet and a comment input field.

FOTO 4 – Fake news sobre atentado contra Bolsonaro

The image shows a Facebook page for 'Plantão Brasil' (@PlantaoBrasil.net). The page features a green header with the text 'PLANTÃO BRASIL' and a Brazilian flag icon. The main content is a post with a green background and white text that reads: "BOLSONARO E A FACADA SEM SANGUE!" and "MAIS DE 100 FOTOS, MAIS DE 20 VÍDEOS E NENHUMA GOTA DE SANGUE. FAKE!". The post includes several photos of Jair Bolsonaro being held by people, some of whom are wearing yellow shirts. The page also shows a sidebar with navigation options like 'Página inicial', 'Sobre', 'Fotos', 'Eventos', 'Vídeos', 'Publicações', 'Grupos', 'Comunidade', and 'Informações e anúncios'. On the right side, there are buttons for 'Usar aplicativo' and 'Enviar mensagem', and a 'Comunidade' section with statistics and a 'Sobre' section with details about the page.

FOTO 5 – Fake news contra Flávio Bolsonaro, então candidato ao senado



FOTO 6 – Fake news contra o vice-presidentes Hamilton Mourão

