

**Nair Prata  
Sônia Jaconi  
Rodrigo Gabrioti  
Genio Nascimento  
Hendryo André  
Silvio Simão de Matos**  
[organizadores]



# **COMUNICAÇÃO E CIÊNCIA**

## **reflexões sobre a desinformação**

## **DIRETORIA EXECUTIVA INTERCOM 2020-2023**

**Presidente:** Giovandro Marcus Ferreira

**Vice-Presidente:** Juliano Mendonça Domingues da Silva

**Diretor Editorial:** Felipe Pena de Oliveira

**Diretor Financeiro:** Marcelo Briseno Marques de Melo

**Diretora Administrativa:** Adriana Cristina Omena dos Santos

**Diretora de Relações Internacionais:** José Edgard Rebouças

**Diretor Cultural:** Ariane Carla Pereira Fernandes

**Diretora de Documentação:** Ivanise Hilbig de Andrade

**Diretora de Projetos:** Sonia Maria Ribeiro Jaconi

**Diretora Científica:** Nair Prata Moreira Martins

**Diretoria Regional Norte:** Tatiane Hilgemberg Figueiredo

**Diretoria Regional Nordeste:** Norma M. Meireles Macêdo Mafaldo

**Diretoria Regional Centro-Oeste:** Luãn José Vaz Chagas

**Diretoria Regional Sul:** Cristiane Finger Costa

**Diretoria Regional Sudeste:** Franco Dani Araújo e Pinto

## **CONSELHO EDITORIAL DA INTERCOM**

**Presidente do Conselho:** Giovandro Marcus Ferreira (UFBA)

Allysson Viana Martins (Unir)  
Ana Cláudia Gruszynski (UFRGS)  
Ana Regina Barros Rego Leal (UFPI)  
Ana Sílvia Lopes D. Médola (Unesp)  
Antonio Carlos Hohlfeldt (PUCRS)  
Bruno Guimarães Martins (UFMG)  
Cicilia M. Krohling Peruzzo (Uerj)  
Dario Brito Rocha Júnior (Unicap)  
Eduardo B. Vianna Meditsch (UFSC)  
Erick Felinto de Oliveira (Uerj)  
Eula Dantas Taveira Cabral (FCRB)  
Fernando Oliveira Paulino (UnB)  
Francisco Machado Filho (Unesp)  
Iluska M. da Silva Coutinho (UFJF)  
Izani Pibernat Mustafá (UFMA)  
Joaquim Paulo Serra (UBI, Por.)  
Luiz Claudio Martino (UnB)  
Margarida M. Krohling Kunsch (USP)

Margarita Ledo Andión (USC, Gal.)  
Maria Ataíde Malcher (UFPA)  
Maria Cristina Gobbi (Unesp)  
Maria Érica de Oliveira Lima (UFC)  
Maria Immacolata V. de Lopes (USP)  
Marialva Carlos Barbosa (UFRJ)  
Nair Prata Moreira Martins (Ufop)  
Nélia Rodrigues Del Bianco (UnB)  
Patrícia Gonçalves Saldanha (UFF)  
Pedro Gilberto Gomes (Unisinos)  
Raquel Paiva de A. Soares (UFRJ)  
Raúl Fuentes Navarro (Iteso, Mex)  
Roseli Fígaro Paulino (USP)  
Sandra L. A. de Assis Reimao (USP)  
Sérgio Augusto S. Mattos (UFRB)  
Simone Antoniacci Tuzzo (UFG)  
Sônia Caldas Pessoa (UFMG)  
Vanessa Cardozo Brandão (UFMG)

Nair Prata  
Sônia Jaconi  
Rodrigo Gabrioti  
Genio Nascimento  
Hendryo André  
Silvio Simão de Matos  
[organizadores]

# **COMUNICAÇÃO E CIÊNCIA** **reflexões sobre a desinformação**

São Paulo  
INTERCOM  
2022

# Comunicação e ciência: reflexões sobre a desinformação

Copyright © 2022 dos autores dos textos, cedidos para esta edição à Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom

## Organização

Nair Prata, Sônia Jaconi, Rodrigo Gabrioti e Genio Nascimento, Hendryo André e Silvio Simão de Matos

## Projeto gráfico, diagramação e capa

Santinelli Projetos Editoriais

## Revisão

Nair Prata, Sônia Jaconi e Rodrigo Gabrioti

---

## Ficha Catalográfica

---

Comunicação e ciência: reflexões sobre a desinformação.

[recurso eletrônico] / Nair Prata, Sônia Jaconi, Rodrigo Gabrioti, Genio Nascimento, Hendryo André e Silvio Simão de Matos (orgs). São Paulo: INTERCOM, 2022, 472 p.:il.

Inclui bibliografias.

E-book.

ISBN 978-85-8208-132-7

1. Comunicação. 2. Ciência. 3. Reflexões. 4. Desinformação. 5. Brasil. I. Prata, Nair (org.). II. Jaconi, Sônia (org.). III. Gabrioti, Rodrigo. IV. Nascimento, Genio (org.). IV. Hendryo André (org.). V. Silvio Simão de Matos (org.). VI. Título.

CDD: 659

---

Todos os direitos desta edição reservados à:  
Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação- Intercom  
Avenida Brigadeiro Luís Antonio, 2050 - conjunto 36 - Bela Vista  
CEP 01318-002 - São Paulo - SP  
Tel.: (11) 3892 7558  
Site: portalintercom.org.br - E-mail: secretaria@intercom.org.br

## **Sumário**

### **Prefácio**

Comunicação e desinformação: textos, diálogos e conversas em cenários reflexivos

*Marialva Barbosa* | 10

### **Apresentação**

*Nair Prata, Sônia Jaconi, Rodrigo Gabrioti e Genio Nascimento* | 24

### **Capítulo 1**

Ciências da Comunicação contra a Desinformação

*Ana Regina Rêgo, Fernando Oliveira Paulino* | 30

### **Capítulo 2**

Comunicação e trabalho no contexto de plataformização e da desinformação: Um diálogo com pesquisadores

*Cláudia Nonato, Rafael Grohmann, Roseli Figaro, Thales Lelo* | 51

### **Capítulo 3**

A pesquisa em comunicação e religiões: alicerces para as construções em curso a partir do Dicionário Brasileiro de Comunicação e Religiões

*Magali do Nascimento Cunha, Allan Novaes, Ricardo Alvarenga* | 80

#### **Capítulo 4**

Pesquisas em jornalismo contra a desinformação: credibilidade para a defesa da democracia

*Marcos Paulo da Silva, Felipe Pena, Leonel Aguiar* | 98

#### **Capítulo 5**

Os games nas eleições de 2022: desinformação e cultura gamer nas campanhas políticas

*Ivan Mussa, José Messias, Suely Fragoso, Luiza Santos* | 126

#### **Capítulo 6**

Desinformação, direitos humanos e liberdade de expressão

*Carla de Araújo Risco, Ivan Paganotti, Nara Lya Cabral Scabin, Andrea Limberto Leite* | 137

#### **Capítulo 7**

Comunicação como elemento constitutivo do desenvolvimento territorial

*Monica Franchi Carniello, Valdir Roque Dallabrida* | 165

#### **Capítulo 8**

Comunicação, desinformação e crise do capitalismo

*Manoel Dourado Bastos, Carlos Figueiredo, Marco Schneider* | 190

#### **Capítulo 9**

Jornalismo ambiental sob a perspectiva dos estudos decoloniais

*Katarini Miguel entrevista Eloísa Loose e Ilza Girardi* | 221

#### **Capítulo 10**

Racismo e Desinformação: apontamentos sob a perspectiva antirracista

*Márcia Guena, Paulo Victor Melo, Alice Andrade, Ceres Santos, Andrea Rosendo, Marcelle Chagas, Marcus Vinicius Pereira, Tarcízio Silva, Zilda Martins* | 240

### **Capítulo 11**

Cultura popular e ativismo midiático em tempos de (des) informação

*Betania Maciel, Marcelo Sabbatini, Cristina Schmidt Portéro, Djalma Thürler* | **261**

### **Capítulo 12**

Aníbal Bragança e a história do GP de Produção Editorial

*Isabel Travancas, Márcio Souza Gonçalves, Marialva Barbosa, Marília de Araujo Barcellos, Sandra Reimão* | **278**

### **Capítulo 13**

Desafios do rádio frente às redes de desinformação no combate às fake news

*Daniel Martín-Pena, Paulo Fernando Lopes, Debora Cristina Lopez, Alvaro Bufarah Jr* | **306**

### **Capítulo 14**

O futuro das telecomunicações na área de televisão e televisualidades: estratégias e políticas públicas

*Octavio Penna Pieranti, João Martins Ladeira* | **326**

### **Capítulo 15**

Práticas musicais atravessadas por perspectivas interseccionais

*Caroline Govari, Flávia Magalhães Barroso, Henrique Tenório, Nadja Vladi Gumes* | **348**

### **Capítulo 16**

Desinformação e ficção televisiva seriada: uma discussão sobre o papel da mídia na construção social da realidade

*Larissa Leda F. Rocha, Lígia Prezina Lemos, Luísa Chaves de Melo, Raquel Lobão Evangelista* | **371**

**Capítulo 17**

Mulheres cientistas na pesquisa em comunicação: protagonismo, obstáculos e inovação

*Ana Paula Miranda, Anézia Maria Lima Brito, Paulo Vitor Giralddi Pires* | **398**

**Capítulo 18**

Comunicação, Educação e o fenômeno da desinformação

*Rogério Pelizzari de Andrade, Douglas Oliveira Calixto, Michel Carvalho, Camila Escudero, Sérgio Luiz Alves da Rocha* | **413**

**Capítulo 19**

O telejornalismo brasileiro e a cobertura internacional, os conflitos e a guerra

*Cristiane Finger, Cláudia Tomé, Vitor Belém* | **441**

**Sobre os autores** | **455**



# **PREFÁCIO**



## Prefácio

# Comunicação e desinformação: textos, diálogos e conversas em cenários reflexivos

Marialva Barbosa

O tema proposto para o Congresso da INTERCOM de 2022 e para 4ª temporada das Lives da INTERCOM, **Comunicação e Ciências: reflexões sobre a desinformação**, além de atual e importante, face aos cenários de incerteza em que vivemos, decorrentes, em grande parte, dos prejuízos que as práticas de desinformação têm trazido, impedindo-nos até mesmo da possibilidade de sonhar e vislumbrar futuros possíveis, foi determinante para os méritos do livro, objeto deste Prefácio, e que merecem ser destacados.

Reunindo sínteses reflexivas sobre o que foi discutido durante os encontros propostos por integrantes de 21 Grupos de Pesquisa da INTERCOM, apresenta um painel atual dos direcionamentos analíticos que vêm sendo feitos pelos GPs, incluindo, pela primeira vez, alguns dos recém-criados, em função do processo de avaliação dos grupos realizado no início de 2022.

Ainda que seja obra de autoria plural, e, assim, quase todos os textos enfocam aspectos relativos à complexa questão

da desinformação na sua multidimensionalidade, a partir dos lugares teóricos onde se movem os integrantes de cada GP, o fato de pensarem a questão central a partir do prisma dos Grupos fornece a liga analítica que une os capítulos. Neles se pode ver, ao mesmo tempo, o desenho teórico-reflexivo de cada GP e a conjunção construída a partir da multiplicidade, emanada como preceito da INTERCOM como sociedade científica que congrega, há quase cinco décadas, pesquisadores da Comunicação.

Como indica o título do livro há em seus 21 textos diversos cenários que se apresentam em torno daquilo que conceitualmente é definido como “desinformação”, ou seja, reflexões sobre o nosso tempo concomitante de vida em que se dá crédito a teorias absurdas, se reescreve o passado a partir da lógica das falsificações históricas e se constrói perigosas verdades alternativas. Como enfatizou Roger Chartier (2022), num recente artigo sobre a questão da verdade, há que se remarcar também as ameaças que o estatuto de desinformação confere à própria interpretação do passado: “nossa relação com o passado está ameaçada pela forte tentação de histórias imaginadas e pelas tentativas políticas de reescrita do passado” (p. 9). Exemplar neste sentido, no Brasil, tem sido a volta da idolatria ao período ditatorial levada a cabo por representantes políticos da extrema-direita, capitaneada pelo Presidente Jair Bolsonaro, que incontáveis vezes tem feito apologia à ditadura civil-militar instaurada em 1964 e homenagens a torturadores do período, nas inúmeras ocasiões a que se refere, por exemplo, ao coronel Carlos Alberto Brilhante Ustra, que foi chefe do DOI-Codi. Refletir sobre desinformação e as teias comunicacionais nos tempos contemporâneos torna-se, portanto, urgente.

O percurso do livro se inicia pelo texto de Ana Regina Rêgo e Fernando Oliveira Paulino, “Ciências da Comunicação contra a desinformação”. Após definir desinformação como fenômeno social coletivo, em toda a sua complexidade, apresentam sugestões de como se deve combater a desinformação, cujo cerne passa pela união da sociedade civil.

Neste sentido, exemplar tem sido a ação da Rede Nacional de Combate a Desinformação, criada pela própria Ana Regina Rêgo, e que hoje engloba pesquisadores das mais diversas áreas científicas. Indicam ainda como ação urgente a regulação das plataformas, com a adoção de uma legislação a ser construída a partir do debate amplo com a sociedade para a sua defesa. Para os autores, a instauração de medidas corretivas e preventivas, entre elas as educacionais, com difusão de práticas de literacia ou alfabetização midiática que alcance todos os níveis educacionais, também são fundamentais no combate à desinformação.

O segundo texto, “Comunicação e trabalho no contexto de plataformização e da desinformação: Um diálogo com pesquisadores”, reproduz o diálogo realizado durante a *live*, com a participação de Roseli Figaro, Rafael Grohmann e Thales Lelo, com intermediação de Cláudia Nonato. Esta foi a primeira atividade oficial do Grupo de Pesquisa Comunicação e Trabalho na INTERCOM e foi uma iniciativa do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT), coordenado por Roseli Fígaro na ECA-USP. A partir do diálogo, transcrito sob a forma de perguntas e respostas, os participantes vão mapeando como a Comunicação organiza, constrói e transforma as redes de sentido em torno do trabalho, sempre submetidas ao turbilhão de mudanças. Em função desta premissa inicial, tanto a questão da crescente dependência das plataformas digitais para a realização do trabalho, a plataformização, quanto a da desinformação tornam-se temas importantes para os pesquisadores do Grupo.

O formato do texto, que transborda para a escrita o diálogo realizado durante a *live*, ainda que submetido a ajustes necessários aos modos escriturários, mas guardando vínculos profundos com modos comunicacionais de origem, em que se produziu reflexões a partir de diálogos entre pesquisadores situados em telas concomitantes, aparece no livro não apenas neste texto, mas em diversos outros capítulos: são diálogos, comentários, entrevistas, transcrições,

conversas. Neste sentido, podemos pensar o Livro das Lives também como produto histórico do tempo que o produziu, em que o modo comunicacional original é transposto para o formato livro, sem desejar encobrir as teias das oralidades ali presentes. As conversas deixam à vista a construção reflexiva dos pesquisadores no momento de sua formulação, agora perenizada sob a forma de documento escrito, sem que isso cause estranhamento. São diálogos, trocas, pensamentos em permanente construções, num tempo em que parece figurar o mundo sob a égide da suspensão. O hiato suspensivo do tempo das *lives*, de certa forma, também está presente no Livro das Lives.

O vínculo das pesquisas do Grupo Comunicação e Religião com a questão da desinformação, a partir da constatação da “forte acolhida do fenômeno da desinformação em ambientes religiosos” é o ponto de partida para o capítulo “A pesquisa em comunicação e religiões: alicerces para as construções em curso a partir do Dicionário Brasileiro de Comunicação e Religiões”. Os autores procuram circunscrever epistemologicamente o que entendem por religiões e comunicação. Para eles a relação ancora-se “na ideia de compartilhamento e comunhão que dá sentido à existência humana”, o que torna a comunicação, percebida como vinculação humana, lugar fundacional para se pensar suas articulações com a religião.

“Pesquisas em jornalismo contra a desinformação: credibilidade para a defesa da democracia”, de Marcos Paulo da Silva, Felipe Pena e Leonel Aguiar, inaugura o momento seguinte do livro. Os autores, partindo a pergunta - como as pesquisas em jornalismo podem contribuir para o combate à desinformação? -, colocam em diálogo suas reflexões e o resultado de pesquisas empíricas realizadas no Grupo Teorias do Jornalismo. Mais uma vez o texto é apresentado como uma conversa entre os participantes, incluindo também perguntas direcionadas aos autores durante a live, na qual abordam temas sobre a questão da desinformação e a credibilidade do jornalismo, fundamentais para a defesa da democracia.

Desinformação e cultura *gamer* nas campanhas políticas é o tema do capítulo seguinte, em que Ivan Mussa e José Messias procuram correlacionar a cultura *gamer* com o processo eleitoral a ser enfrentado pelo Brasil em 2022. Para isso, reagrupam as discussões apresentadas no debate virtual por duas pesquisadoras de referência da área dos *game studies*, e, sobretudo, da relação entre games e política: Luiza Santos, Diretora de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas, e Suely Fragoso, professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e líder do Laboratório de Artefatos Digitais.

O capítulo “Desinformação, direitos humanos e liberdade de expressão”, com o mesmo título da *live* proposta de GP Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão, inclui em suas reflexões a questão dos direitos humanos, face ao momento atual, em que a violação deste direito fundamental em práticas repetidas pelo discurso de ódio é justificada inúmeras vezes em nome de uma peculiar “liberdade de expressão”. Além disso, os autores refletem e problematizam a existência de uma “suposta polarização entre liberdade de expressão e direitos humanos no debate público atual”, que, assim, se torna fonte e efeito do movimento de desinformação.

“Comunicação como elemento constitutivo do desenvolvimento territorial” origina-se das reflexões do Grupo de Pesquisa Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, um dos mais longevos da INTERCOM. Além de apresentar a questão do território, base conceitual em que fundamentam a compreensão sobre o desenvolvimento, e de fazer um inventário dos estudos que aproximam os dois conceitos, procuram mostrar que a comunicação, numa sociedade mediatizada, é elemento constitutivo e indissociável do desenvolvimento.

Três pesquisadores ligados aos estudos de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, em diálogo, produzem o texto “Comunicação, desinformação e crise do capitalismo”. Cada um observa, a partir de lugares teóricos distintos, aspectos da desinformação, de forma a melhor



compreender o fenômeno. Assim, o capítulo divide-se em três partes: na primeira, Manoel Dourado Bastos discute o conceito de desinformação, a partir da obra de César Bolaño e o confronto com perspectivas que utilizam outros aportes conceituais. Na segunda, Carlos Figueiredo aborda a questão e o conceito de Fake News e, na terceira e última parte, Marco Schneider questiona as razões que levam as pessoas a acreditarem em informações falsas, por mais absurdas que sejam. E para responder à questão, Schneider se vale dos conceitos de relevância e credibilidade, incorporados por ele no que vai denominar “Economia Política da Desinformação”.

O texto seguinte, “Jornalismo ambiental sob a perspectiva dos estudos decoloniais”, reproduz a entrevista realizada com Eloísa Beling Losse, pesquisadora na área de comunicação e meio ambiente, e Ilza Tourinho Girardi, professora titular aposentada da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, e promovida pelo Grupo de Pesquisa Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente, com mais de 30 anos de atividade na INTERCOM. No processo de avaliação dos GPs, o grupo atualizou sua proposta, incluindo abordagens não hegemônicas, em que saberes tradicionais e decoloniais, entre outras perspectivas, são destacados. O capítulo apresenta estas questões em dois movimentos: no primeiro, a crítica da colonialidade presente no Jornalismo Ambiental e no segundo as pesquisas e ensino sobre o tema.

“De que modo a desinformação fortalece e é implicada pelas lógicas racistas? Como as Fake News se articulam com outros fenômenos, como o discurso de ódio, e, deste modo, aprofundam violências contra grupos racializados?”. Estas são duas das perguntas que abrem o texto “Racismo e desinformação: apontamentos sob a perspectiva antirracista”, que procura ampliar o debate sobre a desinformação, considerando como central o racismo e as desigualdades raciais que caracterizam e estruturam historicamente o Brasil.

A discussão foi organizada pelo recém-criado Grupo de Pesquisa Comunicação Antirracista e Pensamento

Afrodiaspórico da INTERCOM. O texto além de apresentar brevemente o novo Grupo de Pesquisa, sob a instigante sigla CAPA, alinha apontamentos sobre a problemática da desinformação, tomando como central a questão racial, para, na sequência, discutir “como as políticas afirmativas e de cotas raciais nas universidades exemplificam a operação de lógicas racistas em contextos de desinformação”.

O modo entrevista é, mais uma vez, escolhido para discutir “Cultura popular e ativismo midiático em tempos de (des)informação”. Betania Maciel e Marcelo Sabbatine, do GP Folkcomunicação, entrevistam Cristina Schimit Portéro e Dejalma Thuler, numa “conversa”, em que a intersecção da cultura popular e da arte com a desinformação tem proeminência nas perguntas às convidadas.

O texto seguinte, “Aníbal Bragança e a história do GP de Produção Editorial”, de certa forma, foge ao escopo temático do livro, mas, poderia dizer, por uma boa causa. O GP de Produção Editorial propôs e promoveu uma *live* para homenagear Aníbal Bragança, um dos fundadores e participante ativo do Grupo durante longos anos, recentemente falecido. Aníbal que também foi diretor científico da INTERCOM recebeu, assim, justas homenagens nesta *live* que procurou mostrar sua trajetória como importante pesquisador do livro no cenário nacional e internacional.

O rádio frente às redes de desinformação é o tema proposto pelo capítulo estruturado por pesquisadores do GP de Rádio e Mídia Sonora, também um dos mais longevos e atuante nas pesquisas realizadas no âmbito da INTERCOM. Os autores analisam e procuram entender a difusão de *fake news* e a construção dos processos de desinformação, enfatizando o papel do rádio e o protagonismo que assumiu durante a pandemia de Covid-19. O texto se desenvolve em quatro frentes reflexivas: na primeira procuram fornecer elementos conceituais para que se “entender a desinformação”; no segundo momento, apresentam o contexto das *Fake News*, descrevendo, a partir de estudos que estabelecem ciclos para o



seu mapeamento a partir de 2016, pontos nodais para o início de cada nova fase; na sequência, produzem considerações relacionadas especificamente ao rádio, meio dotado de alta confiabilidade perante o público, decorrente de sua capacidade de adaptação; e, por fim, consideram fundamental a abertura de novas perspectivas de pesquisa para compreender as dinâmicas atuais do rádio, o que inclui obrigatoriamente o fenômeno da desinformação.

“O futuro das telecomunicações na área de televisão e televisualidades: estratégias e políticas públicas”, de Octavio Penna Pieranti e João Martins Ladeira, tem como objetivo sintetizar as reflexões desenvolvidas no encontro organizado pelo GP Estudos de Televisão e Televisualidades. Assim, o texto se desenvolve em duas partes: na primeira, apresenta os comentários, de Octavio Penna Pieranti, sobre as perspectivas para a pesquisa sobre a televisão; e, na segunda, João Martins Ladeira aborda a questão da “concentração diversificada”, englobando o audiovisual, as telecomunicações e o *streaming*.

“Práticas musicais atravessadas por perspectivas interseccionais”, capítulo que reproduz o nome da mesa realizada pelo GP Comunicação, Música e Entretenimento, marca, ao mesmo tempo, o ciclo de maturidade e de renovação do Grupo. Ao completar 10 anos, no processo de reclivagem ocorrido, em 2022, o GP trouxe novas abordagens, em que práticas musicais são articuladas a partir de elementos raciais, étnicos, de gênero, pós-gênero e interseccionais; perspectivas epistemológicas decoloniais se acoplam aos estudos de som, sonoridades, música e entretenimento; e as reflexões sobre música/entretenimento conectam-se à dinâmica das *urbes*, entre outras proposições. A mesa foi composta por três jovens pesquisadores da rede, recém-doutores ou doutorandos, e que também são os autores do capítulo: Caroline Govari reflete sobre os “cruzamentos” do frevo pernambucano com o hardcore e outros gêneros musicais; Flávia Magalhães apresenta o tema de sua pesquisa sobre “espaços musicais e festivos em políticas de aliança no cotidiano da cidade, em

uma perspectiva de gênero”; e Henrique Tenório questiona a reprodução da branquitude nas análises acadêmicas como identidade neutra, o que se repete, segundo ele, no próprio GP, ocupado por pessoas, em sua maioria, brancas.

No capítulo “Desinformação e ficção televisiva seriada: uma discussão sobre o papel da mídia na construção social da realidade”, Larissa Leda Rocha, Lígia P. Lemos, Luísa Chaves de Melo e Raquel Lobão Evangelista, partindo da premissa que a mídia também contribui para a organização do conhecimento sobre o mundo, consideram urgente debater o papel social das obras ficcionais, especialmente no contexto sensível de desordem informacional. Assim, o texto é um convite a partilhar com os autores do Grupo de Pesquisa em Ficção Televisiva reflexões acerca da ideia de desinformação e sua presença na ficção seriada brasileira.

O texto seguinte, “Mulheres cientistas na pesquisa em comunicação: protagonismo, obstáculos e inovação”, transcreve reflexões da mesa organizada pelo Grupo de Pesquisa Pensamento Comunicacional e Cultural Latino-Americano que trouxe para o debate o protagonismo feminino, os obstáculos e as inovações propostas pelas mulheres cientistas na pesquisa em Comunicação. Para discutir a temática foram convidadas Maria Cristina Gobbi (FAAC-Unesp/Bauru) e a doutoranda Juliana Salles. O capítulo, tal como outros já destacados anteriormente, opta por manter o formato original apresentado durante a sessão na 4ª Temporada de Lives.

O penúltimo capítulo, “Comunicação, Educação e o fenômeno da desinformação”, de autoria de pesquisadores do GP Comunicação e Educação, foi elaborado a partir das reflexões inicialmente destacadas no encontro realizado em junho de 2022. Para o capítulo, os pesquisadores ampliaram as discussões, realizando, inclusive, um levantamento dos artigos submetidos ao Grupo de Pesquisa, desde 2017, quando a expressão *Fake News* ganha territorialidade, ao aparecer expressa no dicionário Collins. No texto, Douglas Oliveira Calixto aborda questões teóricas; Michel Carvalho, ao trazer como domínio

de sua pesquisa a população idosa, propõe que se reconheça as experiências e os afetos envolvidos nas interações com as notícias falsas, bem como interferências em que o grupo etário é uma das variáveis a ser considerada. E, por último, Camila Escudero relata sua experiência no curso de formação para professores da rede pública, no Núcleo de Educomunicação da Secretaria Municipal de Educação de São Paulo, em que trabalha o tema da desinformação na perspectiva da educação formal.

O último texto do livro “Telejornalismo Brasileiro: a cobertura internacional, os conflitos e a guerra”, de autoria de Cristiane Finger, Cláudia Thomé e Vitor Belém, reproduz a entrevista realizada com a Editora Chefe do SBT Brasil, Viviane Macedo, tendo como debatedores três integrantes do GP Telejornalismo, Ariane Pereira, Edna Mello e Vitor Belém, que também assina o capítulo. Na entrevista e nos debates abordam a ação dos canais internacionais de notícias vinte e quatro horas, desde a década de 1990, destacando, sobretudo, as coberturas em momentos de conflito e de guerra. Assim, dialogando diretamente com os tempos de incerteza em que se vive desde 2020 (e que se exponenciou com a guerra deflagrada pela Rússia contra a Ucrânia, em 2022), além de mostrar a importância do telejornalismo em eventos extremos, permite com que se possa caracterizar a própria desinformação como a maior luta que enfrentamos quando o ódio, mais uma vez, naturaliza a barbárie.

Gostaria, como síntese final, de fazer, brevemente, um duplo movimento: no primeiro queria antecipadamente pedir desculpas pelas inúmeras lacunas que escaparam nos comentários dos capítulos. Em alguns, os nomes dos autores não foram citados; em outros, a análise foi breve e incompleta; para outros tantos, certamente, destaquei fenômenos e reflexões que não foram consideradas pelos próprios autores desta ou daquela forma. Este prefácio assume-se, portanto, como um texto lacunar, submetido às imposições da minha memória, marcadas também pelo longo tempo que participo da INTERCOM e do qual sempre me orgulho.

O segundo diz respeito à tipologia dos textos que o livro congrega. Podemos agrupá-los em duas grandes ordens textuais, que, em certa medida, determinam também duas tessituras de escrita dominantes: textos com marcas explícitas dos diálogos, no qual as perguntas e respostas se sucedem, e, algumas vezes, também os comentários do público; e textos escritos sob a forma clássica de capítulos, em que discutem e colocam em relação suas inflexões, a partir diálogos autorais, incluindo, em alguns casos, até mesmo pesquisas empíricas inéditas.

A maioria dos capítulos aborda, sob os mais diferentes prismas, a urgente, necessária e complexa questão da desinformação, procurando relacioná-la ao lugar conceitual/reflexivo do respectivo Grupo de Pesquisa. Como consequência importante vemos a construção de um painel multifacetado sobre o tema sob a égide dos estudos de comunicação, como afirmei logo no início deste prefácio.

Um segundo conjunto de textos procura destacar os caminhos reflexivos dos diversos grupos de pesquisa que propuseram as temáticas dos encontros. Esta escolha foi, em parte, decorrente do processo de reestruturação (acompanhado da emergência de novos temas e novas abordagens das pesquisas em comunicação) dos Grupos de Pesquisa, ocorrido no início de 2022. Neste conjunto figuram desde GPs que existem na INTERCOM há décadas, como é o caso de Rádio e Mídia Sonora ou de Desenvolvimento Regional, apenas para citar dois, até os recém-incorporados como o Grupo de Pesquisa Comunicação Antirracista e Pensamento Afrodiaspórico (CAPA). Necessárias, estas reflexões mostram também a pujança da INTERCOM como sociedade científica, capaz de quase meio século depois de seu início, com a finalidade de aglutinar pesquisas/pesquisadores da comunicação, continuar produzindo pensamento inovador e em permanente renovação.

Do ponto de vista da tessitura textual apresentam as reflexões ou em textos que têm como objetivo aprofundar as ideias debatidas pelas *lives* ampliando as possibilidades

das discussões feitas no modo remoto ou optam, como já destacamos, por transcrever, tornando memorável no texto o formato do encontro original, chegando, em alguns casos, a reproduzir o diálogo que os participantes tiveram com o público.

São textos que espelham o mundo histórico em que vivemos, textos em suspensão, a procura de complementariedades reflexivas num momento em que só com a colaboração e os vínculos, essência da comunicação (SODRÉ, 2014), se pode combater a desinformação. São textos, também, que nos levam a pensar na forma autor/autoria nas escrituras do contemporâneo: fluídas, embaralhadas, conectadas, ora abusam do que chamo regime de “citação assombrada”, com profusão de autores que se alinham, algumas vezes sem saber bem por que, ora incorporam ideias basilares sem qualquer referência ao passado autoral. Estaríamos diante de um novo regime de autoria diferente do que começa a emergir a partir de meados do século XVIII, quando se passou a construir paulatinamente a figura (e a consagração) do autor/escritor?

Concluo este texto com uma longa citação de Roger Chartier, portanto, trazendo como recurso o regime de “citação assombrada”, que eu mesma critiquei no parágrafo anterior. Este extrato textual, a meu ver, sintetiza o papel do pesquisador diante dos cenários de desinformação no qual nos encontramos. Ainda que o historiador atribua a centralidade da ação à história, tomo emprestada a sua ideia e amplio a referência feita por ele na direção de todas as ciências e, particularmente, da comunicação.

as ciências da sociedade e do passado assumem a responsabilidade que lhes compete: fazer inteligíveis as heranças e as discontinuidades que nos tornaram o que somos tanto como indivíduos quanto como sociedade. Nessa perspectiva, a história [ou as ciências da sociedade e do passado] sempre deve ser o saber que desmascara as verdades alternativas, que rechaça as negações do que foi ou do que é, que estabelece um conhecimento

comprovado. Assim, pode contribuir a apaziguar as feridas que deixou em nosso presente um passado que foi amiúde injusto e cruel. Assim, pode desempenhar seu papel cívico e ético (CHARTIER, 2022, p. 22).

A comunicação, neste contexto, tem importante papel cívico e ético. E as discussões presentes neste livro retiram qualquer dúvida que poderíamos ter.

### **Referências Bibliográficas**

CHARTIER, Roger. Verdade e prova: história, retórica, literatura, memória. *Revista História* (São Paulo), n. 181, a00821, 2022. Disponível em: <[dx.doi.org/10.11606/issn.2316-9141.rh.2022.181759](https://doi.org/10.11606/issn.2316-9141.rh.2022.181759)>. Acesso em: 15/06/2022

SODRÉ, Muniz. *A ciência do comum: Notas para o método comunicacional*. Petrópolis: Vozes, 2014.



# APRESENTAÇÃO



## Apresentação

Nair Prata  
Sônia Jaconi  
Rodrigo Gabrioti  
Genio Nascimento

As *lives* definitivamente entraram para o calendário oficial de ações da Cátedra INTERCOM em Comunicação e Informação José Marques de Melo. Da atividade provisória para driblar o isolamento social, imposto pela pandemia da Covid-19, no primeiro semestre de 2020, chegamos agora ao sucesso falando sobre sua 4ª temporada. Mais uma vez, os Grupos de Pesquisa da INTERCOM, que passaram recentemente por um processo de reativação para sua continuidade, aderiram ao projeto. Assim, de 19 de abril a 28 de junho de 2022, 21 encontros foram realizados. Pesquisadores de todos os níveis, em todo o Brasil, estiveram mais uma vez reunidos virtualmente para troca de afetos e conhecimento nos encontros que mantém a fidelidade de dias e horário: sempre às terças e quintas-feiras, das 18h às 19h30.

São duas formas de acompanhar as *lives*: pela Plataforma Zoom, disponibilizada aos convidados e inscritos previamente, ou pelo perfil oficial da INTERCOM no Facebook, aberto a todos os interessados. Com a pandemia, o número



de atividades da comunidade acadêmica aumentou, mas nem por isso, 87 pessoas, entre cientistas da Comunicação e profissionais da Área, deixaram de passar pelos 21 encontros que reuniram: Alfredo Suppia (Unicamp), Allan Novaes (UNASP), Álvaro Bufarah (Universidade Presbiteriana Mackenzie/FAAP), Ana Cláudia Condeixa (ICSA/Unifesspa), Ana Paula Miranda (PUC-RS), Ana Regina Rego (UFPI), Ariane Pereira (Unicentro), Bernadette Lyra (UFES), Betania Maciel (ESUDA/CLAEC), Camila Escudero (Umesp), Carla de Araújo Risso (UFBA), Carlos Peres de Figueiredo Sobrinho (UFS), Caroline Govari (Unisinos), Círcia Kröling Peruzzo (UERJ), Claudia Nonato (ECA/USP), Claudia Tomé (UFJF), Cristiane Finger (PUC-RS), Cristina Schmidt Portero (Rede Folkcom), Daniel Martín-Pena (UEx), Debora Cristina Lopez (UFOP/UFPR), Djalma Thürler (UFBA), Douglas Calixto (ECA/USP), Eloisa Beling Loose (UFRGS), Felipe Pena (UFF), Fernando Oliveira Paulino (UnB), Flávia Marinho Lisboa (Unifesspa), Francisco Machado Filho (UNESP), Gênio Nascimento (Universidade Anhembi Morumbi), Giovandro Ferreira (UFBA), Givânia Silva (UNB/CONAQ), Hendry André (UFPR), Ilza Tourinho Girardi (UFRGS), Isabel Travancas (UFRJ), Ivan Mussa (UFPB), Ivan Paganotti (Umesp), João Martins Ladeira (UFPR), José Messias (UFMA), Juliana Salles (USP/CELACC), Jusciele Oliveira (UFBA), Katarini Miguel (UFMS), Larissa Leda Rocha (UFMA), Leonel Aguiar (PUC-Rio), Ligia Prezias Lemos (USP), Luisa Chaves de Melo (PUC-Rio), Luiza Alvim (UFRJ), Luiza Lusvarghi (Unicamp), Luiza Santos (FGV), Magali do Nascimento Cunha (ISER), Manoel Dourado Bastos (UEL), Marcelo Sabbatini (UFPE), Márcia Guena (UNEB), Márcio Gonçalves (UERJ), Marco Schneider (PPGCI-Ibict/ECO-UFRJ/PPGMC-UFF), Marcos Paulo da Silva (UFMS), Margarida Kunsch (USP), Maria Cristina Gobbi (FAAC/Unesp), Maria Immacolata Vassalo de Lopes (USP), Marialva Barbosa (UFRJ), Mariana Reis (INTERCOM), Marília Barcellos (UFMS), Michel Carvalho Silva (UFABC), Monica Franchi Carniello (Unitau/Fatec), Monica Martinez (Uniso), Nadja Vladir (UFRB), Nair

Prata (UFOP), Nara Lya Cabral Scabin (Universidade Anhembi Morumbi), Octavio Penna Pieranti (UNESP), Paulo Victor (UFBA), Pedro Maciel Guimarães (Unicamp), Rafael Grohmann (Unisinos), Raquel Lobão Evangelista (Universidade Católica de Petrópolis), Ricardo Alvarenga (SIGNIS), Rodrigo Cazes (UFF), Rodrigo Gabrioti (Athon), Rogério Pelizzare (MECOM-ECA/USP), Roseli Fígaro (ECA/USP), Sandra Reimão (USP), Sônia Jaconi (IEA/USP), Sílvio Simon (Univille), Suely Fragoso (UFGRS), Tarcízio Silva (UFABC), Tatiana Clébicar Leite (ICICT/Fiocruz), Thales Lelo (ECA/USP), Valdir Roque Dallabrida (UFPR), Vitor Belém (UFS), Viviana Macedo (SBT), Winglisson Henrique Nascimento (UFPE).

Todos participaram de seus lugares de fala, os Grupos de Pesquisa, a partir do tema central do Congresso Nacional da INTERCOM 2022: Ciências da Comunicação contra a Desinformação. O resultado das *lives* se encontra nestas produções relacionadas que seguem a ordem da programação desta 4ª temporada:

1. Ciências da Comunicação contra a Desinformação
2. Comunicação e Trabalho no contexto de plataformização e da desinformação: um diálogo com pesquisadores
3. A pesquisa em comunicação e religiões: alicerces para as construções em curso a partir do Dicionário Brasileiro de Comunicação e Religiões
4. Pesquisa em Jornalismo contra a desinformação: credibilidade para a defesa da democracia
5. Os games nas eleições de 2022: desinformação e cultura gamer nas campanhas políticas
6. Desinformação, direitos humanos e liberdade de expressão
7. Comunicação como elemento constituído do desenvolvimento territorial
8. Comunicação, desinformação e crise do capitalismo

9. Jornalismo ambiental sob a perspectiva dos estudos decoloniais
10. Racismo e Desinformação: apontamentos sob a perspectiva antirracista
11. Cultura popular e ativismo midiático em tempos de (des)informação
12. Aníbal Bragança e a história do GP de Produção Editorial
13. Desafios do rádio frente às redes de desinformação no combate às *fake news*
14. O futuro das telecomunicações na área de televisão e televisualidades: estratégias e políticas públicas
15. Práticas musicais atravessadas por perspectivas interseccionais
16. Desinformação e ficção televisiva seriada: uma discussão sobre o papel da mídia na construção social da realidade
17. Mulheres cientistas na pesquisa em Comunicação: protagonismo, obstáculos e inovação
18. Comunicação, Educação e o fenômeno da pesquisa
19. O telejornalismo brasileiro e a cobertura internacional, os conflitos e a guerra

Este *e-book* é um dos três produtos derivados desta quarta temporada de *lives*. O outro é a gravação de todos os encontros, no canal da INTERCOM no Youtube, disponibilizado em <[youtube.com/intercomcomunicacao](https://youtube.com/intercomcomunicacao)>. E, por fim, o Podcast PapoCom, do PraxisJor, grupo de pesquisa vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará. Nesta modalidade, todas as *lives* são formatadas em episódios de *podcasts*, disponíveis em <[ppgcom.ufc.br/pt/podcast\\_papocom](https://ppgcom.ufc.br/pt/podcast_papocom)>.

Três projetos derivados que contribuem para o acervo da memória das Ciências da Comunicação com vasto conteúdo

*Nair Prata, Sônia Jaconi, Rodrigo Gabrioti e Genio Nascimento*

para tratar e debater sobre um fenômeno bastante atual e arriscado: a desinformação construída pelos mais diversos tipos de narrativas.

Boa leitura!

# **CAPÍTULO I**



# Ciências da Comunicação contra a Desinformação

Ana Regina Rêgo  
Fernando de Oliveira Paulino

## Introdução

Por fim, o que é talvez perturbador, se as mentiras políticas modernas são tão grandes que requerem um rearranjo completo de toda a trama factual, a criação de outra realidade, por assim dizer, na qual elas se encaixem sem remendos, falhas ou rachaduras, exatamente como os fatos se encaixavam em seu próprio contexto original, o que impede essas novas histórias, imagens e pseudofatos de se tornarem um substituto adequado para a realidade e factualidade? (ARENDR, 2011, p.313, sic.)

O presente capítulo partiu de um convite da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM) para participarmos de uma *live* em formato de mesa redonda, realizada em abril de 2022, nos canais e perfis da INTERCOM nas plataformas digitais e cuja temática debatida entre os convidados foi aqui preservada como título do texto,

muito embora, tanto o debate quanto o que aqui trazemos extrapole as ciências da comunicação, transbordando para o campo da comunicação, fenômenos, práticas e estruturas por onde relacionamentos se estabelecem e afetividades são vivenciadas.

Esse transbordamento se apresentou de modo natural tendo em vista que o combate que ora se realiza ao fenômeno da desinformação (RÊGO, 2020-A), não se restringe à prática da pesquisa cientificamente orientada no campo da comunicação, mas atinge atores em cenários díspares, assim como, diversas áreas do conhecimento e da ciência.

É válido ponderar que não se trata de uma contraposição a um pensar a ciência da comunicação como um espaço de ação, muito embora tal cientificidade seja objeto de debates e de raros consensos entre os teóricos da área conforme nos apresenta Rêgo (2020-B).

Nesse sentido e sem uma maior discussão sobre a ciência da comunicação, considerando que esse não é o espaço para tal debate e que nem dispomos de páginas suficientes, é que aqui trabalhamos em um processo de contraposição ao fenômeno da desinformação, com práticas, dispositivos e epistemes conforme Foucault (1999, 2002, 2010, 2014, 2016), pensando em um ambiente comunicacional abrangente como bem situa Rêgo (2020-B, p.37).

De um lado, as práticas por onde se estruturam as sociabilidades, se manifestam os afetos e transcorrem os modos de dominação, de outro as pesquisas, os intercâmbios inter e transdisciplinares e os complexos contextos que movem os pesquisadores do campo da comunicação e de outros campos, que, potencialmente, a partir do final do século XIX e começo do século XX, se debruçaram sobre a comunicação, inicialmente, dita de massa.

Este texto se delinea tendo a desinformação como um fenômeno social coletivo cuja arquitetura estratégica inclui



um pujante mercado por um lado, e por outro, se aproveita de fluxos digitais e de aparatos de receptividade de narrativas sensacionalistas e emocionais, dentre outras características. Vale ponderar, que a desinformação possui tanto uma estética chamativa, quanto uma composição morfológica híbrida e, a um tempo, congrega tanto fraude/mentira quanto fatos, além de descontextualizações temporais e/ou espaciais e contextuais.

Por outro prisma, a desinformação enquanto fenômeno multidimensional se aproveita do modelo negócios duplamente cego das plataformas digitais e das estratégias de marketing destas, colocando em evidência as crises e tensionalidades entre os regimes de verdade, assim como, pondo em suspeição os lugares de verdade da modernidade, tais como, o jornalismo, a ciência, a história, a academia, dentre outros. Esse debate sobre a verdade trazemos logo no primeiro *subitem* do nosso texto, seguido de uma abordagem sobre a desinformação, e, posteriormente, tratamos das formas de combate.

### **Sobre Véritas**

Para Foucault, as sociedades em suas temporalidades possuem regimes acordados em torno de uma “política geral” da verdade. Isso, conforme o autor, significa que cada sociedade define quais discursos e narrativas são aceitáveis em seu contexto social. Diversos mecanismos e lugares de poder terminam por definir do ponto de vista histórico e da historicidade do fenômeno da verdade, estratégias que “[...] permitem distinguir os enunciados verdadeiros ou falsos, a maneira como se sancionam uns e outros, as técnicas e os procedimentos que são valorizados para obtenção da verdade, o estatuto daqueles que tem a função de dizer o que funciona como verdadeiro” (FOUCAULT, 2010, p.112).

Esse estabelecimento dos regimes de verdade temporalmente e contextualmente é esclarecedor das



diferentes percepções sobre a verdade que atravessam a história da humanidade.

Na *Ordem do discurso*, Foucault (2016) define os sistemas de exclusão e distinção que interferem no discurso, que por sua vez, já surge como um veículo para o poder. Os sistemas de exclusão estariam centrados na *Interdição* que revela uma regulação sobre o que, onde e como deve ser falado. Na *Separação e rejeição* que manifestam a relação oposta entre razão e loucura, com supremacia da razão sobre a loucura. E, por fim, na *Vontade de verdade* a partir de Nietzsche, que trata como visto anteriormente, da relação dicotômica, mas, intrínseca, entre a verdade e o engano.

Portanto, tanto em Foucault como em Nietzsche, a *vontade de verdade* está diretamente relacionada com a *vontade de poder*. Controlar a construção do que é ou pode ser o verdadeiro é, em si, uma estratégia de dominação, constituição e manutenção do poder, visto que carrega elementos de regulação, controle do que pode circular socialmente como premissas do que se diz e se toma por verdadeiro, uma vez que o ser humano em sociedade se move rumo ao encontro com *véritas*, cuja convenção social é a guia para um estado de bem viver.

Posteriormente, em *A vontade de saber - História da sexualidade I*, Foucault (1999) coloca em confronto *vontade de verdade* e *vontade de saber*, situando *vontade de verdade* como um mecanismo de exclusão tão forte quanto a oposição entre razão e loucura. Nesse momento, Foucault procura traçar uma morfologia que lhe permita um aprofundamento nos problemas da humanidade com a verdade. O ponto central seria o revelar do papel de *exclusão da vontade de verdade* em relação ao discurso em que se manifesta. Para tanto, se concentra ainda nas questões do poder arbitrário e dos sistemas coercitivos, que tensionam com as lutas históricas e sociais que disputam a construção da verdade.

Nesse contexto, Foucault (1999) tem como guia inquietações sobre os jogos que procuram nortear a verdade contra a fraude, localizando em um sistema verdade/erro convenções socialmente aceitas. Conforme Rêgo e Barbosa (2020), Foucault procura decifrar se os jogos da *vontade de verdade* incluem também uma *vontade de saber*, que se interligam assim, tanto à verdade quanto ao conhecimento.

Em outro momento Foucault continua seu empreendimento genealógico sobre a verdade e, em *A coragem de verdade* apresenta uma trajetória histórica do fenômeno através dos tempos. Começa na primeira aula com a *parresía* enquanto modalidade de uma fala franca localizada na antiguidade, em que o *parresiasta* era dotado de uma forma específica do *dizer-a-verdade* e do *dizer-a-verdade* sobre si mesmo. Para em seguida, trabalhar a verdade do técnico (professor, o médico, o músico, etc.), do filósofo, do profeta, situando-os seus lugares sociais que lhes conferiam poder de fala e audiência, assim como, formas de manifestação de suas verdades, através de seus conhecimentos específicos, aplicados temporalmente em suas sociedades, em que conquistaram respeitabilidade social.

Na obra de Foucault podemos perceber dois caminhos para compreensão de uma história da verdade, uma que se debruça sobre os processos de construção de um discurso que se faz passar por verdadeiro socialmente, detalhando as peculiaridades de sua historicidade em suas temporalidades. Na outra vertente, Foucault trabalha as relações da verdade com o poder que terminam por se coadunar como fenômenos sociais estruturados a partir de tensionalidades, muitas vezes coercitivas (RÊGO e BARBOSA, 2020).

Em suma e para Foucault, as sociedades em suas temporalidades, elevam determinadas instituições à condição de lugares de verdade, que por sua vez, possuem seus porta-vozes.

É preciso ainda reforçar o que foi dito acima de outro

modo e consiste no fato de que *véritas* possui uma estruturação interna que regula a construção discursiva e uma externa através de redes por onde se interconecta à sociedade favorecendo as estruturas de poder.

Nos últimos séculos a sociedade ocidental incluída na modernidade foi marcada pelo regime de verdade forjada nesta temporalidade histórica, em cima de métodos científicistas que tiveram no *cogito* e no método de Descarte seu início de domínio nas ciências e nas instituições alçadas à condição de pilares da modernidade, a exemplo, do jornalismo e da liberdade de imprensa.

O percurso de Foucault em suas genealogia e morfologia da verdade nos revelam que em torno da construção da veracidade, como algo que se comprova como verdadeiro, também localizamos o encontro com os valores e com as crenças, levando a um acreditar *no que se diz por verdadeiro*, teoricamente, seria a crença na base do real que promoveria o lastro do discurso verdadeiro.

No que concerne ao jornalismo e ao campo comunicacional e midiático é possível localizar distintos processos de construção do que se pode tomar por verdadeiro nos regimes da modernidade e da pós-modernidade, ou, modernidade líquida como requer Baumann (2003).

Na modernidade, os métodos vão se aliar ao campo econômico tornando vendáveis os discursos que são tomados como verdadeiros, a exemplo, do que ocorreu com o jornalismo. É nesse ponto que vale ponderar que os métodos científicos se constituíram e se articularam para trabalhar construções verdadeiras cada vez mais incontestáveis ao longo de toda modernidade e que hoje são colocados em suspeição em diversos ângulos até chegar aos movimentos negacionistas no ambiente científico e histórico, por exemplo.

Em outra frente, a fala de Deus que se pensou silenciada na modernidade e que se coloca como a única que

não precisa de um método, visto que se pauta declaradamente no sistema de valores e crenças e já se nomeia como superior ao humano, logo incontestável, termina retornando com grande força nesse momento, contestando o que está posto e se colocando em oposição à ciência em diversas frentes.

É neste íterim que nos situamos na atualidade entre a crítica e a crise, plagiando aqui o título do livro de Koselleck (2009), visto que as críticas que temos realizado, sobretudo, a partir das ciências humanas à fetichização do método (Sodré, 2014) e que é contributiva da crise da verdade e da credibilidade social de instituições como o jornalismo, é também alavancadora de um paradoxo em que nos situamos nos dias atuais, entre um desejo de passado nem sempre acionado por uma tradição crítica, mas que tão somente nos leve ao patamar social de credibilidade e de lugar de verdade situados em um passado, ainda assim, promissor de um status social e econômico. E um desejo de futuro, de transformação social das instituições que ora se conformam em torno de novos pactos de verdade que para além dos confrontos entre evidência e crença, possam construir uma terceira via que agregue rastros de real, para além de seus efeitos, sem necessariamente forjar o subjetivo como objetivo, o parcial como imparcial, dentre outros aspectos de sua possível constituição em torno do que se poderá *vir a ter como verdadeiro*.

O que hoje disputa o *status* de verdadeiro se confronta diariamente e com grande intensidade com a fraude hibridizada em diversas construções narrativas que circulam enquanto fenômeno desinformativo no seio da sociedade e possui duplo desafio que se estrutura de modo reticular em redes sociais digitais e que partem tanto de um mercado da construção intencional da desinformação e ignorância (RÊGO e BARBOSA, 2020) e de um contexto social de produção, como também a partir do acolhimento das narrativas desinformativas pela sociedade, estruturando

um fenômeno social de grandes proporções como veremos a seguir.

### **Para além da mentira**

A marca distintiva da verdade factual consiste em que seu contrário não é o erro, nem a ilusão, nem a opinião, nenhum dos quais se reflete sobre a veracidade pessoal e sim a falsidade deliberada, a mentira (ARENDDT, 2011, p.318).

Aqui iniciamos com a potência da mentira, com a potência do que Donald Trump denominou de *fake news* em um claro direcionamento à uma intencional suspeição do campo jornalístico, mas que se tornou uma nomenclatura popular e que vem sendo aplicada em muitos contextos e narrativas (BURKE, 2021).

Tanto as *fake news* como a *hipérbole verdadeira*, neologismos cunhados por Trump deixam transparecer o quanto tal personagem midiático e político norte-americano descartava a importância dos fatos e destacava a potência para o que hoje denominamos de *viralizar* de uma determinada narrativa. Tais contestações do real a partir de uma pensada implantação da dúvida em cenários como a ciência, o meio ambiente, o jornalismo e a história, possibilitaram a viabilidade e a visibilidade de uma construção de uma realidade paralela que se estabeleceu de modo mais livre e completamente despreocupada com o confronto com os fatos, somente nas últimas décadas.

Por outro lado, a desinformação no ambiente jornalístico é bem mais antiga e remonta aos primórdios de formação do campo que como nos diz Bourdieu (1997) nasceu no encontro entre o *news* e o *comments*, no raiar do jornalismo moderno quando seus princípios éticos foram forjados tendo a cientificidade e a veracidade como foco, o que deu origem a um *ethos* social diferenciado, cujos princípios direcionavam a

prática jornalística para uma construção de uma determinada verdade social. Contudo, há que se ponderar, que desde suas raízes, o jornalismo foi confrontado com seus limites nesse processo asséptico de construção de realidades, para alguns, ou de mediação de realidades, para outros.

O jornalismo, no entanto, não foi somente confrontado, mas também foi explorado por zonas de poder que cientes da potência do campo frente ao ambiente social, trataram de utilizar suas páginas, antes impressas, para trazer não apenas versões de verdades, mas mentiras e manipulações diversas. O jornalismo praticado na primeira guerra, por exemplo, tanto na Inglaterra, França, Alemanha e Brasil, é recheado de peças de desinformação<sup>1</sup> (RÊGO e LEAL, 2015).

Nesse contexto, é possível pensar em uma consciência histórica que acione para o campo jornalístico uma suspeição que nasce junto com o próprio campo. A credibilidade forjada em um contexto de modernidade pujante e mercadológica através de métodos, técnicas e práticas de construção de versões de verdade, foi desvelada e a suspeição do jornalismo foi absorvida pelos negacionistas e pelos mal-intencionados na política, na religião e na ciência, por exemplo.

O historiador Robert Proctor em seu livro *Agnotologia* (2008) nos fala dos mercadores da mentira (cientistas cooptados pela indústria do tabaco) que teriam criado um manual de como confrontar as verdades factuais e científicas e que para tanto, necessitariam somente utilizar o mesmo princípio utilizado por Descartes em seu cogito (a dúvida), a dúvida que movimenta as inquietações na ciência e que leva a investigações em busca de respostas. A dúvida deveria, portanto, ser plantada através de narrativas que confrontassem a história, a ciência, o jornalismo e que pudessem alcançar o processo educacional, com versões de realidades paralelas.

---

1. Vale destacar que nem sempre é possível aplicar o conceito desinformação do ponto de vista temporal voltado ao passado, uma vez que pela visada fenomenológica, a desinformação se coloca como o outro lado da informação, cuja datação científica é posterior.

Logo a suspeição do jornalismo que já vinha de longe, encontra-se hoje, potencializada, assim como a dúvida levantada em todas as áreas que hoje atinge os diversos movimentos negacionistas, desde o terraplanismo<sup>2</sup>, o movimento antivacina que no Estados Unidos possui uma lucratividade anual de cerca de 36 milhões de dólares<sup>3</sup>, além do negacionismo histórico em relação ao *Soah*, o holocausto, a ditadura civil-militar no Brasil, dentre outras temáticas alvo da cadeia produtiva da desinformação e que compõe o fenômeno.

De acordo com uma pesquisa do Instituto de Tecnologia de Massachusetts-MIT<sup>4</sup>, as narrativas com desinformação possuem uma potência 70% maior para viralizar do que uma informação jornalística. A mesma investigação também revela que uma desinformação pode alcançar organicamente nas redes sociais cerca de 100 mil pessoas, enquanto uma informação, sem impulsionamento chega a alcançar somente 1 mil pessoas. À época, a pesquisa teve como foco o Twitter e analisou 126 mil postagens replicadas por 3 milhões de pessoas.

Por outro lado, os constantes aprimoramentos no modelo de negócios das *big Techs*, sobretudo, nos últimos dez anos tem possibilitado que tal potência para fruição se transforme em mais e mais lucrativa, tanto para a cadeia produtiva das informações falsas como para as próprias plataformas, que embora, aleguem não ser sua intenção, nem seu produto, e neguem que existe tal privilégio ao ambiente *desinformacional*, terminam se beneficiando com tal uso das plataformas por parte dos usuários, visto que deste modo alimentam mais rapidamente seu principal capital, que segundo Zuboff (2020) é o capital de predição, adquirido na

---

2. 11 milhões de brasileiros acreditam que a terra é plana. Disponível em: < <https://istoe.com.br/para-milhoes-de-brasileiros-a-terra-e-plana/>. Acesso em 10 maio 22.

3. The anti-vaxx industry. Disponível em: < <https://counterhate.com/research/the-anti-vaxx-industry/>>. Acesso em 25 abril 22.

4. Fake News se espalham mais rápido do que notícias. Disponível em: < <https://ciencia.estadao.com.br/noticias/geral,fake-news-se-espalham-70-mais-rapido-que-as-noticias-verdadeiras-diz-novo-estudo,70002219357>. Acesso em 05 maio 22.

vigilância do nosso comportamento imediato que revela nosso comportamento futuro, motivo pelo qual nossa atenção é mais e mais disputada e também vendida.

Nesse sentido uma composição de modelos econômicos termina por conformar o atual modelo capitalista que extrapola a exploração do já antigo “novo petróleo”, os dados, mas que alcança para além da mineração de dados, a própria predição comportamental de cada usuário que possui um *bios virtual* (SODRÉ, 2002) e a ela se mantém conectado. Economia da atenção nos transforma em produtores intensivos disputando atenção de outros usuários e em consumidores, cuja atenção é cooptada e vendida, quando não escravos do sistema (RÊGO, 2020-A). Economia da ação executada pelas plataformas que nos transforma em marionetes do sistema do capitalismo de vigilância que aciona inúmeras estratégias e de certo modo, nos tratam como escravos, capazes de não somente monitorar nosso comportamento, mas de mudá-lo em um curto prazo (RÊGO, 2021-A).

Em outroviés, há que pensar ainda que a desinformação extrapola a simples *fake news* e se coloca como um produto híbrido que mescla morfológicamente a composição das narrativas: fatos, mentiras, descontextualizações temporais e espaciais, como dito acima. Há ainda uma outra dimensão a ser posta aqui, que é a do que alguns pesquisadores britânicos (Wardle e Derkashian, 2017) denominam de caos informativo conformado pela intencionalidade do autor da desinformação, de um lado, *disinformation*, a desinformação intencional criada com o intuito de confundir, provocar dúvidas ou certezas, alavancar discurso de ódio etc., em prol de causa ou de fraude em diversos sentidos, de outro a *misinformation* que seria uma desinformação não intencional, mas que terminaria provocando mal entendidos no tecido social, e, por último, a *mal information* que seria uma informação factual descontextualizada de alguma forma com a intenção de desinformar.



É preciso ainda chamar a atenção para a tensionalidade estabelecida entre os regimes de verdade numa perspectiva foucaultiana, a partir do que já colocamos e que foi potencializada pelos *mercadores da mentira* segundo Proctor (2008), ou pelos *engenheiros do caos* conforme Giuliano Da Empoli (2019). Tensionalidade esta que foi colocada na vitrine durante a pandemia da Covid-19, quando a veracidade pautada na evidência científica foi posta confronto com a verdade pautada na experiência do médico prático em seu consultório, ou na crença mítica do religioso, ou nos valores de uma sociedade conservadora ou ainda em favor da manutenção da ignorância conforme Peter Burke em entrevista para Rêgo e Barbosa (2021).

Para além de todas essas dimensões, é preciso ter em mente que o combate à desinformação não pode ser somente uma tarefa do jornalismo ou mesmo das ciências da comunicação, embora possamos e façamos muito.

## **O enfrentamento**

O combate à desinformação, a nosso ver, passa tanto pela união da sociedade civil que nas diversas áreas das ciências da vida e das humanas está preocupada e agindo contra a desinformação, foi assim que no Brasil a Rede Nacional de Combate à Desinformação- RNCd Brasil foi criada (RÊGO, 2021-B) e que hoje conta com quase 150 parceiros e engloba todas as regiões do país, conformando ainda diversas áreas das ciências, com grande concentração nas humanas, mas também com participação dos divulgadores das ciências da vida como biologia, farmácia, imunologia, infectologia, etc..

A ideia foi exatamente tentar unir esforços para fazer chegar informação enquanto conhecimento comunicado ou levar contra narrativas, através do maior número de canais a diversos públicos, abrangendo uma parcela maior da população do que nossos projetos e instituições individualmente

conseguem atingir, tendo em vista, as limitações impostas pelas estratégias de marketing das *big Techs* e seus modelos de negócios que prezam pela visibilidade e lucratividade.

Mas o combate à desinformação passa também pela regulação das plataformas em negociação com a sociedade civil, visto que a autorregulação tem provocado muitos problemas, embora resolva pontualmente algumas questões, como as relativas ao Trump e ao Bolsonaro, por exemplo, entretanto, não são proativas em relação ao grosso da desinformação que circula no ambiente social digital. Passa, portanto, pela adoção de uma legislação que possa ser acionada rapidamente e que seja construída a partir de um debate com a sociedade civil e em sua defesa. Em termos de legislação, no Brasil estamos no processo de análise e possível aprovação do Projeto de Lei 2630/2020 que ficou conhecido como PL das *fake news* e que deve englobar a regulação das plataformas, mas que embora, até o presente momento, apresente alguns avanços na defesa da sociedade no ambiente virtual, ainda possui pontos polêmicos como o não combate aos conglomerados e não prevê restrições nas obrigações e penalidades para agentes e instituições públicas e, por outro lado, vem sendo alvo de investidas das Plataformas digitais junto ao Congresso, como também, frente à sociedade civil.

O contexto latino-americano acentua a necessidade de normas, políticas públicas e ações relacionadas à sociedade civil e às instituições científicas e acadêmicas de prevenção à desinformação em função de déficits estruturais de democracia, acesso à informação e direito à comunicação. O alto grau de concentração de propriedade mediática, o elevado índice de paralelismo político misturando interesses editoriais e partidários em veículos de comunicação, o número reduzido de canais de comunicação pública, o baixo grau de convergência deontológica (Paulino et al, 2022) e o insuficiente número de experiências de educomunicação contribuem para que a desinformação seja historicamente ainda mais significativa.

No Brasil e em outros países da região, é possível notar uma dificuldade estrutural e desigual de produção, distribuição e acesso a informações alternativas (Barbosa et al, 2017), contrastando com estratégias político-partidárias que se ampararam e se utilizaram de veículos de comunicação como parte dessa ação. Ao longo do tempo, é possível verificar estratégias associadas à desinformação implementadas com o apoio ou até mesmo a coordenação da ação a partir de canais de comunicação, incluindo neste rol concessões públicas de rádio e TV.

Com a chegada e crescimento da internet a partir do final dos anos 1990, são criados e fortalecidos ambientes alternativos tanto para a propagação de informação alternativa e/ou diferenciada como de compartilhamento de desinformação e de discursos atentatórios a princípios sistematizados por documentos-chave para o exercício de direitos civis, políticos e sociais, tais como a Declaração Universal dos Direitos Humanos. Tal paradoxo se acentuou sobremaneira com a emergência das mídias sociais, por um lado, reorientando possibilidades de mobilização da sociedade, mas por outro criando ruídos ou até mesmo, como aponta Andrew Keen (2012) “estariam nos dividindo, diminuindo e desorientando” a partir do compartilhamento de informações, ruídos e/ou desinformação em ambientes não apenas de partilha técnica, mas também em momentos de troca afetiva e emocional.

Agregado ao panorama descrito acima, é preciso levar em conta a dupla pandemia enfrentada pelo mundo contemporâneo e que aumenta as possibilidades de propagação desinformativa. Por um lado, há mais de dois anos, há filtros no acesso à informação em função dos riscos sanitários consequentes do coronavírus e de como grupos anti-vacina, anti-ciência etc aproveitaram o momento para difundirem suas ideias. Por outro lado, conforme descreve pesquisas do V-Dem Institute (Hellmeir, 2021), podemos falar de uma pandemia política consequente do crescimento

de ações voltadas para a autocratização, buscando acentuar o Poder Executivo perante os outros poderes republicanos. Tais medidas são bastante evidenciadas ao contexto brasileiro atual no qual, para além dos riscos autoritários decorrentes de medidas que levem à hipertrofia do Governo Federal, há registros significativos de aumento inclusive da violência contra profissionais responsáveis pela produção e veiculação de informações (Paulino et al, 2021), alcançando denúncias que chegam até a tentativas de risco à liberdade de cátedra<sup>5</sup>.

Diante desse diagnóstico de algo estrutural e estruturante, que se conecta com algo conjuntural, que tem se transformado em termos tecnológicos, sociais, econômicos, políticos, é essencial planejar e executar medidas que possam, se não retirar toda a sociedade dessa situação, pelo menos apontar alguns caminhos que se relacionam a atividades de ensino, pesquisa e extensão, funções constitucionais das instituições de educação superior e seus acadêmicos no Brasil.

Junto a universidades e faculdades, entidades científicas e acadêmicas, a exemplo da INTERCOM e de outras instituições filiadas à SOCICOM, tem um papel chave em medidas corretivas e preventivas à desinformação, principalmente como consequência de diálogos com escolas de nível fundamental e médio e seus estudantes, pais e mães, técnicos(as) e docentes. Além da função precípua de formar comunicadores com essa preocupação e que também consigam romper com certas bolhas que se estabeleceram e que retroalimentam ações de desinformação, as entidades ligadas à educação têm um papel chave em debates e medidas que pode contribuir para que a desinformação seja percebida como um problema público que demanda formulação,

---

5. Diante do aumento dos riscos à atividade docente e para sistematizar situações de risco, a Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC) chegou a fomentar a criação do Observatório Pesquisa, Ciência e Liberdade e da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), conforme <http://portal.sbpcnet.org.br/noticias/sbpc-e-observatorio-pesquisa-ciencia-e-liberdade-manifestam-preocupacao-com-decisao-do-trf-contra-professor-conrado-hubner/>

implementação e avaliação de políticas públicas relacionadas. Uma das ações necessárias é o impulsionamento de medidas educacionais com práticas de literacia ou alfabetização mediática que alcancem toda a comunidade escolar e todos os níveis educacionais, do ensino infantil à pós-graduação, fomentando orientações e práticas que contribuam para que os públicos consigam separar o joio do trigo e escolham o trigo.

Outra consequência de ações de educação é um uso mais informado e responsável da internet, com mais condições para proteção de dados, transparência e prestação de contas por parte das plataformas. Dados personalíssimos por vezes são oferecidos sem que os(as) usuários(as) tenham consciência dos riscos de tais situações no plano local, nacional e internacional. Essas situações são ainda mais danosas para o público infante-juvenil com tendência de maior credulidade e menor capacidade de lidar com situações de bullying e de desinformação.

Finalmente, e não menos importante, é preciso levar em consideração a essencialidade das medidas sistematizadas neste texto principalmente em períodos eleitorais nos quais estratégias políticas incluem a propagação de desinformação. Para reduzir danos ao sistema eleitoral e assegurar o mínimo de condições democráticas de realização de disputas legítimas à vontade popular e posse dos candidatos legalmente eleitos, é fundamental que o Tribunal Superior Eleitoral e os tribunais regionais nas unidades da federação tenham suas atividades asseguradas e pessoas que coloquem em risco à segurança das urnas sejam devidamente punidas. Para tanto e diante de tantas ameaças recentes, é fundamental que instituições cívicas com as associações científicas e acadêmicas e toda a sociedade fique alerta para que os princípios constitucionais não apenas sejam colocados em xeque, como a Constituição não seja respeitada.

Em síntese, por fim e nesse sentido, se por um lado, temos um fenômeno complexo que atinge o jornalismo e a

sociedade, vislumbramos que o seu combate também deve se dar de modo completo abrangendo o maior número de projetos, visões e um trabalho que mais do que sinérgico possa ser empático, no sentido não de somente se colocar no lugar do outro, mas de um trabalho conjunto onde reconhecendo as diferenças e as singularidades e a diversidade possamos criar laços simbólicos e atuar em prol de um desejo comum, qual seja: um mundo livre de desinformação e de mentiras que servem para manter a ignorância coletiva levando populações a escolher o opressor em seu próprio detrimento. Nesse sentido vale destacar uma ponta de esperança que surge no horizonte, o Digital News Report do Instituto Reuters com a Universidade de Oxford de 2021 já aponta que 82% dos brasileiros estão preocupados com a desinformação. Que tal sentimento se acentue e a democracia no país se fortaleça.

## Referências

ARENDDT, Hannah. **Entre o passado e o futuro**. São Paulo: Perspectiva, 2011.

BARBOSA, Bia; Paulino, F. O.; PEREIRA, S.; AMORIM, A.P.; BANDEIRA, O; MOYSES, D.; OURIQUES, E.; BRANT, J.. Brasil e seu desenvolvimento mediático: síntese e análise da aplicação dos indicadores da Unesco. **Infoamérica**: Iberoamerican Communication Review, v. 11, p. 75-95, 2017. Disponível em: <[dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6435758](http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6435758)>. Acesso em: 15/05/2022.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BURKE, Peter. Ignorance of Politics and the Politics of Ignorance. **Conferência para Rede Nacional de Combate à Desinformação**. Abril de 2021-A. Disponível em: <[youtube.com/watch?v=Yhlq\\_U89\\_pw&t=1513s](https://www.youtube.com/watch?v=Yhlq_U89_pw&t=1513s)>. Acesso em 24/04/2022.

DA EMPOLI, Giuliano. **Os engenheiros do caos**. São Paulo: Vestígio, 2019,

FOUCAULT, Michel. A coragem de verdade. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

FOUCAULT, Michel. **L'ordre du discours**. Paris: Gallimard, 2016.

FOUCAULT, Michel. **Aulas sobre a vontade de saber**. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**. Petrópolis: Vozes, 2002.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade 1: a vontade de saber**. Rio de Janeiro: Edições Grall, 1999.

FOUCAULT, Michel. **Ditos e Escritos IV: estratégia, poder-saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

HELLMEIER, Sebastian et al. (2021) : State of the world 2020: autocratization turns viral, **Democratization**, ISSN 1743-890X, Taylor & Francis, London, Vol. 28, Iss. 6, pp. 1053-1074, <doi.org/10.1080/13510347.2021.1922390>. Acesso em: 25/05/2022.

KEEN, Andrew. **Vertigem digital: por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando?** Rio de Janeiro: Zahar, 2012

KOSELLECK, Reinhart. **Crítica e crise**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2009.

PROCTOR, Robert; SCHIEBINGER, Londa. **Agnotoly: the making and un-making of Ignorance**. Stanford: Stanford University Press, 2008.

RÊGO, Ana Regina. Vigilância, controle e atenção: a desinformação como estratégia. In: **Revista Organicom**. Ano 17. N. 34. Set/Dez, 2020-A.

RÊGO, Ana Regina. Comunicação: entre o fenômeno e a cientificidade. IN: DEL BIANCO, Nelia e SARDINHA, Ruy L. **O**



**Campo da Comunicação:** epistemologia e contribuições científicas. São Paulo: SOCICOM, 2020-B.

RÊGO, Ana Regina e BARBOSA, Marialva. **A construção intencional da ignorância:** o mercado das informações falsas. Rio de Janeiro: Mauad Ed. 2020.

RÊGO, Ana Regina. Novas configurações do capitalismo, economia e colonialismo como lócus da desinformação. In: **Democracia e Direitos Fundamentais**. Porto Alegre: out, 2021-A. Disponível em: < <https://direitosfundamentais.org>>. Acesso em 24/05/2022.

RÊGO, Ana Regina. A construção intencional da ignorância na contemporaneidade e o trabalho em rede para combater a desinformação. In: **RECIIS**, v.15, n.1, 2021-B. Disponível em:< <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/2293>>. Acesso em 20/05/2022.

RÊGO, Ana Regina e LEAL, Ranielle. Guerra de papel: confrontos sobre um conflito. In: SOUSA, Jorge Pedro. **Balas de papel:** a imprensa ilustrada e a grande guerra ( 1914-1918), estudos sobre revistas de Portugal, Brasil e Espanha. Lisboa: Media XXI, 2015.

RÊGO, Ana Regina e BARBOSA, Marialva. Interview with Peter Burke: about ignorance nowadays. In: **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 28, 2021. Disponível em: <[revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/40946/26879](http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/40946/26879)>. Acesso em 04/05/2022.

SODRÉ, Muniz. **A Ciência do Comum**. Petrópolis: Vozes, 2014.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**. Petrópolis: Vozes, 2002.

PAULINO, Fernando Oliveira; BASTIAN, M.; Gomes, R.. Brazil: media accountability instruments, journalists, and media ownership. In: Susanne Fengler; Tobias Eberwein; Matthias Karmasin. (Org.). **The Global Handbook of Media accountability**. 1ed.New York: Routledge, 2022, v. 1, p. 474-480.

PAULINO, Fernando Oliveira; PINHEIRO, E.; NICOLETTI, J..

Comunicação e Democracia no Brasil: pandemia, violência contra jornalistas, EBC em perigo e resistências. In: Jonas Valente. (Org.). **Cadernos Lapcom-Ulepicc de conjuntura das comunicações 2021**: pandemia, liberdade de expressão e polêmicas regulatórias na comunicação eletrônica. 1ed.São Cristóvão: Ulepicc Brasil, 2021, v. 1, p. 10-34. Disponível em: <ulepicc.org.br/wp-content/uploads/2021/08/Cadernos-LaPCom-Ulepicc\_2021\_final.pdf>. Acesso em 04/05/2022.

WARDLE, Claire e DERAKHSHAN, Hossein. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. **Council of Europe Report DGI**, 2017. Disponível em: <rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c >. Acesso em : 15/08/2020.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.

# **CAPÍTULO 2**



# Comunicação e trabalho no contexto de plataformização e da desinformação: Um diálogo com pesquisadores<sup>1</sup>

Cláudia Nonato  
Rafael Grohmann  
Roseli Figaro  
Thales Vilela Lelo

O tema desse encontro, realizado em abril de 2022, foi Comunicação e Trabalho no contexto de *plataformização* e de desinformação. Primeira atividade oficial do Grupo de Pesquisa Comunicação e Trabalho na INTERCOM, iniciativa do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT), credenciado pelo CNPq e coordenado pela professora Roseli Fígaro na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Desde 2003 o CPCT desenvolve pesquisas na área; conta com a participação de professores, doutorandos, pós-doutorandos, mestrandos e bolsistas de Iniciação Científica. A partir do binômio Comunicação e Trabalho, suas pesquisas buscam compreender como a Comunicação organiza, constrói e transforma as redes de sentidos de trabalho, em constante

---

1. Originalmente essa discussão foi transmitida ao vivo, como o segundo encontro da 4ª temporada da série *Lives Cátedra Intercom*, coordenada pelas professoras Nair Prata e Sônia Caldas, ambas diretoras da Intercom. Essa Live teve a organização do GP Comunicação e Trabalho e foi coordenada pelas professoras Roseli Fígaro e Claudia Nonato. Os convidados foram os(a) professores(a) Roseli Fígaro, da ECA-USP, Rafael Grohmann, da UNISINOS, e Thales Lelo, da ECA-USP. A mediação foi da professora Claudia Nonato, da ECA-USP.

mudança. O diálogo reproduzido aqui foi conduzido pela vice coordenadora do CPCT e do GP Comunicação e Trabalho, Cláudia Nonato, em interlocução com os pesquisadores Roseli Figaro, Rafael Grohmann e Thales Lelo.

**Cláudia Nonato:** Como se dá a relação entre Comunicação e Trabalho? A professora Roseli Figaro pode nos explicar?

**Roseli Fígaro:** Sim, inclusive para introduzir o contexto do tema da plataformização e da desinformação, destacamos alguns aspectos do binômio Comunicação e Trabalho. Fazemos questão de chamá-lo assim, como se houvesse um hífen entre os dois conceitos. Em nossos estudos sobre as mediações do mundo do trabalho na comunicação, chegamos à conclusão de que Comunicação e Trabalho são dois conceitos fundantes do ser social. Eles constituem o sujeito social; Comunicação e Trabalho estruturam os laços da nossa sociedade e dão forma às instituições e a todas as maneiras de nos organizarmos em sociedade. Essa perspectiva estuda as relações de comunicação no mundo do trabalho e como os sentidos circulam e a comunicação permite realizar o trabalho. Estudar as relações de comunicação no mundo do trabalho nos faz entender como a comunicação é parte dos processos produtivos e as mútuas implicações que, dessa relação particular-geral, derivam para a comunicação e para o trabalho.

Dessa forma, a proposta teórico-metodológica de comunicação e trabalho oportuniza outras perspectivas e desafios para a área da Comunicação. Desafio, porque amplia, e muito, essa área de estudos, tratando a comunicação exatamente como Ciência da Comunicação e não como uma propedêutica de formação profissional apenas, em que nós somos chamados a formar pessoas para aplicações profissionalizadas. Essa abordagem do binômio Comunicação e Trabalho entende a Comunicação como categoria estruturante do ser social; portanto, nos permite trazer para estudo uma série de temas e problemas que a Comunicação como área científica está

chamada a apresentar soluções, a dar respostas do ponto de vista das pesquisas.

Assim, adentramos nos contextos das mudanças profundas no meio sociotécnico e quais suas implicações para as pessoas. O binômio Comunicação e Trabalho permite pensar as mudanças nos meios de produção, com o avanço da digitalização, das empresas digitais de plataformas, aplicativos e tudo mais, que reorganizam as formas de trabalho e as formas de sociabilidade. A Ciência da Comunicação é um campo profícuo para se estudar essas mudanças. Configura-se a comunicação e os meios de comunicação como meios de produção (WILLIAMS, 2011), como forças produtivas. Essa questão nos traz um novo desafio para os estudos em na nossa área, pois novas perspectivas de pesquisas se abrem. Ou seja, novas perguntas de pesquisa. Desse modo, Comunicação e Trabalho abre perspectivas para tratar tanto a plataformização quanto a desinformação. É isso que nós queremos trazer nessa nossa conversa.

**Cláudia Nonato:** E quais relações se estabelecem entre Comunicação e Trabalho, nos processos de plataformização e de desinformação?

**Rafael Grohmann:** Vou tentar articular Comunicação e Trabalho a algumas dimensões do trabalho em plataformas e à desinformação. Essa é uma das dimensões relacionadas às nossas pesquisas. Temos partido tanto da noção de plataformização do trabalho, ou seja, a crescente dependência que temos de plataformas digitais para realizar atividades de trabalho; assim como das plataformas entendidas, ao mesmo tempo, como meio de produção e meio de comunicação. Entendemos a plataforma como um lugar, ao mesmo tempo, no qual se trabalha e se interage com os processos produtivos e comunicacionais, como um *locus* privilegiado para a área de Comunicação. O trabalho por plataformasmestidoestudadoemváriasáreas, Direito, Geografia, Sociologia, e encontra na Comunicação, o que o professor Muniz



Sodré chama de “comum epistemológico” (2014), no sentido de articular diferentes áreas do saber e, no nosso caso, a partir do papel central da comunicação nos processos produtivos. Eu trouxe um caso para ilustrar, para comentar rápido, e um pouco da pesquisa que temos desenvolvido sobre o trabalho em fazendas de cliques. Lançamos, em junho de 2022, dois desenhos animados explicando um pouco o que é essa pesquisa, e primeiramente eu queria comentar sobre a matéria da Agência Pública<sup>2</sup> sobre o iFood, “A máquina de propaganda do iFood”, reportagem da Agência Pública que mostra que a iFood contrata uma agência de publicidade para desmobilizar os trabalhadores. Só aqui nós temos já o papel central da comunicação da empresa de plataformas, em que há perfis *fake* para desmobilizar os entregadores. É muito interessante para nós, que somos da área de Comunicação, a questão da linguagem utilizada por esses perfis *fake* que a iFood contratou, porque é algo assim, como “o trânsito está giga”. E quem é que fala “o trânsito está giga”? É uma expressão bem paulistana, da Faria Lima<sup>3</sup>, tentando simular uma linguagem de entregador por meio da ação de uma agência de publicidade, nessa dimensão *fake*. Até em todas as dimensões éticas, legais, o que significa isso, em termos de representação e da voz do trabalhador por plataformas? Nisso, vemos o papel central de estratégia de Comunicação das plataformas, em todo esse cenário do trabalho por plataformas. E o iFood é, no Brasil, o exemplo mais paradigmático. Eles se vendem como responsáveis sociais, como cidadãos, como estão abertos a todo mundo e tudo o que não está exatamente do jeito que eles pensam ou é “radical”, ou “olha, não era bem assim”. Inclusive, em termos de estratégias, eles patrocinavam o *Foro de Teresina*, podcast da revista Piauí, onde vão encontrar, teoricamente, pessoas mais resistentes a eles. Depois de tantas críticas, em julho de 2020,

---

2. LEVY, Clarissa. A máquina oculta da propaganda do iFood. 4 de abril de 2022, disponível em: <[apublica.org/2022/04/a-maquina-oculta-de-propaganda-do-ifood](http://apublica.org/2022/04/a-maquina-oculta-de-propaganda-do-ifood)>.

3. Localizada na zona oeste da cidade de São Paulo, a Avenida Brigadeiro Faria Lima é considerada um “símbolo” da riqueza da cidade, por concentrar os considerados salários mais altos, as maiores empresas e o metro quadrado mais disputado da região.



pelo fato de chamarem os entregadores de empreendedores, o iFood limpou a palavra “empreendedores” do site, de maneira a estarem mais discursivamente ajustados a mostrarem como eles estão atentos, e ouvindo, e tal. Tem um texto que eu, Cláudia Nonato, Camila Acosta e Ana Flávia Marques escrevemos, *As Estratégias de Comunicação das Plataformas de Trabalho: Circulação de Sentidos nas Mídias Sociais das Empresas no Brasil*<sup>4</sup>. Lá analisamos posts do iFood durante dois meses de 2020, na época da greve dos entregadores. Um dia antes da greve dos entregadores, o iFood posta no Instagram uma pessoa dizendo assim: “Bloqueio injusto, não? Entregador, estamos do seu lado”, ou seja, a greve era contra o iFood, e aí, o iFood diz: “Olha como nós somos. Nós estamos ao lado do entregador”. Aquele momento era de grande pressão sobre a empresa, e eles mostrando aos consumidores o que era o iFood. As estratégias de comunicação das plataformas são centrais para a mobilização do que eles entendem, em geral, setores de políticas públicas, que nada mais são do que setores de comunicação institucional e de lobby, inclusive em Brasília. Vão tentando minar qualquer coisa que possa, de alguma maneira, posicionar que eles não entendem ser a deles e vão usando todos os esforços, seja acadêmico ou não. A matéria da Agência Pública é um exemplo de como nessas estratégias de comunicação das empresas se joga com a desinformação. Essa estratégia de desinformação, que vem de um universo também histórico da comunicação política, da comunicação eleitoral, e que passa a ser usado como um elemento fundamental para as plataformas ganharem cada vez mais terreno. Esse caso do iFood, é para nossa área de comunicação pensar sobre a nossa responsabilidade em relação às questões éticas ali envolvidas. E o papel das agências também, em aceitar e se colocar a serviço dessa máquina de propaganda. Coordenamos um projeto no Brasil, chamado Fairwork, e a professora Roseli Figaro também faz parte da coordenação do projeto. Analisamos seis plataformas em 2021, de acordo com os princípios de trabalho decente em relação à justiça, ao trabalho digno, enfim, em relação às plataformas. No

4. Disponível em: <[revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/2879](http://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/2879)>.

Brasil, de zero a dez, as plataformas tiveram apenas nota dois, ou seja, jogamos com a questão da opinião pública: é preciso tornar público o que essas plataformas realmente fazem. Embora seja muitas vezes sem surpresas, quando lançamos o relatório, ouvimos muito “ah, não é nenhuma surpresa”, é verdade, mas isso tem que ser mostrado com clareza, porque as empresas de plataformas não cumprem os princípios do trabalho decente em termos de remuneração, condições de trabalho, contrato, gestão e representação. Vamos continuar tornando público o que as plataformas fazem e não fazem em termos de trabalho decente. Inclusive, com o risco de práticas de *fairwashing* por parte delas.

**Cláudia Nonato:** Você pode nos explicar o que significa o termo *fairwashing* e como ele se relaciona com as plataformas e a desinformação?

**Rafael Grohmann:** O termo *fairwashing* tem sido usado para caracterizar o sentido de limpeza, lavagem de imagem, em diferentes áreas. Começou lá no *greenwashing*, na questão do meio ambiente. Tem também o *diversitywashing*, que representa a empresa que afirma que tem diversidade, e quando você vai ver é todo mundo igualzinho na foto da firma. O *fairwashing* é quando a empresa se diz preocupada com os objetivos de desenvolvimento sustentável da ONU, preocupados com o trabalho, com o trabalhador, e, no fundo, é também uma jogada de comunicação institucional, como uma cortina de fumaça. Não à toa, no meio do nosso processo de pesquisa do Fairwork<sup>5</sup>, o Instituto Ethos, uma *thinktank*, lançou uma consulta em relação a princípios de trabalho decente, encomendado por plataformas, no sentido de construção de princípios alternativos rebaixados do nosso projeto, para apresentar: ‘olha, nós não cumprimos os princípios do Fairwork, mas construímos nossos próprios princípios’. Precisamos ficar atentos a essas manobras discursivas, que também jogam o papel de como

5. **Fairwork Brasil 2021: por trabalho decente na economia de plataforma.** Relatório disponível no endereço <[fair.work/wp-content/uploads/sites/131/2022/03/Fairwork-Report-Brazil-2021-PT-1.pdf](https://fair.work/wp-content/uploads/sites/131/2022/03/Fairwork-Report-Brazil-2021-PT-1.pdf)>.

as plataformas dominantes de trabalho são centrais para a divulgação da desinformação no Brasil em relação ao mundo do trabalho, em relação aos trabalhadores e trabalhadoras. Esse é o primeiro exemplo que eu queria trazer para vocês em relação à desinformação. Um segundo exemplo, vem das pesquisas que temos feito sobre trabalho das fazendas de cliques, e, recentemente, eu e o pesquisador Jonathan Ong, da University of Massachusetts – Amherst, estamos organizando um dossiê na revista *Social Media + Society* sobre a relação entre indústria de desinformação e fazendas de cliques. O tema da desinformação é um dos centrais na agenda de pesquisa da área de Comunicação. Mas não é só uma questão discursiva, não é só uma questão de Jornalismo, ou de agências de *fact checking*, mas há uma indústria de desinformação, com trabalho não pago, mal pago, em relação a esse espalhamento de desinformação. Isto é, há trabalho por trás da desinformação. Em abril de 2022, Ong lançou um texto para falar em uma análise centrada no trabalhador em relação ao combate à desinformação. É muito interessante uma tabela (abaixo) que ele compartilha sobre os tipos de modelos de trabalho na indústria da desinformação.

**Tabelas 1, 2, 3, 4 e 5 – Modelos de Desinformação nas Filipinas criado por Jonathan Ong (Fonte: Digilabour)**

<b>Tabela 1</b>	<b>MODELO FINANCIADO PELO ESTADO</b>
	<b>Político</b> <i>Estratégistas de comunicação pagos por departamentos de governo para manter o apoio popular para a atual administração e suas políticas usando uma combinação de declarações públicas na grande mídia e memes em mídias sociais que mobilizam as pessoas nas redes</i>
<b>Liderança e direção estratégica</b>	Controlado por secretários de comunicação
<b>Cliente</b>	Estado filipino
<b>Fonte de dados</b>	Rappler, Vera Files

<b>Tabela 2</b>	<b>MODELO DE EQUIPE INTERNA</b>
	<b>Político</b> <i>Durante eleições ou escândalos políticos, os políticos designam seus próprios funcionários para assumir operações de contas falsas além de seu trabalho principal, às vezes sem pagamento adicional</i>
<b>Liderança e direção estratégica</b>	Controlado por chefes de gabinete
<b>Cliente</b>	Políticos em exercício de mandato ou candidatos
<b>Fonte de dados</b>	Architects of Networked Disinformation

<b>Tabela 3</b>	<b>MODELO DE PUBLICIDADE E RELAÇÕES PÚBLICAS</b>
	<b>Político e com fins lucrativos</b> <i>Políticos contratam estrategistas de campanha em consultorias baseadas em projetos de curto prazo. O estrategista-chefe pode ser recompensado com uma posição oficial do governo e uma rede social expandida de figuras políticas e empresariais altamente influentes</i>
<b>Liderança e direção estratégica</b>	Controlado pelo estrategista-chefe, contratado como consultor terceirizado baseado em projetos. Os políticos contratam várias empresas, levando à competição pelos conteúdos virais
<b>Cliente</b>	Político, partido ou doador político
<b>Fonte de dados</b>	Architects of Networked Disinformation How Social Media Influencers Helped Twinmark Disseminate Fake News

<b>Tabela 4</b>	<b>MODELO CLICKBAIT</b>
	<b>Com fins lucrativos</b> <i>Operadores de sites de entretenimentos e notícias políticas obtêm receita com a publicidade que mede o pagamento por clique e o tráfego na web</i>

<b>Liderança e direção estratégica</b>	Impulsionado comercialmente, guiado por métricas de engajamentos nas mídias sociais
<b>Cliente</b>	Sem clientes políticos diretos inicialmente, mas parcerias de campanha desenvolvidas ao longo do tempo
<b>Fonte de dados</b>	Tracking Disinformation in the 2019 Philippine Midterm Election

<b>Tabela 5</b>	<b>MODELO INTERFERÊNCIA ESTRANGEIRA</b>
	<i><b>Político e com fins lucrativos</b> A fazenda de trolls chinesa descoberta pelo relatório da Graphika mostrou contas operadas por chineses da província de Fujian. Empresários chineses recrutaram agências de Comunicação locais para impulsionar a campanha de candidatos a prefeito para promover os interesses comerciais nas eleições de 2019</i>
<b>Liderança e direção estratégica</b>	Não temos conhecimento direto do funcionamento interno das fazendas de trolls chinesas As agências de comunicação locais contratadas por empresários estrangeiros para ajudar na campanha de um político são coordenadas por um estrategista-chefe (filipino local)
<b>Cliente</b>	O relatório da Graphika não fornece detalhes suficientes
<b>Fonte de dados</b>	Graphika Traking Digital Disinformation in the 2019 Philippine Midterm Election

Ele está estudando especialmente nas Filipinas, na Indonésia, em lugares do Sudeste asiático e mostra como se tem desinformação financiada pelo Estado, tem desinformação com trabalhadores dentro de eleições, em campanhas políticas,

criando contas *fake*, e muitas vezes, sem pagamento adicional. Você vai ter esse modelo, que é um pouco o modelo de agência de Publicidade e de Relações Públicas. Ele comenta sobre assessores de políticos que são contratados em campanha e com trabalhadores atuando nisso, até o modelo de fazenda de *trolls* em que trabalhadores de websites agregam questões de entretenimento e política para criar mais tráfego de internet. Vemos esse modelo, que ele vai chamar de modelo internacional, que são as fazendas de trolls e das fazendas de cliques de maneira geral, e até fala que não conhece diretamente as fazendas de cliques chinesas. O professor fala mais de um contexto do Sudeste asiático. Vemos que essa indústria da desinformação, quando chega ao Brasil, dá para pensarmos. No final de 2021, um colunista de fofocas, chamado Leo Dias, falou sobre a milícia das fofocas e o quanto estava sendo espalhada a produção de desinformação em relação a celebridades. É um pouco o que se tem falado sobre o *Big Brother 22*. Fazendo uma busca aleatória no Twitter sobre “fazenda de cliques”, o que mais apareceu foi “Arthur Aguiar tem fazendas de cliques no Big Brother.” Temos produção de votos a partir de cliques, claro, ainda não temos evidências a respeito disso, mas é interessante notar o quanto isso ultrapassa também o político-eleitoral e vai se espalhando para todas as atividades. Outro dia o professor Fabio Malini, da UFES, deu uma entrevista para a Folha de S. Paulo, dizendo que, com as eleições, o que pode mais “bombar” são canais de fofocas, tipo *Choquei!*. Esses canais também estão começando a citar a agenda política e, a princípio, são canais de fofoca de celebridades.

**Roseli Figaro:** Como você relaciona a desinformação com a situação dos trabalhadores que trabalham para plataformas?

**Rafael Grohmann:** A exemplo do pesquisador Jonathan Ong, temos feito uma pesquisa nas chamadas “fazendas de cliques”. O que são fazendas de cliques? São empresas que se colocam como empresas de marketing digital, e têm uns nomes que

são muito diretos: “Ganhar no Insta”, por exemplo, e que são plataformas baseadas em sites que vendem seguidores e que prometem vender seguidores “reais”. Em troca disso, é o que chamamos de falsa automação ou *fauxtomation* que, ao invés de robôs, os *bots*, são *bots* humanos, trabalhando nessas plataformas para alimentar fábricas de seguidores de *likes* e comentários. Eu vou ler para vocês só a descrição de uma dessas plataformas. Todas são brasileiras. As fazendas de cliques no Brasil têm algo de único, todas são plataformas de empresas brasileiras, fora dos grandes centros, não têm nenhuma localizada em São Paulo e no Rio Janeiro, todas em português e atendendo ao mercado local. Olhem o que a Dizu diz: “Ganhando dinheiro *online* seguindo o Instagram e o TikTok. Utilize o dinheiro no Instagram e no TikTok, apenas seguindo e curtindo”. O que é a *Dizu*? Uma empresa de marketing digital, voltada para as redes sociais. Uma startup inovadora, que “encontrou uma forma de suprir a dor de pessoas que desejam se tornar famosas”. Ou seja, vou repetir para vocês: ela encontrou uma forma de “suprir a dor de pessoas que desejam se tornar famosas”. E a dor de pessoas que desejam ganhar uma renda extra pela internet, remunerada. O que acontece? Eles têm como clientes celebridades, políticos, mas isso é até anedótico, porque é um ou outro que a gente encontra. Mas o que mais tem é influenciador ou “quero ser influenciador”. E de várias áreas: Direito, Saúde, Personal Trainer, instrutor de crossfit, ou estabelecimentos comerciais do interior do Brasil, uma lanchonete de Ribeirão Preto que precisa do Instagram para vender seus lanches. E compra seguidores como estratégia de credibilidade e produção de autenticidade: “ah, se tiver três mil, dez mil seguidores a mais, eu vou ter mais credibilidade no mercado” e se coloca no Instagram e no TikTok para essa função. E isso, a custo de trabalhadores, que ganham 0,001 centavo por tarefa. Eu vou destacar do próprio site de uma dessas empresas, chamada *Ganhar no Insta*. Quanto pagam? 0,006 por ação para seguir alguém no Instagram, 0,003 para curtir algum perfil no TikTok e 0,005 no Facebook.



Até o início de 2021, os trabalhadores também eram pagos para dar “curtir” em vídeos do YouTube, o que mostra a relação entre trabalhadores pagos e as redes de ódio. Olha o que a plataforma mostra: “o valor pode parecer pouco, mas pode ser uma boa renda extra também”. Pois bem, os trabalhadores descobrem essas plataformas por meio de canais do YouTube, prometendo ganhar renda extra: “Ganhe renda extra, ganhe renda fácil. Ganhe renda participativamente”. Em geral, também se colocando como empreendedores, marqueteiros digitais. Vendem cursos para ensinar as pessoas, muitas vezes com uma trajetória de trabalho, a maioria com uma trajetória histórica de informalidade nas relações de trabalho. Entrevistamos até mulheres que foram catadoras de latinhas, e que trabalham hoje para essas plataformas, é o que eu chamo de *deep Web*<sup>6</sup> do trabalho por plataformas, e passam o dia clicando, comentando, curtindo no Instagram e, para poder sobreviver, pega o celular do filho, o computador do marido, a família aparece como alvo central, muitas mulheres trabalhando nessas plataformas e que, para sobreviver, acabam criando várias contas *fake*. Uma trabalhadora nos disse que “nossa, eu morro de medo de ser processada, eu já criei uma conta *fake* do meu pai, mas eu pedi para ele. Ou “eu crio uma conta *fake* da família, eu vou criar uma conta *fake* sua, ou eu vou criar uma conta do Harry Styles, que é uma celebridade e não vão me processar”. Esses trabalhadores têm um problema ético, mas ao mesmo tempo dizem: “mas eu não quero clicar só com a minha conta, as pessoas vão ver e achar que é *fake*. Eu não quero envolver minha conta pessoal nisso”. Desse modo, para ganhar o mínimo, criam várias contas *fake*, tem gente com 200 contas *fake*. E os grupos do WhatsApp são uma porta do inferno para essa *deep Web* para o trabalho dessas plataformas. Alguns grupos afirmam ter entrado na plataforma “e ganhei uma renda extra”, e por aí vai. Muita coisa no Telegram e no WhatsApp.

6. Deep Web (Internet Profunda, em tradução livre) é uma área da Internet que fica “escondida” e tem pouca regulamentação. Não pode ser acessada por meio de pesquisas em buscadores e também não é acessada digitando um endereço em um navegador comum. Justamente pela dificuldade de acesso, é usada para o compartilhamento de conteúdo ilegal, como venda de drogas, pedofilia e violência.

E o mercado de contas *fake*, que vai de trinta centavos a cinco reais. Esse valor é para os trabalhadores usarem essas contas para seguir os clientes, comentar nas contas dos clientes. Há um mercado paralelo de packs de fotos em geral também de mulheres, prometendo “mulheres normais”, que não são celebridades e nem poderiam, vendendo por 50 centavos um pack de 50 fotos. Enfim, há uma série de ações golpistas, ilegais, dentro da informalidade, pirataria, e essa circulação de contas, fotos e seguidores *fake*. No fundo, temos nas fazendas de cliques, para além de trabalhadores mal pagos, radicalizando e renovando a informalidade histórica do mercado de trabalho no Brasil, temos esses trabalhadores alimentando dimensões *fake*, de desinformação e em relação, por exemplo, ao impacto de influenciadores.

**Cláudia Nonato:** Mas o que os influenciadores têm a ver com a desinformação e as fazendas de cliques?

**Rafael Grohmann:** Fala-se muito de influenciadores e criadores de conteúdo nas pesquisas em Comunicação, mas pouco nesse mercado que alimenta toda essa economia e com base em seguidores e comentários *fake*, que é uma dimensão dessa desinformação, com fotos em contas falsas criadas por esses trabalhadores. Estamos escrevendo um artigo sobre o que significa e amplia essa indústria da desinformação, não ligada exclusivamente ao universo político, eleitoral, e quanto é necessário considerar o lado dos trabalhadores que alimentam essas diferentes dimensões de desinformação. Estamos discutindo o que são os cliques, contas, fotos e mercados que são *fakes*. E pessoas vendem de tudo, e a porta de entrada para questões como compra e venda de dinheiro falso, de bitcoin, e vira um grande mercado paralelo com venda de Netflix pirata, tudo que se possa imaginar e mais um pouco nesses grupos de WhatsApp de renda extra. Temos um papel central nas pesquisas e no ensino na área da Comunicação, como as agências de comunicação e publicidade, os influenciadores

jogam papel na circulação e desinformação às custas de trabalhadores com histórico de informalidade no Brasil.

**Cláudia Nonato:** Thales, as iniciativas de combate à desinformação, sobretudo aquelas jornalísticas denominadas de *fact checking*, têm dado resultados?

**Thales Lelo:** Venho estudando esse fenômeno desde 2019, e tenho minhas dúvidas de que a desinformação possa ser muito facilmente combatida seja por meio de iniciativas de checagem de fatos, seja por programas de educação midiática. Gostaria de iniciar minha fala contextualizando alguns elementos da pesquisa que venho desenvolvendo sobre o tema para então construir meu argumento a respeito dos elos entre plataformização e desinformação, me enfocando especificamente nas iniciativas de combate à desinformação. Frequentemente, quando vemos discussões que tratam do que o Prof. Rafael Grohmann trouxe aqui, sobre essa indústria de desinformação, sobre essas contas *fake*, há uma tendência de pensar nas estratégias de combate à desinformação como uma panaceia para estes problemas. Você tem esses exércitos de bots, pessoas sendo muito mal pagas, que trabalham nesses serviços precários, para alimentar perfis de influenciadores e para disseminar desinformações de caráter político. E, de outro lado, o combate à desinformação é entendido como capaz de nos livrar desse mal terrível que a desinformação representa às nossas sociedades. Mas o que acontece, é que nos últimos anos, quem está financiando as iniciativas de combate à desinformação são as empresas de plataforma também. Então, o argumento que vou aqui desenvolver, é que o investimento das empresas de plataforma nas iniciativas de combate à desinformação, a despeito de eventuais contribuições que possam trazer ao debate público, são nada mais, nada menos, do que estratégias de propaganda e de *lobby* político das plataformas digitais. É importante retomar brevemente a minha trajetória de incursão nesta discussão. Como disse, minha pesquisa começa em 2019

e, de início, eu queria entender um pouco o que explicava essa expansão do *fact-checking* no Brasil. Diferentemente dos EUA e da Europa, que começaram a ter iniciativas do gênero na primeira década dos anos 2000, os primeiros projetos de checagem no Brasil começam a emergir entre 2010 e 2014, no contexto das eleições presidenciais. São projetos pontuais, estruturados pela grande imprensa do eixo Rio-São Paulo, que visavam analisar os discursos dos candidatos à presidência, e esses projetos eram descontinuados assim que as eleições terminavam. Eles começam muito estimulados por iniciativas que estavam gozando de grande prestígio nos Estados Unidos, a exemplo do *Politifact*, que foi agraciado com o Prêmio Pulitzer em 2009 após a cobertura das eleições presidenciais de 2008, que levaram Barack Obama ao poder. Na América Latina, o primeiro projeto do gênero é o Chequeado, inaugurado em 2010 na Argentina. O sucesso desta iniciativa motivou uma guinada no *fact-checking* latino-americano. Mas, como disse, no Brasil, até 2014, a maioria dos projetos existentes era de curta duração. Somente em 2015 os primeiros projetos dedicados à checagem de fatos são inaugurados como arranjos alternativos às corporações de mídia, para usar aqui um conceito muito caro ao Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT), por jornalistas que vinham de editorias de política da grande imprensa, mas que resolveram investir neste subgênero editorial já tendo em vista que as iniciativas de combate à desinformação poderiam se tornar uma tendência nos anos seguintes. Em 2016, a temática da desinformação explode no mundo todo, sobretudo em decorrência dos resultados inesperados das eleições nos Estados Unidos e pelo referendo do Brexit. À época, muito se disse que os resultados desses processos políticos tinham sido definitivamente influenciados pela circulação de desinformação. Comentaristas diziam que Donald Trump havia ganhado as eleições nos Estados Unidos porque teria investido em uma campanha de desinformação massiva, impulsionando publicidade micro dirigida a eleitores que eram mais suscetíveis de serem induzidos pelo seu

discurso. E o mesmo se dizia do Brexit. Na sequência destes eventos, a pressão pública sobre as empresas de plataformas se intensificou, porque as campanhas feitas por Trump, por exemplo, no Facebook, foram desmascaradas por meio do escândalo do *Cambridge Analytica*, que veio à tona em 2018 e gerou um escrutínio enorme nas corporações do Vale do Silício, que até então estavam surfando muito tranquilas no seu sistema de monetização de conteúdo na Internet. As primeiras pressões por regulamentação começaram a surgir, e os proprietários do Meta e do Google foram convidados a dar explicações no Congresso estadunidense. Uma saída que estas corporações encontraram para fazer um *lobby* eficiente, evidenciando que estavam se preocupando com a problemática da desinformação, foi começar a fazer investimentos massivos em iniciativas de combate às *fake news*. Já em 2017, tanto o Google quanto o Meta lançaram seus programas de incentivos ao jornalismo para investir recursos na imprensa. O Google lançou o Google News Initiative e o Meta lançou o Facebook Journalism Project, que depois foi renomeado para Meta Journalist Project. É com esse investimento massivo, feito no jornalismo como um todo, mas especialmente nas iniciativas de combate à desinformação, que esses empreendimentos começam a tomar fôlego. Qual foi o resultado disso no Brasil? Entre 2016 e 2018, novas iniciativas de combate à desinformação foram inauguradas, todas elas de caráter jornalístico, e muitas delas vinculadas à grande imprensa, a exemplo do *Fato ou Fake* e do *Estadão Verifica*. E essas iniciativas ganharam um impulso no contexto das eleições brasileiras de 2018, momento em que essa pauta da desinformação surgia como questão que poderia eventualmente influenciar os resultados das eleições, uma vez que Jair Bolsonaro era nomeado à época de “Trump dos Trópicos” e já se sabia que ele iria impulsionar sua campanha se valendo de estratégias de desinformação. Em paralelo às denúncias de que a campanha de Bolsonaro teria utilizado financiamento indevido para impulsionar mensagens falsas e enganosas nas mídias sociais e aplicativos de mensagens, Meta

e Google começaram a fazer investimentos nas iniciativas de combate à desinformação no Brasil e na América Latina como um todo, levando em conta que outros países da região também passaram por ciclos eleitorais no mesmo período. Os subsídios das *big techs* começaram a chegar por meio de diversas parcerias editoriais e deram fôlego a essas iniciativas de enfrentamento à desinformação, principalmente aquelas que dependem desses recursos para conseguir sobreviver economicamente, uma vez que muitas não são ligadas aos conglomerados de mídia e têm que desenvolver estratégias híbridas de financiamento para garantir a manutenção das suas atividades. Então, por meio dessas parcerias, muitas empresas conseguiram prosperar. Não obstante, aquelas que conseguiram manter relações estáveis com Google e Meta começaram a influenciar outras que estavam sendo lançadas e que viam nessas parcerias uma possibilidade de conseguir estabilidade financeira. Atualmente, o ecossistema de combate à desinformação no Brasil e na América Latina (incluindo aqui *fact-checking* e programas de educação midiática) se configura como essencialmente vinculado aos recursos das corporações do Vale do Silício.

**Roseli Figaro:** A sua pesquisa mostra que são as grandes empresas de plataformas do Vale do Silício que financiam a checagem de informação?

**Thales Lelo:** Partindo da minha pesquisa centrada no empreendimento brasileiro de checagem de fatos, resolvi expandir minha amostra de pesquisa para averiguar o ecossistema de combate à desinformação na América Latina, incluindo não só o *fact-checking*, mas também iniciativas de educação midiática. Gostaria de compartilhar alguns dados deste mapeamento exploratório que iniciei. Entre 2017 e 2022, as empresas de plataforma ofereceram pelo menos quinze programas de financiamento e parcerias fixas a projetos da América Latina dedicados ao combate à desinformação. Só em

2020, devido à pandemia da Covid-19, sete linhas de financiamento foram lançadas pelas *big techs* para fomentar projetos de combate à desinformação em saúde. E quais são os valores investidos por estas empresas na América Latina? Levando em consideração que muitos dos valores não são informados (especialmente os investimentos feitos pelo Google), pode-se dizer que as empresas de plataforma investiram ao menos nove milhões e 300 mil dólares em projetos do gênero entre os anos de 2017 e 2022. É preciso ponderar que no caso das parcerias editoriais de longo prazo os valores não são divulgados, mas fato é que empreendimentos que são parceiros de Google e Meta são financeiramente dependentes destas corporações, especialmente arranjos alternativos às corporações de mídia. Google e Meta financiam hoje projetos na Argentina, Brasil, Chile, Venezuela, Peru, Bolívia, Paraguai, Equador, Uruguai, Colômbia, México, El Salvador, Nicarágua, Honduras, Panamá, Cuba, Costa Rica e Guatemala. E quais os principais destinatários destes investimentos? A maior parte deles é voltado às iniciativas de checagem de fatos. Desde 2017, o Meta, possui um programa de parcerias fixas, alcunhado *Meta's Third-Party Fact-Checking Program*, estabelecido com signatários da *International Fact-Checking Network (IFCN)*. A IFCN é uma rede capitaneada por *fact-checkers* dos Estados Unidos que propuseram esta entidade como uma forma de garantir certa transparência nos métodos adotados pelos checadores mundo afora e criar um “padrão ouro” de verificação de fatos. A IFCN faz auditorias periódicas nas agências que se candidatam para se tornarem signatárias da rede, e os recursos de Meta e Google para checagem de fatos só são destinados às empresas signatárias da IFCN. Por esta razão, atualmente toda agência de checagem de fatos ambiciona se tornar signatária da IFCN, porque isso garante a viabilidade econômica de muitas destas empresas. Em 2022 temos 17 países da América Latina financiados pelo Meta *Third-Party Fact-Checking Program*. Além disso, por meio do IFCN, o Meta lançou outros programas pontuais de subsídio à checagem de



fatos, a exemplo do *Global Fact-Checking Mentorship Program*, que é um programa de mentoria para jornalistas interessados em *fact-checking*. Já o Google oferece, desde 2018, subsídio a consórcios de imprensa destinados à checagem de fatos, reunindo aí veículos da grande imprensa e arranjos alternativos às corporações de mídia. Por intermédio do *Google News Initiative*, que é uma instituição fundada pela Google, o programa financia iniciativas em países como a Argentina, o México, o Uruguai e o Brasil. Em nosso país, o principal consórcio de imprensa voltado ao combate à desinformação é o *Projeto Comprova*, inaugurado em 2018, e que hoje conta com 33 parceiros. O projeto é financiado pelo Google desde a sua implementação. E assim como o Meta, o Google também possui outros programas de investimento pontuais em iniciativas de enfrentamento à desinformação na América Latina, a exemplo do *GNI Innovation Challenge* e do *COVID-19 Vaccine Counter-Misinformation Open Fund*. Além disso, o Google também investe em programas de educação midiática na região desde 2019. A título de ilustração, em julho de 2019, o Google ofereceu um milhão de dólares ao *Instituto Palavra Aberta* para lançar o projeto *Educamídia* que, segundo o site da iniciativa, tem por objetivo difundir o tema de educação midiática no Brasil e fornecer suporte e ferramentas para que crianças e jovens desenvolvam habilidades necessárias para consumir informações de forma segura e responsável. Mais recentemente, o *Palavra Aberta* lançou outros projetos do gênero, desta vez focados no público 60+. Em 2021, o Google renovou esta parceria com o *Instituto Palavra Aberta* e ofereceu um novo aporte, dessa vez de cinco milhões de reais, para que o programa possa manter suas atividades até 2023. Além disso, há uma série de outras iniciativas que o Google financia também, todas focadas em auxiliar públicos considerados vulneráveis à desinformação, para que essas pessoas possam discernir conteúdos verdadeiros e falsos nas mídias sociais. E existem projetos similares na Argentina, México e Colômbia, a maioria deles elaborado por organizações não governamentais (ONGS).

São projetos muitas vezes lúdicos, que visam ensinar as crianças a discernir informações sobre eleições, saúde, meio ambiente, entre outros temas. Já encaminhando para o encerramento da minha fala, gostaria de pensar em cinco consequências deste crescente investimento das empresas de plataforma na pauta de combate à desinformação. Em primeiro lugar, podemos refletir acerca de uma paulatina adequação do trabalho das iniciativas de checagem às demandas das plataformas digitais. As plataformas estão interessadas em automatizar a checagem de fatos para escalar o volume de desinformação que é verificado diariamente, estender o alcance do *fact-checking* em mídias sociais, e fomentar a modulação das publicações aos *affordances* de plataformas como o YouTube e o Instagram. Isto pode gerar uma intensificação no trabalho dos *fact-checkers*, que passam a ter de alimentar diversas contas simultaneamente para atingir novos nichos de público na Internet. Em segundo lugar, destaco a terceirização da moderação de conteúdo das *big techs* para organizações jornalísticas especializadas em checagem. Há uma expressiva literatura sobre moderação de conteúdo nas plataformas digitais, e sabe-se que o trabalho é feito de forma precarizada, tendo sido alvo de muitas críticas nos últimos anos. Quando você subcontrata empresas jornalísticas para fazer esse trabalho de verificação de conteúdos sinalizados por usuários ou pelas próprias plataformas, você desresponsabiliza, em certo sentido, as empresas de plataforma pela atividade de moderação, colocando os *fact-checkers* como “árbitros da verdade” nas mídias sociais. Então, as iniciativas de checagem de fatos se tornam moderadores especializados atuando para as empresas de plataforma. Em terceiro lugar, gostaria de ponderar acerca de uma eventual cooptação editorial das iniciativas de *fact-checking* independentes, que dependem cada vez mais dos recursos das empresas de plataforma para garantir a manutenção de suas atividades. O resultado disso é que estes empreendimentos, que possuem equipes reduzidas, estão cada vez mais se concentrando em verificar o conteúdo

que interessa às corporações do Vale do Silício, isto é, a desinformação que circula nas mídias sociais, em detrimento de outros tipos de checagem, a exemplo da checagem do discurso político. Em quarto lugar, entendo que os investimentos feitos no combate à desinformação compõem uma estratégia de relações públicas das corporações do Vale do Silício para se desresponsabilizarem pela monetização da produção e circulação da desinformação, essa indústria da desinformação que o Prof. Rafael muito bem delineou, indústria esta que é sustentada por meio da publicidade programática, que é a principal fonte de receita de empresas como o Google e o Meta. Nesse sentido, entendo que as *big techs* mobilizam uma campanha de *brandwashing* que visa atribuir ao usuário a responsabilidade pela atividade de checagem. Então, por meio do financiamento de campanhas de educação midiática, o que as empresas plataformas estão dizendo é o seguinte: bom, se os usuários estão consumindo muita desinformação, é porque falta a eles as competências necessárias para distinguirem o que é verdadeiro do que é falso na internet, e isso não é responsabilidade das empresas de plataforma, que estão envidando todo esforço possível para combater a desinformação nas mídias sociais. Por fim, encerro enfatizando que o *lobby* das *big techs* visa esvaziar o fôlego das iniciativas de regulamentação estatal e pública das plataformas digitais, a exemplo de projetos de lei que, por mais que tenham problemas, são sempre alvo de campanha desmobilizadora das corporações do Vale do Silício, que tentam desestimular este tipo de regulamentação alegando que elas mesmas são capazes de se autorregular independentemente de governos locais. Penso que estas cinco consequências que listei aqui sobre o crescente investimento das *big techs* na pauta do combate à desinformação já nos acendem um alerta sobre o tipo de trabalho que está sendo desenvolvido na América Latina. Se de um lado temos as empresas de plataforma financiando a produção de desinformação, do outro lado, temos elas também financiando o combate à desinformação.

**Cláudia Nonato:** Rafael, sobre a fazenda de cliques, vocês têm algum estudo que mostre qual o perfil dessas pessoas que trabalham? Seria um perfil próximo ao de trabalhadores do telemarketing, por exemplo?

**Rafael Grohmann:** São duas perguntas interessantes. Primeiro, essa pesquisa está em andamento. Eu acho que ainda vão mais uns três anos nela, temos muitas informações e análises a fazer. Ainda não chegamos a entrevistar os clientes. Já sabemos quem comprou cliques, por exemplo, e eu quero entrevistá-los. Vou contar um pouco como temos feito o estudo metodologicamente. Sabemos dos trabalhadores de clique, eles não se chamam de trabalhadores de clique, dizem que trabalham em site. Esse nome “fazenda de clique” vem do Sudeste asiático, de grandes *call centers*, que no Brasil ganha outra configuração, que é o trabalho remoto de plataforma, tipo de trabalho que se acentua durante a pandemia. Há um colega de Minas Gerais, o Matheus Viana Braz, que está debruçado nisso também. Ele descobriu que há cerca de 50 plataformas de microtrabalho no Brasil, incluindo as fazendas de cliques. E só aí, já é uma *deep Web*, porque são plataformas brasileiras, pouco conhecidas. Recentemente ganhamos dois financiamentos, primeiro da Universidade de Cambridge, no Reino Unido, e depois da Universidade Witwatersrand, na África do Sul. Entre a equipe, dividimo-nos em entrevistas com trabalhadores, observações em grupos de WhatsApp, grupos do Facebook, análises de canais do YouTube, comentários, análise das próprias plataformas, dos trabalhadores, de como trabalham, para ver como funciona, conseguir mapear, então, nós não temos uma amostra quantitativa disso. Analisamos a Colômbia, que é outra história, mas tanto no Brasil quanto na Colômbia notamos, primeiro, mulheres, nos grupos do Facebook e WhatsApp, no papel de coordenação, gerenciamento de comunidade em geral, mais mulheres comentando e postando. Aliás, muitas desesperadas por dinheiro, “meu marido perdeu o emprego”, como assunto central. Aliás, recentemente, o Julian

Posada publicou um texto sobre colombianos e venezuelanos que trabalham em família por plataformas. Ele mostra como é uma questão das casas latino-americanas, que trabalham com celular, notebook ou algo assim, com o filho junto, o celular, o marido ajudando, no papel central do trabalho por plataformas, articulando trabalho doméstico e trabalho reprodutivo. Tem uma dimensão de gênero nas fazendas de cliques. Você tem um perfil de mulheres na plataforma, você tem contas *fake*, em geral são de mulheres, pois é mais difícil o Instagram bloquear contas e fotos de mulheres. Em relação ao histórico e à trajetória de trabalho dessas pessoas, elas são, de longe, as que têm mais histórico de trabalho informal e do trabalho de revenda. Aliás, é muito interessante como as fazendas de cliques atualizam a palavra revenda. A revenda no Brasil é um trabalho clássico já na literatura, de revendas da Natura, de revenda de produtos do Paraguai, o trabalho da Rosana Pinheiro Machado<sup>7</sup> de mercados piratas, por exemplo, e da Ludmila Abílio<sup>8</sup>, sobre as revendedoras da Natura. Essa questão da revenda está muito presente na vida dessas pessoas. De trabalhar com outros tipos de revenda, seja de Natura, seja de outros mercados informais e que às vezes até misturam algo que pode envolver CD pirata, ou algo assim, mas que eles levam toda essa bagagem de informalidade, como trabalhar remotamente por essas plataformas. Tinha o relato de uma trabalhadora dizendo: “para mim está sendo uma oportunidade, porque eu já catei latinha e até isso está difícil durante a pandemia.” E temos nessas fazendas de cliques, que elas chamam de sites, “esse trabalho nos sites está me ajudando muito”. E já teve a primeira greve de fazendeiros de cliques no ano passado, já chamaram as plataformas de “parasitas”, enfim, eles têm uma série de organizações, nessa questão também. O interessante é que cada trabalhador vira um revendedor potencial. Por quê? Porque,

---

7. Refere-se à tese de doutorado de Rosana Pinheiro Machado, *Made in China: produção e circulação de mercadorias no circuito China-Paraguai-Brasil*, defendida no Programa de Antropologia Social, UFRGS, 2009.

8. Trata-se do livro de Ludmila Abílio denominado *Sem maquiagem: O trabalho de um milhão de revendedoras de cosméticos*, editado pela Boitempo, 2015.

além de trabalharem nessas plataformas, também passam a atuar nesse mercado paralelo de contas *fake*, aumentando assim os ganhos.

**Cláudia Nonato:** Existe alguma regulamentação para esse tipo de trabalho?

**Rafael Grohmann:** Primeiro, só dizer que nessa questão da *deep Web*, temos de tomar cuidado para não falar desse trabalho pelo paradigma da invisibilidade. Os trabalhadores não são invisíveis, lógico que eles estão trabalhando nas casas deles, e é difícil de ter uma cobertura midiática sobre isso; eles assinam o contrato na informalidade, é muito difícil fazer eles falarem, e a própria ideia do desenho animado veio daí. Temos tomado cuidado em relação a isso, e em relação à regulação, eu falei sobre isso há algum tempo para um grupo de juizes de trabalho. Eles não conheciam e ficaram horrorizados. E uma juíza comentou que “eu nem sei por onde começar a pensar a regulação de algo que é totalmente *fake*, de que maneira você regulariza esse trabalho? O que é regular?” Então, é diferente você regular as fazendas de cliques em relação a trabalhadores que alimentam inteligência artificial ou os entregadores. É um mercado que já é *fake* na raiz. Desse modo, vou responder com uma outra pergunta, de um seminário que tivemos, com uma professora chinesa me perguntando: “Os trabalhadores não escolhem um trabalho mais ético”. Mas é questão de sobrevivência, não é uma questão de escolha. Tem essas questões que são complicadas e o que eu tenho feito é levar toda essa problemática para que o que juristas, procuradores, entre outros, possam pensar sobre essa temática.

**Cláudia Nonato:** Eu tenho três questões do público e vou lê-las, para vocês responderem: **a)** Como vocês enxergam o papel dos profissionais de Relações Públicas diante desse cenário, principalmente, quanto ao que o Rafael relatou na fala dele?

b) Embora o tema seja Trabalho e Comunicação, percebo que permite pensar em termo de tipificação ou categorização, que envolve profissionais contratados para promover a desinformação tanto para o campo político econômico e social com trabalhadores da informalidade e os trabalhadores profissionais especializados até no setor da economia formal e mista. Tem alguma literatura dos colegas para aprofundamento da temática? c) Estou fazendo o curso Programa de Certificação de Multiplicadores do Instituto Palavra Aberta e desconfiava desse aporte do Google, mas não sabia que eram cifras tão elevadas. Thales, interessante esse mapeamento que você fez. Também não conhecia esse modelo de trabalho. Você tem mais informações?

**Thales Lelo:** Eu não tenho muito mais o que acrescentar a esta discussão, mas gostaria de pontuar que o *lobby* antirregulatório de corporações como o Meta e o Google tem sido muito eficiente, haja vista que o discurso de combate à desinformação ganhou muita atenção nos últimos anos, e quase que diariamente este tema é discutido na imprensa. Com isto não quero dizer que iniciativas de *fact-checking*, por exemplo, são irrelevantes para o debate público. Elas têm sua importância, mas o outro lado da discussão, que é o modo como estes empreendimentos são financiados e os riscos advindos deste processo, raramente é tratado com a seriedade que merece. Perdemos de vista, por exemplo, o fato de que é interessante para Google e Meta que esse discurso de combate à desinformação continue agendando a esfera pública, porque estas corporações obtêm diversos tipos de ganhos com um debate promovido nestes termos. E se as empresas que mais lucram com desinformação estão também promovendo a pauta de combate à desinformação, algo deveria nos despertar pelo menos algum tipo de incômodo. Por isso sustento que o *lobby* das *big techs* foi extremamente eficiente, porque elas conseguiram reverter a pressão pública que sofriam no sentido da regulamentação pública de seus serviços. Hoje, penso que há uma certa anestesia na opinião pública, que



tende a reificar o discurso das plataformas de que seus esforços no combate à desinformação já bastam para sanear o debate público. Levando em consideração que teremos eleições presidenciais daqui a poucos meses, deveríamos ao menos pensar a respeito dessas questões. É importante fomentar um discurso crítico a respeito do tipo de campanha que está sendo mobilizado pelas corporações do Vale do Silício no que concerne ao combate à desinformação, e minha contribuição a este debate caminhou nesta direção.

**Rafael Grohmann:** O papel do Relações Públicas é central nesse processo. Está no cerne da estratégia de comunicação das plataformas. Tente mapear quem são os profissionais que estão liderando estratégias de comunicação em Uber, Facebook, iFood, às vezes, profissionais de Relações Públicas que já passaram por essas três empresas. E que têm como missão, circular a ideologia californiana. O que é ideologia californiana? É o que está na base do discurso do Vale do Silício, e dou dois exemplos: um de 2009, 2010, da rede social do Mark Zuckerberg, que vai mostrá-lo como punk, revolucionário, e agora, recentemente, saiu uma série chamada “Super Pumped”, a história da Uber, que mostra aquele moço magrinho, o Joseph Gordon-Levitt, como dono da Uber. E a Uma Tumman vira para ele e fala assim: “Você que é o *bad boy* da tecnologia?” E de que maneira os discursos que as empresas do Vale do Silício são sempre um misto de algo que parece contracultural com algo que vai no cerne do neoliberalismo. Dizem: “nós somos democráticos, nós somos construtivos, mas ao mesmo tempo é livre mercado”. De que maneira se joga com esse discurso? O que temos no Brasil, inclusive com as plataformas brasileiras, é o misto da Faria Lima com o Vale do Silício. Para mim esse é um dos pontos centrais, porque mesmo as plataformas brasileiras não conseguem criar algo diferente disso. É quase um simulacro do Vale do Silício, mesmo as plataformas da África do Sul e da Índia, é o que temos visto no projeto Fairwork, tentam produzir uma imagem de que teriam a ver mais com o local. Então, há

o papel central dos Relações Públicas na produção e circulação desse discurso. Em colocar e estar em todos os lugares dizendo, “olha, nós somos inovadores, nós somos cidadãos, nós temos propósitos”. O profissional de Relações Públicas tem não só o papel, mas responsabilidade central no que está acontecendo hoje.

**Roseli Fígaro:** Fico muito satisfeita com os resultados das pesquisas desses dois grandes pesquisadores, jovens, brasileiros, que têm uma contribuição fantástica para entendermos o momento atual. Ambas as pesquisas nos mostram a íntima relação de comunicação e trabalho. Se comunicação e trabalho nos constituem socialmente, hoje, comunicação e trabalho é a mola central do capitalismo financeiro plataformizado. Rafael Grohmann mostra, do lado da classe trabalhadora, o desespero desse trabalhador em busca de algo para sobreviver. Seria similar, só que em grandes proporções, ao que nós sabemos do trabalho informal, das feiras informais, do comércio de coisas roubadas, dos desmanches, que agora ganham uma outra dimensão. Do outro lado, o trabalho que aparece, profissional, de apuração, com um lustro de cidadania, de responsabilidade social, formulado pela mesma lógica das empresas de plataforma, que ganham com os cliques e com a forma de circulação desse trabalho precarizado do trabalhador do clique ou desses trabalhadores precários. Nós temos aí, o mesmo problema com duas faces e essas duas faces são articuladas na lógica de comunicação e trabalho, pelo tipo de capitalismo, pelo tipo de empresa capitalista que temos globalmente. Quero ressaltar esse aspecto, porque o campo da Comunicação, para além de sua pesquisa, relacionada a aspectos intrínsecos aos diferentes perfis comunicacionais tradicionais da área, está chamado a se debruçar sobre esse momento, em que a Comunicação é o eixo estruturante dessas lógicas de exploração do trabalho e com profunda repercussão na lógica política, do que estamos vivendo no Brasil e em vários países do mundo. Essa situação não é por conta de uma

pessoa má, de um político, vamos dizer assim, não educado, por uma pessoa rude, ou por um problema de uma pessoa conservadora, não, isso é um problema do sistema. De um sistema que de alguma maneira nós precisamos compreendê-lo para não ajudar a alimentá-lo. Essas duas pesquisas revelam as mazelas do capital e os trabalhadores da comunicação estão muito envolvidos com essas lógicas. Tanto do ponto de vista do lado da precarização das formas de trabalho, como nós temos mostrado nos nossos estudos, dos Jornalistas, dos Relações Públicas, dos Publicitários, de outros trabalhadores que hoje entram no campo da comunicação, mas também, do outro lado, como comunicadores que, por conta do lugar que ocupam no cenário das posições, eles abrem mão da sua ética, como nós vimos nessa matéria em que a Agência Pública revela, como as empresas de publicidade atuaram na divulgação do iFood para impedir a organização dos trabalhadores. São profissionais da comunicação, são publicitários que menosprezam, que satirizam toda a situação. É uma coisa muito séria. Então, vejam que nós temos problemas éticos e econômicos, que nós temos problemas em relação aos direitos da cidadania, mas nós temos, de compreender essa articulação na ordem da comunicação e trabalho, a possibilidade de entendermos como o sistema econômico e político funciona na contemporaneidade, ou seja, como o capitalismo se renova, se aprofunda e continua espoliando ainda mais os cidadãos e as cidadãs. É essa a mensagem que deixamos: comunicação e trabalho é um ferramental teórico, conceitual e metodológico importantíssimo para entendermos, na verdade, como a comunicação é um eixo estruturante, porque ela tem sido usada como meio de produção do sistema capitalista. É isso que gostaria de deixar registrado.

# **CAPÍTULO 3**



# A pesquisa em comunicação e religiões: alicerces para as construções em curso a partir do Dicionário Brasileiro de Comunicação e Religiões

Magali do Nascimento Cunha  
Allan Novaes  
Ricardo Costa Alvarenga

## **Introdução**

O fenômeno religioso alcançou um nível de visibilidade no espaço público e na esfera da representação e da participação política institucionalizada que não se pode mais negar ou ignorar. É verificada a busca de religiosos e de instituições religiosas pela ocupação de cargos públicos, nos debates e defesa de pautas relacionados aos direitos civis (corpo, gênero, sexualidade, reprodução, biopolítica, liberdade de crença), nas ações de grupos extremistas (com destaque midiático para o Islã, mas abrangem diferentes confissões religiosas).

As religiões também estão visíveis por conta do acesso às mídias e da interação midiática, com a aquisição de espaços nas mídias tradicionais e digitais, com a produção e o consumo de conteúdos, com a constituição de suas próprias celebridades, midiaticização da linguagem e das práticas religiosas. No presente, as religiões ganham, também, relevo, como objeto da indústria cultural (temas de publicações,

filmes, telenovelas) e como segmento do mercado (consumo de bens, serviços e entretenimento).

A forte acolhida do fenômeno da pós-verdade e da desinformação (entenda-se *fake news* e outras modalidades) em ambientes religiosos e a realidade da pandemia de Covid-19 é mais uma constatação de como a religião exerce forte impacto na tessitura cotidiana.

Diante dessa realidade, estudar e compreender o cenário sociopolítico e cultural do Brasil hoje sem considerar as religiões é traçar um caminho equivocado, incompleto. Na área da Comunicação, em especial, não é mais possível estudar os processos comunicacionais sem considerar o lugar das religiões naquilo que envolve as relações humanas.

É nesse contexto da importância do fenômeno religioso e das religiões nos estudos de comunicação que surgiu o Dicionário Brasileiro de Comunicação e Religiões, organizado pelos pesquisadores Magali Cunha e Allan Novaes. O processo de editoração do Dicionário, publicado pela Editora UNASPRESS, do Centro Universitário Adventista (UNASP), sob coordenação do *Excelsior!*, Grupo de Pesquisa em Religião e Cultura da Mídia do UNASP, em parceria com o Grupo de Pesquisa Comunicação e Religiões da INTERCOM/Grupo de Estudos Mídia, Religião e Cultura (MIRE), em 2021, obedeceu a uma metodologia muito significativa. Foi uma construção coletiva que tornou possível, não apenas a editoração de uma obra conjunta, mas a configuração de um processo de estudo que permitiu a elaboração de uma densa reflexão sobre o estado da arte na pesquisa em comunicação e religiões.

O Dicionário foi construído a partir de três seminários denominados “Eixos temáticos em Comunicação e Religiões” e três reuniões para definição dos temas-chave da obra e seus respectivos verbetes, com a intensa participação de integrantes do GP da INTERCOM/ MIRE e de professores/as do UNASP.

Um elemento fundamental neste processo foi um levantamento quantitativo do Banco de Teses e Dissertações



da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal do Ensino Superior (CAPES), do Ministério da Educação do Brasil, promovido por um Grupo de Trabalho do GP da INTERCOM/MIRE, que levou em conta temas e metodologias de maior incidência nas pesquisas acadêmicas em comunicação e religiões no Brasil, nas áreas de Comunicação e Informação, Ciências da Religião e Teologia, Antropologia/Arqueologia, Sociologia, História e Psicologia.

Este estudo indicou um crescimento no número de pesquisas na temática, mas identificou, no entanto, uma significativa dispersão ou atomização de temas nesta interface, com uma miríade de objetos, com maior índice de dissertações e teses sobre temas “do momento”. A análise dos dados demonstrou, ainda, lacunas na base conceitual de expressivo número de trabalhos. Há evidente interesse acadêmico sobre o fenômeno das religiões em relação à comunicação, porém há carência de referências mais densas sobre este fenômeno. Isto faz com que as religiões apenas perpassem as pesquisas, mas não sejam devidamente embasadas, do ponto de vista conceitual, na relação com a comunicação.

O levantamento com base na produção acadêmica sobre comunicação e religiões foi fundamental para a concepção dos verbetes do Dicionário e indicou aspectos do estado da pesquisa nesta interface, com indicação de temas consolidados e o desafio do preenchimento de lacunas identificadas.

Um ponto importante destacado nesta reflexão diz respeito ao reconhecimento da hegemonia cristã na história das religiões no Brasil. Esta religião, por meio da confissão Católica Romana, chegou ao país com os colonizadores portugueses no século 16, quando diversos povos originários com suas diferentes espiritualidades já habitavam estas terras.

O estreito laço entre o Catolicismo e o poder político perpassou quatro séculos e invisibilizou e até mesmo reprimiu outras expressões religiosas, como as que eram cultivadas pelas quase cinco milhões de pessoas africanas escravizadas trazidas, principalmente, para trabalhos forçados nas lavouras de cana-



de-açúcar e café. No entanto, tanto as espiritualidades indígenas e da floresta quanto as religiões de matriz africana sobreviveram e se consolidaram como experiências de fé no Brasil.

O laço Catolicismo-poder político foi afrouxado com a independência de Portugal e, depois, mais fortemente, com a instituição da República, no final do século 19, quando imigrantes alemães e ingleses e missionários estadunidenses já haviam inserido a fé protestante no país por meio de igrejas, escolas e centros sociais. Esta se tornou a configuração do Cristianismo, maior religião do país em número de fiéis, formado pelo catolicismo Romano, pelo Protestantismo Histórico imigrante e missionário.

A este segmento cristão se somou o Protestantismo Pentecostal e sua miríade de igrejas, tanto vindas do exterior quanto nascidas no país, durante o século 20, que segue produzindo novas expressões religiosas no século 21. Ainda no final do século 19, levas de imigrantes do oriente trouxeram suas expressões religiosas para uma nova vida no Brasil, o que foi passado a ser permanentemente experimentado com a frequente chegada de estrangeiros (novos imigrantes e refugiados) tornando ainda mais amplo o mosaico que compõe a pluralidade religiosa brasileira e se constitui um desafio para os estudos sobre comunicação e religiões.

Por conta desse panorama religiosa tão multifacetado no Brasil, é preciso reafirmar elementos significativos para os estudos em Comunicação e Religiões e corrigir algumas aceções que ainda são armadilhas na pesquisa. Logo, faz-se necessário circunscrever epistemologicamente o que se entende por *religiões* e *comunicação* no campo de estudos em questão, tarefa que o Dicionário se propôs fazer em sua introdução teórico-metodológica e que discutimos a seguir.

## **Religião no plural**

*Religião* é tema amplo que compreende várias formas de expressão cultural, englobando costumes, instituições, arte

e literatura. Por isso, é difícil comprimir seu estudo entre as duas capas de um livro. O desafio maior para tratar do tema consiste em oferecer uma abordagem significativa e ao mesmo tempo compreensível do intrincado sistema formado por personagens, movimentos, períodos históricos e temas tão variados, conduzindo o leitor para além destas abordagens básicas, pois religião, religiosidade, experiências e crenças religiosas não podem estar contidas em um livro: estão no mundo, e só aí poderão ser mais bem conhecidas.

O próprio termo “religião” originou-se da palavra latina *religio*, cujo sentido original indicava um conjunto de regras, observâncias, advertências e interdições, sem fazer referência a divindades, rituais, mitos ou qualquer outro tipo de manifestação que, contemporaneamente, entendemos como religiosas. Assim, o conceito “religião” foi construído historicamente e culturalmente no Ocidente adquirindo um sentido ligado à tradição cristã. O vocábulo “religião” - nascido como produto histórico de nossa cultura ocidental e sujeito a alterações ao longo do tempo – não possui um significado original ou absoluto que poderíamos reencontrar. Ao contrário, somos nós, com finalidades científicas, que conferimos sentido ao conceito. Esta conceituação não é arbitrária: deve poder ser aplicada a conjuntos reais de fenômenos históricos suscetíveis de corresponder ao vocábulo “religião”, extraído da linguagem corrente e introduzido como termo técnico.

Por isso, uma definição para uso acadêmico e científico não pode atender a compromissos religiosos específicos, nem ter definições vagas ou ambíguas, como, por exemplo, definir “religião” como “visão de mundo”, o que pressuporia que todas as “visões de mundo” fossem religiosas. Do mesmo modo, se “religião” é definida como “sagrado”, a questão torna-se saber o que é “sagrado” e o seu oposto, o “profano”. Outras definições são muito restritivas: a definição “acreditar em Deus” deixa de fora todos os politeísmos e o Budismo, enquanto a crença numa realidade sobrenatural ou transcendental também não satisfaz, por não ser comum a todas as culturas religiosas.

Uma das definições aceitas pelos estudiosos, para efeitos de organização e análise, tem sido a seguinte: *religião é um sistema comum de crenças e práticas relativas a seres sobre-humanos dentro de universos históricos e culturais específicos*. Aqui, é necessário fazer duas observações: de um lado, é importante ressaltar que nas línguas de outras civilizações e culturas distintas do Ocidente pós-clássico não existe um termo para designar “religião” (no caso da tradição hindu, por exemplo); de outro, que todas as culturas conhecidas possuem manifestações que costumamos chamar de “religião”. Isto significa pressupor que pode existir uma religião sem esta conceituação, ou que o nosso conceito de “religião” é válido para determinados conjuntos de fenômenos nas culturas onde aparecem, mas não se distinguem como “religiosos” no interior de outros universos histórico-culturais. Assim, o conceito de “religião” deve levar em conta a variedade dos fenômenos que costumamos chamar de “religiosos”.

Assim sendo, o problema fundamental a ser colocado no estudo dos fenômenos religiosos deve ser o seguinte: como determinada cultura constrói, historicamente, seus sistemas religiosos, já que para estudar os fenômenos religiosos deve-se estar atento aos usos e sentidos dos termos que, em determinada situação histórica geram crenças, ações, instituições, livros, condutas, ritos, teologias etc.

Apesar de sua complexidade e diversidade, os sistemas religiosos podem ser agrupados segundo regras e pressupostos comuns, para fins de estudo e pesquisa. Em primeiro lugar, historicamente falando, não há religião individual e sim, exclusivamente, religiões de grupos sociais, coletivas (tribos, Estado, Igrejas, etc). O que é individual é a religiosidade, como forma particular de participar e experimentar a religião pré-constituída e supraindividual. Este movimento é dinâmico e nem mesmo os “fundadores” de uma religião escapam disso: uma nova religião pode partir de uma relação particular da religiosidade de uma pessoa com uma religião anterior; porém, só se constituirá como religião se for adotada por um grupo

social, uma coletividade, dando assim nascimento a uma outra instituição, sistema de crenças, ritos, organizações etc.

A experiência religiosa pode ser identificada de diferentes maneiras: consciência de divino, que provoca conhecimento e reverência; o sentimento de absoluta dependência, revelando a condição humana de criatura; a presença de uma ordem invisível ou cósmica eterna; a percepção direta de Deus; o encontro com uma realidade completamente diferente e de ordem superior; a presença de um poder transformador.

Em todos os casos, contudo, para que sejam chamadas de religiosas, estas experiências constituem conjuntos de atitudes e preocupações voltadas para um objeto definitivo, absoluto, para além da condição humana, e todos os estudiosos concordam que a experiência religiosa envolve o questionamento do que é realmente importante para os homens e sua preocupação de alcançar a realidade absoluta.

Embora variados, os fenômenos religiosos têm em comum o fato de serem um tipo característico de esforço criador que, em diferentes sociedades, procuram colocar ao alcance da compreensão humana tudo o que é incontrolável e sem sentido, conferindo valor e significado para a existência das coisas e seres. Resultam disso, as representações de Deus, deuses ou seres sobrenaturais, a organização da fé, doutrinas, ritos, instituições, mundos do Além, salvação etc., que devem ser considerados do ponto de vista histórico e cultural, em suas variações no tempo e no espaço.

Para o estudo desses sistemas complexos de ideias e conceitos, é fundamental marcar as diferenças. Definir crenças religiosas, em sentido estrito, como artigos de fé, não atende a toda a variedade dos fenômenos religiosos. Cada sistema religioso deve ser compreendido e respeitado na sua singularidade, e é por isso que a melhor maneira de abordar a questão das crenças religiosas consiste em analisá-las em contextos culturais e históricos específicos.

Inicialmente, o que chama a atenção dos estudiosos é a diversidade desses sistemas no tempo e no espaço. Porém, alguns elementos comuns podem ser identificados em quase todos os sistemas chamados de “religiosos”, já que o papel fundamental das crenças religiosas consiste em assegurar aos grupos humanos o controle de coisas que, de outro modo, pareceriam incontrolláveis, retirando a existência humana da esfera do acaso, conferindo sentido e significado ao ser e existir, de forma ordenada e compreensível.

As crenças religiosas distinguem-se das outras crenças (políticas, por exemplo) pela importância do papel atribuído aos seres sobre-humanos. Os grandes deuses ou deusas das religiões são concebidos como tais seres, mas as grandes personagens – sejam os profetas ou fundadores, tais como Jesus, Moisés, Buda, Muhammad – são também bons exemplos. Crenças religiosas envolvem todos estes seres dentro de uma grande rede de outras crenças e atitudes, tais como esperanças, medos e desejos. Contudo, crença em seres sobre-humanos não deve ser confundida com a noção de sobrenatural ou mundos transcendentais, uma vez que existem muitas religiões em que tais conceitos não existem.

Existe uma quantidade inumerável de seres sobre-humanos nas várias religiões do mundo. Muitos destes seres sobre-humanos pertencem a uma categoria que representa os aspectos incontrolláveis da realidade – a morte, as forças da natureza, os nascimentos, as doenças, a sexualidade, entre outros –, podendo ser controlados ou apaziguados, pelo menos até certo ponto, pela ação humana. Outra categoria, compreende seres sobre-humanos cuja principal função consiste em proteger os homens e suas comunidades, justamente nos pontos onde o poder humano fracassa; justamente contra os aspectos incontrolláveis da realidade existencial. São duas as possibilidades: recriar um ser sobre-humano segundo formas pessoais, para estabelecer com ele relações regidas por normas humanas; ou, então, criar protetores sobre-humanos e delegar a eles todo o incontrollável e desconhecido.

Religião sempre foi um assunto de vida e morte, não somente em termos de suas próprias funções (batismos e funerais), mas também um assunto existencial decisivo para milhões de pessoas. O espaço crescente na mídia dos assuntos envolvendo religião não tem sido acompanhado pelo conhecimento histórico e cultural sobre o tema. Assim, com frequência, julgamentos apressados e preconceituosos são feitos, baseados em pouco ou nenhum conhecimento. Por isso, é necessário construir e divulgar informações objetivas e críticas de forma a garantir um conhecimento que conduza à compreensão e respeito.

O Dicionário, ao se basear em uma definição sócio-histórica de religião, está promovendo um diálogo da Sociologia e da História com a Comunicação Social, e abrindo mão de definições léxicas, teológicas filosóficas, o que certamente abrange elementos referentes às religiões tais como fé, revelação, conversão, experiência mística, as Escrituras Sagradas. É um olhar sociológico sobre o que representam as religiões tanto como campo social quanto como forma de comunicação social (PACE, 2009).

### **O sentido de comunicação em relação às religiões**

A palavra comunicar, que tem suas origens no latim, *comunicare*, que, etimologicamente, significa tornar comum. A noção de “tornar comum” refere-se a algo que deixa de ser propriedade única, algo exclusivo de alguém e passa a integrar o coletivo. Portanto, comunicação é a ação de tornar comuns ideias (conhecimentos, informações, opiniões) e sentimentos.

Aqui reside uma dimensão *inter*: do interpessoal, do intergrupar, que tem estreita relação com a dimensão do diálogo, que é um elemento fundamental nessa ação de tornar comum. Diálogo que remete também a encontro e aproximação, troca. Estão aí elementos que compõem esse sentido do comunicar, do tornar comum, e que as ciências humanas e sociais afirmam ser próprio da condição humana:

o ser humano, como ser social, não existe para viver sozinho, existe como ser que só garante sua existência na relação com outros seres. O ser humano é ser que depende de outros seres vivos para existir, humanos e não (BRETON, PROULX, 2002).

Há tratados antropológicos, sociológicos, psicológicos e biológicos que falam sobre essa necessidade do outro. Portanto, faz parte da condição humana viver coletivamente. Os humanos são seres sociais, e como seres sociais têm a dimensão da comunicação como parte dessa existência, porque para se viver coletivamente é preciso tornar comuns ideias, sentimentos (BORDENAVE, 1997).

Estas premissas tornam possível afirmar que comunicar é ser, fazer e agir (WOLTON, 2006). Ser porque o ser humano é comunicação no processo de busca de sua identidade e de sua autonomia. Fazer quando se reconhece a importância do outro (dimensão da alteridade) e se vai ao encontro dele/dela. Agir, aceitando-se a humana dependência em relação ao outro e a incerteza de que se vai ser compreendido por ele/ela.

Neste processo estão presentes elementos como a linguagem, a informação, as técnicas e as mídias, a subjetividade, as negociações, a incomunicação (WOLTON, 2006). Tudo isto é resultante das dimensões das trocas que envolvem a comunicação humana: trocas que envolvem comunhão e compartilhamento (dimensão normativa), trocas que envolvem transmissão e difusão (dimensão funcional).

Nesse sentido, sociedades e contextos sociais desiguais e hierarquizados não têm a comunicação como valor.

Para que a comunicação se imponha como valor e realidade incontornáveis nas relações humanas e sociais, é preciso uma sociedade móvel, aberta, voltada para a mudança, que privilegie a iniciativa, separe o religioso do político e do militar, reconheça a singularidade e a igualdade dos sujeitos, o direito de expressão, a liberdade de opinião, enfim, o pluralismo político. Em resumo, muitas condições explicam o fato de a



comunicação, como valor legítimo, só ter podido surgir no final do movimento iniciado no século XVII, em favor do reconhecimento do sujeito e da sua liberdade. (...) A dimensão normativa da comunicação (...) só surge numa sociedade em que as trocas simbólicas constituem o núcleo de sentido. Quando são livres, os homens [e as mulheres] encontram-se em face da comunicação [grifo do autor]. Devem então imaginar outras regras simbólicas. A comunicação assume seu lugar normativo ao passar de uma sociedade fechada a uma sociedade aberta. (...) É o símbolo da libertação em relação à tradição, da mobilidade em relação à estabilidade, de uma sociedade menos hierárquica, mais centrada em si e na relação com o outro. Comunicar, enfim, é sempre desejar compreender o mundo (WOLTON, 2006, p. 26).

Esta compreensão remete a dois elementos fundamentais no processo da comunicação humana: a convivência e a coexistência. O ser humano é muito complexo: repleto de convergências e divergências; de certezas e dúvidas; de similaridades e diferenças; de caos e ordem; de completudes e incompletudes; de coerências e contradições; de plenitudes e implenitudes; de luzes e sombras (FREUD, 2006a, 2006b; JUNG, 1978).

Nesse sentido, o maior desafio do ser humano tem sido existir e coexistir e, para isso, precisa sempre escolher e se apegar no que representa um bem para si e para os outros. É assim que emerge a ética – a responsabilidade que cada pessoa tem por suas atitudes e pelas consequências delas para si própria e para os outros (CHAUÍ, 2000). Ligadas à ética estão as regras do conviver, do coexistir, porque cada pessoa tem o direito de viver e conviver nesta terra que habitamos, na nossa casa comum.

A tolerância, neste sentido, é a capacidade de manter positivamente a coexistência, difícil e tensa por conta das complexidades da vida, com a consciência de que tudo isto faz parte de uma realidade dinâmica que é a vida deste mundo

(BOFF, 2015). Tolerância não significa “aguentar”, “suportar”, não conseguir evitar o Outro Diferente, mas é a valorização do direito que cada pessoa tem de ser aquilo que é e de continuar a ser. Cada pessoa tem o direito de viver e de conviver no planeta que habitamos. A tolerância e sua dimensão do (co)existir, de acordo com Betty Fuks (2007, p.70-71), pode ser definida como o ato de:

- A.** admitir nossa própria intolerância frente ao estranho;
- B.** aceitar-se estrangeiro para si mesmo e pagar o preço da própria singularidade;
- C.** saber ocupar o lugar de estrangeiro para o outro que nos vê como encarnação da ameaça de morte e como portador da mais radical ajuda (...);
- D.** reconhecer e acolher o inesperado, o de fora, o estrangeiro, o que escapa ao espelho, o para além do idêntico, sobretudo sem pretensões ao proselitismo;
- E.** saber que a tolerância diante do intolerável – o assassinato do outro – termina sempre em catástrofe.

A regra de ouro do Cristianismo, por exemplo, reflete bem esta dimensão “Não faça ao Outro aquilo que você não quer que façam a você” (referência?). Ou, de forma positiva, “Faça ao Outro o que você quer que façam a você” (BOFF, 2015). Esta perspectiva está presente em diversas tradições religiosas.

### **A interface comunicação e religiões**

Com base nestas premissas, a relação entre comunicação e religiões está ancorada na ideia de compartilhamento e comunhão que dão sentido à existência humana. Comunicação é o que liga os seres humanos ao outro, é o que faz a religião. Comunicação é vínculo. Nas palavras de Michel Maffesoli (2003), “comunicação é cimento social”. É o que alimenta os imaginários coletivos, aquilo que liga seres humanos, faz com que se unam em torno de alguma coisa, falem sobre esta coisa, seja qual for ela.

O imaginário é a partilha, com outros, de um pedacinho do mundo. A imagem não passa disso: um fragmento do mundo. A informação serve, então, para fornecer elementos de organização do puzzle de imagens dispersas. Assim, as tribos de cada cultura, partilhando pequenas emoções e imagens, organizam um discurso dentro do grande mosaico mundial. (...) Descobrir, no conjunto, uma ideia sedutora, algo que faça sonhar, refletir, questionar-se. O fato de ter começado a sonhar a partir de uma frase (mesmo se as páginas anterior e posterior não me chamaram a atenção) me põe em relação com outros sonhos. Cria-se uma comunidade de espírito. (...) A principal função da comunicação é divertir, distrair, entreter. Nisso, contudo, nada entra de pejorativo. Quando se fala em entretenimento, de maneira geral, pensa-se em subcultura, em consumidores inconscientes, manipulados e acrílicos. No sentido pascaliano do termo, divertimento significa aquilo que se opõe à angústia da morte. (...). A comunicação é divertimento, pois permite constituir as comunidades que fertilizam a vida e fazem esquecer provisoriamente a morte (MAFFESOLI, 2003, p. 17).

Eis aí o laço que une comunicação e religiões: algo que faz sonhar, colocando os seres humanos em relação com outros sonhos, numa comunidade de espírito. As comunidades religiosas são aquelas que se ligam ao transcendente e a partir dele, na busca da fertilização da vida, enfrentando o mistério da morte.

Aqui é preciso escapar das abordagens que reduzem a comunicação ao mercado da comunicação, onde estão comprovadamente presentes as religiões, adequando-se à lógica de oferta e demanda de bens simbólicos ou de salvação. Outro reducionismo teórico que deve ser evitado é o de decompor as religiões em suas diferentes dimensões (observação dos comportamentos socioreligiosos isoladamente dos elementos constitutivos e característicos dos grupos religiosos – experiência, crença, prática, pertinência, conhecimento). Uma terceira armadilha conceitual a ser superada é reduzir a

reflexão sobre as religiões às dicotomias primitivo e evoluído, simples e complexo, secular e sagrado (PACE, 2009).

Nesse sentido, o desafio teórico que se impõe, a partir da noção de comunicação acima descrita, é considerar a comunicação como o processo que dá sentido à própria existência das religiões. Implica considerar os significados elaborados pelas religiões, desde sua fundação aos desenvolvimentos ao longo do tempo (incluindo-se conflitos e tensões), para confrontá-los com o ambiente social e natural no qual estão inseridos (aporte cultural).

Enzo Pace baseia-se nesta compreensão para expor uma definição de religião: “sistema de crença que interage desde sua constituição com um ambiente específico” (2009, p. 14). O termo “interagir” já exprime o caráter intrínseco da comunicação nas expressões religiosas. Contudo, o sociólogo indica que as religiões não podem ser concebidas a unicamente partir de um ponto de vista sociológico “como um aparelho funcional sem um sujeito”, mas sim, em geral, nas ciências sociais do fenômeno religioso, incluindo a História das Religiões.

Deve-se considerar, ainda, segundo Pace, que as religiões também estão baseadas na improvisação, que, por vezes, é promovida por uma personalidade carismática, por outras, madura, “por meio da soma de uma multiplicidade de experiências estáticas e visionárias de círculos de indivíduos” (2009, p. 14). Por isso há que se considerar a transição da improvisação (espontaneidade) ao processo de construção de um sistema de crença, do carisma originário e criativo do fundador de uma religião à definição dos limites simbólicos de um sistema instituído.

Aí está a comunicação e suas formas na mediação de um processo sócio-histórico-cultural que passa por modificações, reestruturações, marcado pelas formas de se comunicar com ambientes em permanente transformação. É nesse sentido ser possível afirmar que *religião é comunicação*.

## Reflexões finais

Os alicerces das construções em curso no campo de estudos da comunicação e religiões indubitavelmente são: a compreensão de *religião* no plural entendida em sua universalidade, levando-se em conta a diversidade de formas particulares, relacionadas a crenças, mitos, ritos e organizações coletivas, dentro de contextos sociais, culturais e históricos específicos; e o entendimento de que os processos de comunicação que permeiam as sociedades e nos interessam como pesquisadoras e pesquisadores, interagem com as religiões que, por sua vez, são um sistema comum de crenças que é social, cultural e historicamente construído a partir de grandes narrativas.

Chama a atenção o surgimento de novas trilhas de estudos em comunicação e religiões para além da produção midiática, com pesquisas sobre recepção de conteúdos e sobre as representações das religiões e religiosidades em mídias religiosas e também não-religiosas (noticiário e produções de entretenimento). Essas pesquisas inscrevem novas e ricas possibilidades de investigação, para além da clássica compreensão do fenômeno das igrejas nas mídias como produtoras e veiculadoras de mensagens.

Além disso, o lugar do religioso, para além das religiões institucionalizadas, na produção e na recepção midiática é também elemento importante nas reflexões acadêmicas, e isto envolve, certamente, os processos de comunicação popular, das diferentes linguagens, das mídias alternativas, e aqueles que dizem respeito ao face a face, ao presencial, ao relacional.

Esses elementos são significativos para demonstrar a relevância do projeto de publicação do Dicionário Brasileiro em Comunicação e Religiões, material que reúne os principais temas do estado da arte do campo no contexto nacional. Ao serem concebidas as bases desse material de referência, levou-se em conta que as crenças que produzem cultura, modos de ser, de viver, de ver o mundo têm na comunicação a forma

de socializar essas narrativas, e por esse motivo, reafirmam a impossibilidade de exclusão ou renúncia do lugar religioso no estudo dos fenômenos comunicacionais no tempo presente.

## Referências

BOFF, Leonardo. A intolerância no Brasil atual e no mundo. **Jornal do Brasil**, 25 jan 2015, on line. Disponível em: <[jb.com.br/leonardo-boff/noticias/2015/01/25/a-intolerancia-no-brasil-atual-e-no-mundo](http://jb.com.br/leonardo-boff/noticias/2015/01/25/a-intolerancia-no-brasil-atual-e-no-mundo)>.

BOFF, Leonardo. **Tempo de Transcendência: O Ser Humano como um Projeto Infinito**. São Paulo: Lumensana Publicações Eletrônicas: Sextante, 1992.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é comunicação**. 22 reimp. São Paulo: Brasiliense, 1997.

BRETON, Philippe, PROULX, Serge. **Sociologia da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2002.

CHAUÍ, Marilena. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ática, 2000.

FREUD, Sigmund. “Por que a guerra? (Einstein e Freud) (1933 [1932])”. In: FREUD, S. **Edição Standard Brasileira das Obras completas de Sigmund Freud** (eletrônica), v. XXII. Rio de Janeiro: Imago, 2006b. Disponível em: <[yadi.sk/i/wqr3FCy-3GjWHH](http://yadi.sk/i/wqr3FCy-3GjWHH)>.

FUKS, Betty B. O pensamento freudiano sobre a intolerância. **Psicologia Clínica**, v. 19, n. 1, p. 59-73, 2007. Disponível em: <[scielo.br/pdf/pc/v19n1/05.pdf](http://scielo.br/pdf/pc/v19n1/05.pdf)>.

JUNG, Carl G. **Espiritualidade e transcendência**. Petrópolis: Vozes, 2018 (2ª reimpressão).

JUNG, Carl. **Psicologia do inconsciente**. Petrópolis: Vozes, 1978.

MAFFESOLI, Michel. Mediações simbólicas: a imagem como vínculo social. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado

da. **Para navegar no século XXI: tecnologias do imaginário e cibercultura.** 3.ed. Porto Alegre: Edipucrs/Sulina, 2003. p. 43-54.

PACE, Enzo. Narrar a Deus. A religião como meio de comunicação. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, vol. 24, n. 70, p. 9-15, jun 2009. Disponível em: <[scielo.br/pdf/rbcsoc/v24n70/ao1v2470.pdf](http://scielo.br/pdf/rbcsoc/v24n70/ao1v2470.pdf)>.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação.** São Paulo: Paulus, 2006.



# **CAPÍTULO 4**



# Pesquisas em jornalismo contra a desinformação: credibilidade para a defesa da democracia

Marcos Paulo da Silva  
Felipe Pena  
Leonel Aguiar

De que modo as pesquisas em jornalismo podem contribuir para o combate à desinformação que vem sendo travado, atualmente, na sociedade brasileira? Esta foi a questão central que motivou as exposições dos palestrantes e os debates que ocorreram no evento organizado pelo grupo de pesquisa Teorias do Jornalismo da INTERCOM para quarta temporada de *lives* da Cátedra em Comunicação e Informação José Marques de Melo. A quarta *live* dessa temporada contou com a participação dos professores Marcos Paulo da Silva (UFMS), Felipe Pena (UFF) e Leonel Aguiar (PUC-Rio), sendo realizada no dia 18 de abril.

**Leonel Aguiar:** Agradecemos a diretoria da INTERCOM pelo convite para organizar essa *live* do Grupo de Pesquisa Teorias do Jornalismo. Eu, Felipe Pena, Marcos Paulo e também a professora Monica Martinez somos, dentre outros pesquisadores e pesquisadoras, os organizadores desse grupo desde a sua fundação, decidida em 2008, no congresso de Natal

(RN). Com esse nome, o grupo começa a funcionar em 2009, no congresso de Curitiba (PR). Felipe foi o primeiro coordenador desse grupo; eu ocupava a coordenação-adjunta. Marcos também já foi coordenador-adjunto, quando a professora Monica Martinez foi coordenadora desse grupo de pesquisa. Eu também já fui coordenador do GP Teorias do Jornalismo, entre 2013 e 2016; recentemente, em 2020, voltei a assumir a coordenação desse GP.

O tema para essa nossa conversa aborda as pesquisas em jornalismo contra a desinformação e a questão da credibilidade do jornalismo como instrumento fundamental para defesa da democracia. Quero saudar aos presentes nesta live, dar boa noite e passar a palavra ao Marcos e ao Felipe.

**Marcos Paulo da Silva:** Boa noite a todas e todos, em especial aos colegas Leonel e Felipe, parceiros do grupo de Teorias do Jornalismo, e também a Sônia Jaconi, minha colega de doutorado e, hoje, diretora da INTERCOM. Falar em uma *live* organizada pelo grupo de pesquisa Teorias do Jornalismo é sempre uma alegria e uma honra para mim. Leonel fez uma rápida apresentação do grupo e ressaltou que este coletivo de pesquisadores acompanha a minha trajetória acadêmica. Comecei a frequentar ainda um pouco antes de se tornar um grupo de pesquisa, quando era um grupo integrante de uma divisão mais ampla da INTERCOM. Como mestrando e, depois, como doutorando, comecei a frequentar o grupo de pesquisa já em seus primeiros anos. Agora, como docente, tenho voltado ao grupo, nos congressos, com os meus orientandos. Então, o grupo acompanha a minha própria trajetória acadêmica e falar nessa ocasião é sempre uma alegria e uma honra.

Seguindo o fio condutor da discussão proposta, vou tentar construir um raciocínio com base no que tenho pesquisado mais recentemente, em especial agora nessa minha experiência de pós-doutorado. Estou desenvolvendo uma pesquisa aqui na *Michigan State University*, nos Estados Unidos, com financiamento do Conselho Nacional de Desenvolvimento

Científico e Tecnológico (CNPq). Separei três pressupostos de fundo que têm pautado a pesquisa que venho desenvolvendo nos últimos anos. Vou afunilar uma reflexão mais próxima dessas premissas aqui para essa *live*. Desses três pressupostos de fundo, dois são emprestados da teoria literária para nos ajudar na compreensão desse momento histórico que temos vivenciado de crise de legitimidade do jornalismo como instituição. O primeiro pressuposto diz respeito ao fato de que nenhum padrão estético-expressivo, nenhuma forma de narrar o mundo, dissemina-se socialmente se não encontrar respaldo em padrões culturais mais amplos pavimentados na vida cotidiana. Essas estruturas simbólicas estão presentes na vida cotidiana.

O segundo pressuposto, vinculado ao primeiro e também tomado de empréstimo da teoria literária, diz respeito ao fato de que a codificação desses padrões culturais – dessas estruturas simbólicas presentes na vida cotidiana – não se dá apenas no plano do conteúdo; isto é, a aderência do jornalismo a estes padrões não está apenas no seu conteúdo, naquilo que narra, mas, sobretudo, na forma da própria estrutura narrativa, no ritmo narrativo, em sua forma de narrar. O jornalismo dialoga – como uma espécie de narrativa híbrida do cotidiano – com essas estruturas simbólicas que estão presentes na vida cotidiana, não só em termos de conteúdo, mas, também, em sua dimensão estético-expressiva. Quando eu resalto, no primeiro pressuposto, que nenhum um padrão estético-expressivo se dissemina socialmente se não encontrar respaldo na vida cotidiana, isso serve também para outras linguagens: serve para os melodramas estudados por Jesus Martín-Barbero; para o jazz estudado por Eric Hobsbawm no clássico *História Social do jazz*; para os romances burgueses do século 19 estudados pelo crítico literário italiano Franco Moretti; e assim por diante, serve para o funk carioca, para o sertanejo universitário, enfim, para todas as formas simbólicas que se insemینam socialmente – gostemos delas ou não – e serve também para as práticas da chamada desinformação, formas simbólicas que estão sendo disseminadas na sociedade.

Entro, portanto, no terceiro pressuposto de fundo: o jornalismo – em especial, a vertente noticiosa do jornalismo – pode ser compreendido a partir de três dimensões constitutivas. Há inicialmente uma dimensão ético-deontológica: quando olhamos uma notícia, sabemos que nessa narração, nessa forma simbólica, há valores jornalísticos envolvidos. Estou falando de uma deontologia profissional e de uma autoridade institucional, uma autoridade jornalística. Quando olhamos uma notícia, está intrínseca uma dimensão ético-deontológica. Além disso, está intrínseca, também, uma dimensão pragmática: ou seja, reconhece-se ali uma relação com a realidade fenomênica, uma relação de verossimilhança. Quando olhamos uma notícia, em tese, sabemos que aquilo não é uma ficção, que há uma relação pragmática com a realidade, uma relação de verossimilhança. E há uma terceira dimensão: a dimensão estético-expressiva. Quando olhamos uma notícia, não confundimos essa forma simbólica com haikai, com uma bula de remédio: olhamos para uma notícia e identificamos uma estrutura estético-expressiva vinculada a essas duas outras dimensões do jornalismo.

Ocorre que, nesse momento histórico de crise de legitimidade institucional da profissão, do campo e da autoridade jornalística – uma era que é denominada por alguns pesquisadores como “pós-verdade” ou como era da “desinformação”, entre aspas –, a dimensão estético-expressiva das notícias se adensa sobre as demais. A dimensão estético-expressiva se adensa e ganha mais musculatura sobre a dimensão ético-deontológica, ou seja, sobre os valores ético-deontológicos, sobre a autoridade jornalística, e também sobre a relação pragmática com a realidade fenomênica. Temos, assim, um terreno bastante fértil para disseminação social de formas não-jornalísticas de expressão noticiosa, formas que têm “cara de notícia”, mas que não possuem relação com essas outras duas outras dimensões. Esse adensamento desempenha um papel de protagonismo nessa relação com o que é chamado de desinformação. Estudos sobre o tema têm ganhado volume a partir de 2016, no contexto da eleição de Trump nos Estados

Unidos e da campanha do *Brexit* na Inglaterra, tentando criar tipologias para estudar a desinformação e as chamadas *fake news*. Muitos desses estudos trabalham em torno da ideia de mimetização dos aspectos estético-expressivos do jornalismo pela desinformação, mas sem a relação com essas outras duas dimensões, a dimensão deontológica ou ético-política do jornalismo e a dimensão pragmática.

De um modo geral, as formas simbólicas – e, aqui, estamos falando das formas simbólicas jornalísticas – não são neutras; não se pode entender uma forma simbólica de maneira neutra ou inocente, seja qual for a forma simbólica sobre a qual estejamos falando. No caso específico do jornalismo, podemos entender as formas jornalísticas como formas de conhecimento do mundo pelos próprios jornalistas. O jornalista olha para o mundo para a construção de sua narração a partir do enquadramento de determinadas formas simbólicas. Há uma frase do Gilles Deleuze em que diz que o cineasta não tem simplesmente uma ideia, mas uma ideia-cinema: quando ele pensa em fazer um filme, olha para o mundo a partir da forma do cinema. Em certo sentido, isso dialoga com que o Pierre Bourdieu vai nos vai ensinar em relação ao *habitus* profissional: o jornalista olha para o mundo a partir do seu próprio *habitus*. Nesse momento de crise institucional da prática jornalística, em que há uma tentativa – a partir de forças econômicas, políticas e culturais, de uma espécie de esterilização das formas jornalísticas, ou seja, a dimensão estético-expressiva do jornalismo sobrepujando as outras dimensões – de sequestro das formas jornalísticas para a finalidades não-jornalísticas, a forma mais crua desse processo são as chamadas *fake news*.

Se temos um determinado ator social imbuído de interesse político ou de interesse econômico que cria uma forma simbólica que tem “cara de jornalismo”, mas não tem relação com a verossimilhança e não tem o valor deontológico jornalístico, então há um sequestro das formas jornalísticas pela desinformação. Há, por outro lado, um processo de reação do campo, numa dinâmica de tentativa de relegitimação



do campo jornalístico. Aponto algumas reflexões que tenho feito recentemente. Há respostas do campo jornalístico para essa crise institucional, para essa crise de legitimidade. Há diferentes formas de se identificar essas respostas: geralmente, elas estão nos discursos institucionais, nos editoriais de veículos, por exemplo. Pode-se fazer um estudo empírico de editoriais, como os jornais estão reagindo à crise de legitimação. Também é possível fazer um estudo a partir das falas públicas, das palestras de jornalistas convidados a falar sobre o próprio campo, quando os jornalistas falam sobre si próprios e da profissão. Há ainda outras possibilidades: já orientei, por exemplo, uma dissertação de Mestrado a partir de campanhas de marketing em defesa do jornalismo contra desinformação. Como é que essas campanhas falam em nome do jornalismo para se defender? Ou seja, o jornalismo reage a partir de discursos institucionais, mas – aqui é o meu ponto de pesquisa atual – essa reação também se dá na proposição de novos formatos, formas inovativas que tentam relegitimar o jornalismo, ganhar novamente terreno nesse cenário de crise. Entretanto, há aí uma grande contradição: o jornalismo que teve sequestrado suas formas historicamente vinculadas a sua própria natureza – as notícias, por exemplo –, quando reage para se relegitimar, muitas vezes, tem buscado outras formas simbólicas que não são propriamente oriundas do campo jornalístico.

Vou dar dois exemplos, sobre os quais tenho me debruçado em uma reflexão atual: os *newsgames* e o jornalismo para realidade virtual são tentativas de inovação do discurso jornalístico para tentar ganhar terreno, inclusive do ponto de vista de modelo de negócio, que se apresenta como uma das facetas da crise. Só que essas novas formas simbólicas trazem algumas contradições quando voltamos o olhar para os primeiros pressupostos aqui colocados: **1)** nenhum padrão estético-expressivo, nenhuma forma de narrar o mundo, de se expressar, se dissemina socialmente sem encontrar respaldo em padrões culturais mais amplos que estão presentes na vida



cotidiana; e 2) esses padrões culturais não estão codificados só no conteúdo, mas também na forma, na estrutura da narração.

Pois bem, é difícil de fazer essa verificação do ponto de vista empírico. O crítico literário italiano Franco Moretti, que tem se destacado no estudo de romances europeus do século 19, faz isso com muita precisão em seu objeto de estudo: identifica como se constituía a ideia de vida cotidiana daquela burguesia e como os valores simbólicos que estavam ali presentes se materializam nesses romances, não só em termos de conteúdo, mas em termos de forma, no próprio ritmo narrativo. Trazer isso para o estudo do jornalismo, fazer o que Franco Moretti chama de “*distant reading*” – essa leitura de passo atrás do fenômeno – é um tanto difícil.

Porém, se pensarmos, por exemplo, nesses formatos de inovação que o jornalismo tem proposto – tomemos esses dois exemplos, *newsgames* e jornalismo de realidade virtual –, eles incorporam no seu modo de narrar, no seu modo de representação do mundo, de expressão e na relação com seus usuários, conceitos como autonomia, personalização e empoderamento. Ou seja, as pessoas que jogam estão ali lidando com uma forma simbólica jornalística na primeira pessoa. E incorporam também parâmetros de produtividade e eficiência, uma vez que, em um *game*, por exemplo, você precisa passar de fases, precisa ser eficiente, ser produtivo. Esses mesmos parâmetros são premissas que estão presentes no projeto e nos valores de um modelo de capitalismo tardio, tal como a proposta do chamado “empreendedorismo”. Como modelo de negócio, o empreendedorismo defende a autonomia, a personalização e o empoderamento, isto é, o individual se sobrepondo ao institucional, defendendo a produtividade e a eficiência. Esse mesmo conjunto de valores que contraditoriamente são incorporados pela linguagem jornalística constituem os mesmos valores que têm ajudado a desconstruir as fronteiras tradicionais do jornalismo como se deu ao longo de todo o século 20. Paradoxalmente, essas mesmas formas inovativas presentes no jornalismo ajudam

a colocar em xeque alguns valores que são caros não só à imprensa, historicamente falando, mas a outras instituições sociais que se fizeram hegemônicas ao longo do século 20: estou falando da Ciência, do Jornalismo, da Justiça e da própria democracia. Ou seja, essas formas inovativas, quando são absorvidas e adaptadas pelo campo do jornalismo, a exemplo da realidade virtual ou da gameficação, colocam em xeque e tencionam valores como veracidade, precisão e validação. Isto é, tensionam uma linha bastante definida entre ficção e não-ficção e – o que é muito caro para a ideia autoridade jornalística ao longo de todo século 20 – a noção de autoria, de quem é responsável por conduzir a narração jornalística. Retira-se esse protagonismo do jornalista e passando para o usuário.

Esse cenário de crise institucional, que dá vazão para que uma dimensão específica do jornalismo, sua estético-expressiva, se adense sobre as outras dimensões – a dimensão ético-deontológica e a dimensão pragmática –, serve como um terreno bastante fértil para chamada desinformação. O jornalista tenta reagir com a proposição de outras formas que não são oriundas do seu próprio campo, com outras formas de se narrar a realidade. Todavia, essas formas têm encontrado alguns paradoxos porque lidam com a contradição de absorção de valores socioculturais que são próprias do nosso tempo.

**Leonel Aguiar:** Obrigado, Marcos, excelente fala, muito interessante e relevante! Eu já tinha escutado alguns pontos dessa sua pesquisa no âmbito do GT Estudos de Jornalismo da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), no encontro de 2017. Você apresentou um artigo em cima dessa discussão do Franco Moretti. Muito obrigado! Passo agora a palavra para o Felipe.

**Felipe Pena:** Obrigado, Leonel, parceiro desde o início desse nosso GP: começamos juntos, permanecemos juntos, são 13 anos! Gosto desse número: que bom que estamos comemorando 13 anos de GP! Marcos tem muita participação nessa história

do grupo de pesquisa também. Eu já tinha ouvido parte da sua pesquisa e essa sua fala agora só confirma a excelência do seu trabalho acadêmico. Vou pontuar algumas questões, trazendo para o campo empírico um experimento no qual eu mesmo estou participando. Vou levantar algumas questões sobre um termo que você usa bastante e que é bem apropriado: sequestro pela desinformação. Vou analisar, primeiro, de uma forma teórica, já que o nosso grupo é de teoria do jornalismo; depois, tento aplicar em uma reação prática. Atualmente, eu tenho feito comentários como participante fixo no time de comentaristas – eu sei, pasmem, – da *Jovem Pan News* fazendo um contraponto a esse sequestro para desinformação. Eu lido com comentaristas que distribuem *fake news* diariamente e tive que inventar ou reinventar uma maneira de me contrapor a este discurso sem tomar um “estomazil” todos os dias. Não é uma missão muito fácil.

Eu quero usar um conceito, Marcos, não para contrapor, mas para agregar ao seu conceito de sequestro da informação: o conceito de sequestro da cognição pública, porque acho que uma questão leva a outra. A desinformação leva a formação de uma nova cognição e essa cognição sequestrada se torna um novo senso comum. Depois, para você desmistificar esse novo senso comum, que não é o bom senso, a missão é árdua, é muito difícil. Um exemplo prático: o sequestro da cognição pública pode se dar de várias maneiras; uma delas é pela linguagem e essa tem me mais interessado ultimamente. Eu vivo recomendando o livro do Victor Klemperer, *A Linguagem do Terceiro Reich*, porque eu acho que ele dissecava bastante bem essas estratégias que são utilizadas hoje no governo Bolsonaro. Quando se sequestra pela linguagem, esse paradigma da cognição pública refeita se torna quase que indefensável. Por exemplo, o termo “direitos humanos” foi sequestrado na cognição pública: direitos humanos viraram “direito de bandido” no discurso da extrema-direita e dificilmente se consegue desconstruir esse discurso. Palavras-chave para causar terror em determinado

grupo da população são usadas de forma ampla. Palavras como “comunismo” e “aborto” tem a função de assustar e sequestrar cognição pública. O aborto, por exemplo, não é tratado como um problema de saúde pública, mas sim como um ato satânico, como se todo mundo quisesse fazer um aborto e fosse favorável a se matarem fetos diariamente apenas por prazer sádico. É muito difícil que se empreenda discussões racionais quando esse controle do imaginário é exercido através desse sequestro da cognição pública que se dá no campo da linguagem pela desinformação.

O Marcos elabora muito bem essa discussão. Nessa teorização, minha questão é que eu não posso ser objeto da minha própria pesquisa; então, eu não estou pesquisando sobre isso, eu estou realizando empiricamente um experimento. Aliás, se alguém aqui estiver interessado em fazer essa pesquisa, eu agradeço bastante. A minha questão: como se contrapor a esse discurso no ambiente em que ele já está quase que totalmente impregnado? É possível mudar essa cognição? Essa é minha questão. Eu estou lá na *Jovem Pan* como comentarista da emissora cujo público é 97% – isso é pesquisa da emissora – composto por fiéis e restritos eleitores de Bolsonaro, que tem uma cognição pública sequestrada pela desinformação. Então, quando o sujeito fala em “abortismo”, “gayzismo” – vários termos usados por um comentarista X, eu não quero citar nomes –, ele se refere a algum personagem da esquerda, usa a palavra “esquerdopata” e isso é aceito por aqueles 97%, o uso desse sufixo “patia”, de doença. Aí chego falando para esse público como alguém identificado como progressista ou com a esquerda propriamente dita. Então, de que maneira seria possível, conseguir mudar essa cognição pública se ela já está sequestrada, como é que eu pago esse resgate? De que maneira eu desfaço o sequestro pela desinformação, pela linguagem, que já está completamente referendado e, mais, repetido diariamente?

Há programas na *Jovem Pan* que possuem quatro comentaristas, todos bolsonaristas repetindo conteúdo de desinformação. Há outros programas que têm três

bolsonaristas e um que não é: curioso, pois o programa se chama *Três em um*, o programa até assume isso que são três bolsonaristas contra um e, nesse caso, é o meu colega Fábio Piperno, um jornalista das antigas, repórter de esporte, que tem uma cultura vastíssima. Eu participei, durante três meses, do programa *Morning Show* que tinha dois apresentadores, teoricamente neutros, dois comentaristas bolsonaristas e eu também participando. Esse papel hoje, no *Morning Show*, é feito pelo Guga Noblat, filho do jornalista Ricardo Noblat, que é identificado com pautas progressistas e ele mesmo se confessa um jornalista ligado à esquerda. O *Jornal da Manhã*, na *Jovem Pan*, sempre tem dois comentaristas bolsonaristas e a Amanda Klein, que faz uma pontuação mais progressista e tenta desconstruir essa desinformação. Eu faço o *Jornal da Tarde*, sempre contra um ou dois comentaristas bolsonaristas, gente que tem uma credibilidade muito contestável, por exemplo, Paulo Figueiredo. Estou citando nomes agora porque o Paulo Figueiredo tem alguns escândalos nas costas dele que são conhecidos; ele é neto do último presidente da ditadura, do último ditador, e está envolvido em problemas até com o Trump, no Rio de Janeiro, mas ainda assim goza de um prestígio gigantesco entre as hostes bolsonaristas e, incrivelmente, ele se diz não bolsonarista. É o negacionismo do negacionismo – impressionante! –, mas ainda assim ele consegue sequestrar o público pela desinformação, consegue perpetuar esse sequestro da cognição pública. E aí a minha questão: como pagar esse resgate, será que vale a pena? Eu tenho muitas dúvidas, muitas questões.

**Questão número 1.** É possível pagar um resgate? Ou seja, é possível, – peço perdão por ser autorreferente, mas é porque acho que vale a pena, nesse ano de eleição, pensar nisso e, quando eu falo de mim, estou falando da Amanda Klein, do Guga Noblat, do Piperno – para cada um de nós quatro, romper essa bolha, romper esse sequestro da desinformação, esse sequestro da cognição pública?

**Questão número 2:** se é possível, qual é a linguagem que eu devo utilizar? Que linguagem o Guga deve utilizar, que a Amanda deve utilizar? A mesma linguagem deles contrapondo, no mesmo tom de voz, com a mesma agressividade? Terceira questão: se tenho uma informação qualificada, que se contrapõe a uma desinformação que é veiculada diariamente por essa emissora, é possível que racionalmente eu consiga jogar no debate a minha informação e pagar esse resgate? Quarta pergunta: se não for possível através do discurso racional, de que outra maneira isso é possível? É possível mudar esse controle do imaginário por uma forma não racional do discurso, de que maneira? Essa é a complexidade desse debate. Estou pegando carona na sua pesquisa, Marcos, porque talvez eu tenha que pedir ajuda à Teoria da Literatura, talvez tenha que pedir ajuda à Psicanálise, que é um dos meus campos de estudo, talvez pedir ajuda a outras áreas de saber para entender o que fazer. Eu, Amanda, Piperno, Guga Noblat... E a quinta questão, que é realmente a que mais me incomoda: será que tudo isso não é em vão? Que, no final das contas, eu não acabe apenas legitimando um discurso que diz: “está vendo a Jovem Pan, tem contraponto, são democráticos porque podem falar todas essas inverdades, esse culto à desinformação, mas tem lá quatro comentaristas em programas espaçados que são pessoas progressistas e que dão uma informação contextualizada”? Será? Ou será que eu simplesmente estou servindo de escada para isso?

Então, são cinco questões que eu deixo aí levantadas e, se alguém estiver interessado em estudá-las, sabe que conta com a minha ajuda porque vai ajudar não só a mim. Vai ajudar outros companheiros jornalistas que estão lá naquele canal de televisão e ajudar, principalmente, a entender se é possível uma reação ao sequestro pela desinformação – como diz o Marcos –, ao sequestro da cognição pública, se é possível ou não. Ou, então, se é melhor sair de lá e deixar os caras falando sozinho. Eu queria muito que alguém se debruçasse sobre essas questões, pois eu não consigo me debruçar porque sou parte do processo, não

posso ser objeto da minha própria pesquisa. Então deixo essas provocações e peço que vocês assistam terças e quintas, de uma hora da tarde até às três, o jornal que eu estou participando. Para concluir, esse é um debate que tem que ser feito porque temos uma emissora que está tendo mais audiência que a CNN. A *Jovem Pan* é uma mistura da mídia tradicional com elementos dessa crise de legitimidade da imprensa levantada pelo Marcos, levado ao mais profundo paroxismo, ao mais profundo grau de desinformação porque essas mesmas pessoas — que são parte de uma empresa que é imprensa *mainstream* junto com a *Globo News*, a CNN, a *BandNews* — passam o tempo inteiro criticando imprensa e deslegitimando outros grupos de imprensa. Vejam como isso é paradoxal, mas ao mesmo tempo funciona de uma maneira muito forte para essa desinformação, o que joga com que o Marcos levanta sobre a crise de legitimidade. Então, esse jogo está muito bem amarrado por parte desses comentaristas bolsonaristas em termos de desinformação. Eu queria deixar essas questões e pedir ajuda a todos, se for possível.

**Leonel Aguiar:** Obrigado, Felipe, pela sua exposição e pelas questões que você levantou aqui também. Vou pontuar algumas questões, começando por lembrar um dossiê sobre jornalismo e desinformação que o Marcos foi um dos organizadores na revista *Líbero* junto com o Rafael Bellan e o Felipe Pontes. Esse dossiê, chamado *Jornalismo e conhecimento em tempos de capitalismo pandêmico e de expansão da desinformação*, possui trabalhos bem relevantes. Vou puxar duas pontas dessa discussão, de como o jornalismo pode tentar recuperar a sua credibilidade e como as nossas pesquisas podem contribuir para isso. Primeiro ponto: acho que o Felipe Pena tem razão na pesquisa dele, pois investigamos muito pouco esses telejornais, portais e sites conservadores. Não temos o hábito de fazer isso, pois estamos quase sempre procurando saídas da crise do jornalismo ou inovações no jornalismo com uma pegada progressista, com relevância para a questão social, voltado para o interesse



público. Certamente tem gente que pesquisa, mas não tenho visto em grande volume nos estudos de jornalismo, mas sim em outras áreas, como na Sociologia, na Ciência Política.

Vejo duas pontas nessa questão da desinformação: uma ponta é por esse lado do jornalismo institucionalizado das chamadas grandes empresas jornalísticas. Recentemente, eu e a Adriana Barsotti apresentamos, neste dossiê da revista *Líbero*, o artigo “Nomear a mentira: a estratégia do jornalismo para resgatar seu *locus* de verdade em meio ao cenário de desinformação e plataformização”. Percebemos que um verbo que não se utilizava nas manchetes dos grandes jornais — *Estadão*, *Folha*, *O Globo* — passou a ser utilizado. É o verbo mentir, que possui uma carga semântica que indica acusação — Bolsonaro mentiu na ONU, Bolsonaro mentiu em rede nacional de televisão, apontam essas manchetes — e notamos esse movimento inicial que visa a recuperação desse *locus* de verdade do jornalismo, consolidado na Modernidade. Mas temos essa questão que o Marcos falou: se a sociedade está em processo de mudança, o jornalismo também vai se modificando. Se na sociedade pós-moderna estamos em uma era de pós-verdade, o jornalismo, como uma instituição social, acompanha esse movimento. Na sociedade pós-moderna, pós-industrial, temos um jornalismo pós-industrial também. Então, investigamos esses dois eventos – o discurso do Bolsonaro na ONU e na rede nacional de rádio e televisão em 2021, falando das vacinas. Mentiras do começo ao fim nesses discursos, mas o jornalismo parece que tinha perdido, como diz o Foucault em um dos livros publicado depois de sua morte, a coragem de dizer a verdade. Pelo menos, esse jornalismo que é chamado de jornalismo empresarial, jornalismo corporativo. Mas podemos ver, por esse lado na chamada grande imprensa, uma tentativa de romper com esse processo de desinformação que percorre a sociedade brasileira.

Esse, então, é o primeiro ponto: se é possível apostar em pesquisas que demonstrem que a chamada grande

imprensa pode ainda ser um instrumento de combate dessa “cultura da informação”. Será que vale a pena dar “murro em ponta de faca” e tentar transformar um discurso desse setor conservador? O segundo ponto que apresento trata dessas experiências mais recentes, como, por exemplo, as agências de jornalismo como *Gênero e Número*, como *Agência Pública*, como *Mídia Ninja*, já nessa relação ativismo pelo jornalismo. Destaco, nesse sentido, a tese de doutorado que orientei ano passado e que foi escolhida como melhor tese pelo nosso PPGCOM para disputar os prêmios Compós e Capes. A tese de Cláudia Miranda Rodrigues — *Um estudo de caso sobre jornalismo de dados abertos: método, evidência e transparência nas rotinas produtivas no Brasil e na Inglaterra* — investigou agências de jornalismo que adotam essa prática do jornalismo de dados, um modelo de jornalismo investigativo baseados em dados abertos para o público. Todas as informações coletadas para produzir as reportagens ficam disponibilizadas para o público leitor, que é capaz, através dos links para documentos oficiais, conhecer as rotinas de apuração e verificação das informações. A questão que apresento: para além desse jornalismo instituído das corporações midiáticas, é possível ter uma saída neste novo modelo de jornalismo investigativo baseados em dados abertos? Minha questão se encontra com esse ponto que o Marcos acabou de apresentar, relacionado com a sociedade pós-moderna e essa ideia do empreendedorismo. Ou seja, temos um público que é parte ativa do processo de construção noticiosa, não é só leitor, é também um empreendedor, um construtor dessas reportagens, um leitor-empresendedor. Será que não estaríamos caindo numa outra armadilha pós-moderna?

São mais questões para apontar nessa ideia da crise do jornalismo como uma das vertentes da crise da Modernidade. São complexidades teóricas e metodológicas que temos desenvolvido não só aqui nesse nosso grupo de pesquisa da INTERCOM, mas também no grupo de trabalho Estudos de Jornalismo da Compós e, principalmente, na SBPJor, entidade

da qual o Marcos já foi presidente, assim como a professora Monica também já presidiu essa entidade fundamental para as pesquisas em jornalismo. Em comum, todas essas pesquisas fazem avançar o debate sobre jornalismo discussão na sociedade brasileira.

**Roberto Falcão:** Uma das dificuldades que temos, nessa questão da “cultura da desinformação” é com a autoridade da fonte. O presidente, antes de ser Lula ou Bolsonaro, é o presidente da República, independentemente de seu posicionamento político. Como lidar com essa questão da autoridade da fonte e realizar um jornalismo crítico em relação a fonte? Talvez estejamos tratando da questão do jornalismo declaratório... Não estou formulando uma pergunta, apenas me ocorreu esse ponto no momento que vocês falavam.

**Felipe Pena:** O Falcão levanta um ponto que é essencial para o momento em que vivemos: o agendamento é dado pelo presidente da República. Temos um exemplo muito claro no caso Daniel Silveira, um típico caso de agendamento de diversionismo. Vamos lembrar o que aconteceu: o governo estava no meio de uma crise de denúncia de corrupção no Ministério da Educação, envolvendo dois pastores que pediam propina a prefeitos, pastores que foram recebidas 55 vezes ou 45 vezes na Presidência da República. Pastores que o Ministro da Educação disse, em eventos públicos, que foram indicados pelo próprio Bolsonaro. Isso é uma tremenda notícia! Eu me lembro nos áureos tempos da *TV Globo* cobrindo a Lava-jato com aquela vinheta com dinheiro escorrendo pelo ralo. Está muito claro o esquema de corrupção no MEC; aí vem o Bolsonaro e concede graça ao Daniel Silveira. Portanto, agendou o debate público, porque é o presidente da república e pode fazer isso, como já vinha fazendo. Apresentei um trabalho no congresso da INTERCOM, em setembro de 2019, sobre esse tema: o agendamento reativo do Presidente com

o caso do “*golden shower*”. O presidente conseguiu reagendar a pauta do carnaval, que era toda obviamente de críticas ao governo, com foliões fantasiados de laranja, com o nome de Queiroz escrito nas fantasias. Aí, de repente, o assunto do carnaval virou o “*golden shower*” porque ele conseguiu fazer o agendamento reativo. É mais do que a questão da fonte de informação, pois estamos falando de critério de noticiabilidade e agendamento. O presidente está utilizando o agendamento, um agendamento que obviamente é muito inteligente. O presidente pode até parecer um estúpido, ser um tosco, mas a equipe que está com ele não é, pois pensa muito bem no que vai fazer. A equipe de comunicação é muito competente: há uma semana, a imprensa só fala do caso Daniel Silveira, um obscuro deputado do Rio de Janeiro que só se tornou parlamentar porque quebrou a placa com o nome da Marielle Franco. Aliás, eu disse isso no comentário lá na emissora: me perguntaram se, ao ficar circulando pelo Palácio do Planalto e se recusando a usar tornozeleira eletrônica, o Daniel Silveira não está sendo desrespeitoso com o STF. Eu respondi que é um desrespeito em relação ao STF e também está desvirtuando a pauta, está sequestrando a pauta porque só se fala nisso. Ou seja, é o agendamento reativo que funciona como diversionismo e a imprensa cai nessa o tempo inteiro: parou se de falar a corrupção do MEC e só se fala de Daniel Silveira. Então, esse é um cuidado que tem que ter o tempo inteiro e, infelizmente, parece que os editores desaprenderam a fazer jornalismo, porque isso deveria ser tratado no corpo da própria matéria. O editor do *Jornal Nacional* deveria tratar disso no corpo da própria matéria: no momento em que o governo estava respondendo ao processo crítico de denúncias no Ministério de Educação, esse assunto “caso Daniel Silveira” foi ventilado pelo Bolsonaro para desviar o foco; então, colocava pessoas da universidade para referendar esse discurso, porque não dá para a sociedade ficar refém desse sequestro cognitivo.

**Leonel Aguiar:** A pergunta do Falcão se relaciona com o critério de noticiabilidade “importância” do conteúdo noticioso e a notoriedade da fonte, que é um valor-notícia vinculado ao conteúdo. Então, quando o presidente da República faz um pronunciamento, não dá para não aparecer nenhuma fala do presidente. Mas, tenho observado que, pelo menos no *Jornal Nacional*, o Bolsonaro não aparece mais, é muito raro você ver a imagem do Bolsonaro. Não só porque o Palácio do Planalto não responde ao *Jornal Nacional*, mas, mesmo quando tem algum evento de relevância, ele raramente vai estar lá no *Jornal Nacional* com imagem e falando; geralmente, é uma nota seca, sem imagem, com o locutor repetindo uma fala bem curta. Não sei se isso configura um tipo de resistência, algum tipo de mudança no telejornalismo. Fizemos essa pesquisa do aparecimento do verbo mentir nas manchetes dos jornais: “Bolsonaro mentiu...”; “o Presidente da República mentiu...”. Eu nunca tinha visto isso nos grandes jornais, com essa ênfase.

Outra pergunta aqui no *chat*, da Samara: “será que deveríamos investir mais na epistemologia do campo, discutindo mais com público o que seria jornalismo e notícia? Será que alguém, além de nós, se interessaria por essas questões?” Boa pergunta, pois tenho essa mesma dúvida também. Será que tem mais gente, além daqueles que estão na posição de jornalistas e professores de jornalismo, que também se interessam por essas questões do jornalismo?

**Marcos Paulo da Silva:** Vou fazer alguns raciocínios, passando pela pergunta da Samara, mas também pela fala anterior do Felipe. Primeiro, em relação a como a imprensa têm reagido a isso, que passa pela pergunta do Roberto Falcão também. Vamos fazer um raciocínio não só em termos de conteúdo, na linha do que falei na minha abordagem inicial, mas também passando pelo que o Felipe traz da experiência na *Jovem Pan*. Se pensamos na ideia de imparcialidade como um paradigma jornalístico aventado ao longo do século 20 – construído e integrado ao

discurso de autolegitimação do jornalismo durante o século passado – e como isso se manifesta em forma, na dimensão estético-expressiva das notícias, chega-se a uma relação com essa ideia que o Felipe colocou de “ouvir os dois lados”. A ideia de “ouvir os dois lados” é incorporada ao *modus operandi* do jornalismo e isso passa pela própria forma, em qualquer mídia. Então, nesse sentido, passa-se uma valoração de que a ideia de imparcialidade está vinculada à ideia de justiça. Só que do ponto de vista empírico, a imparcialidade muitas vezes, ou na maior parte das vezes, não é justa, pois legitima o *status quo*.

Então, quando o Felipe pergunta: será que a *Jovem Pan*, quando convida um comentarista de um espectro do campo progressista, não é para legitimar um formato jornalístico, de que estão fazemos jornalismo, uma tentativa de legitimação do próprio discurso? Avanço, assim, para um conceito que foi incorporado à semântica jornalística nos últimos anos, não só no Brasil, mas no mundo ocidental e que é muito forte aqui nos Estados Unidos: a ideia de polarização. A noção de polarização política é uma construção que tem presença muito marcante no campo midiático. Existe polarização? A mídia ajuda a puxar a régua para direita e, o que é o centro, passa a ser tratado como extrema-esquerda. Acompanhei aqui nos Estados Unidos um caso que tem muita semelhança com que acontece atualmente no Brasil: a indicação, recentemente, de uma juíza para a Suprema Corte dos Estados Unidos, que é o equivalente ao nosso STF. O presidente Joe Biden, durante a campanha eleitoral, faz a promessa de que, se eleito, indicaria a primeira mulher negra para ocupar um cargo na Suprema Corte. Ele fez a indicação da juíza Ketanji Brown Jackson e eu pude acompanhar, na rádio pública — a *NPR* —, o processo de sabatina pelo legislativo. O discurso dos republicanos colocava a juíza – frisa-se, uma profissional com uma carreira no campo jurídico e respaldada ao ponto de ser indicada para compor a Suprema Corte –, como se ela fosse uma militante desvairada da extrema-esquerda. Então, puxa-se a régua e essa ideia –

voltando ao tema da metáfora do sequestro – vai sequestrando o imaginário, como se existisse na vida cotidiana tal polarização. O simples fato de você defender certos preceitos, como o Felipe mencionou a questão dos direitos humanos, o coloca no campo da “extrema-esquerda”; ou seja, desloca-se a régua demais para um lado e temos a ideia de polarização, mas não há propriamente polarização em um sentido de proporção entre os lados. Há o extremismo para uma parcela do espectro político, que faz com que posições outrora centristas, outrora sociais-democratas, passem a ser tratadas como discurso de extrema-esquerda. Então, acredito que a relação que o campo profissional tem tido, nesse atual contexto, não está restrita só ao que é notícia ou não é notícia do ponto de vista da noticiabilidade, mas está também legitimando certas estruturas, como essa de que, na cobertura jornalística, é preciso trabalhar os “dois lados”, como se como todas essas questões tivessem sempre “dois lados” bem definidos. Muitas vezes, isso acaba legitimando certos conceitos que são do campo político e são incorporados pelo campo jornalístico, como a ideia de polarização, que passa a integrar nosso imaginário.

A outra questão também passa pela pergunta do Felipe. O jornalismo se torna uma linguagem hegemônica, um modo hegemônico de narrar o mundo ao longo do século 20, baseado na ideia de construção de consensos e de mediações da vida cotidiana. É uma ideia que, numa perspectiva habermasiana, vai ser entendida como esfera pública. Contemporaneamente, a ideia de organizar a sociedade em torno do espaço público é dissolvida e ocupada por uma infinidade de espaços privados. Há uma fragmentação do espaço público, que faz com que a perda de autoridade institucional do jornalismo não seja causa, mas consequência. O jornalismo perde adesão porque ele é uma forma de representação do mundo construída em torno da própria ideia de espaço público, que agora está fragmentado, em crise. Eu só consigo ver uma resposta para isso na linha colocada pelo Leonel: só consigo ter esperança a partir das novas



gerações e da educação. Talvez seja por isso que determinados projetos políticos, nos governos mais direcionados à direita, atacam tanto a educação. Só consigo ver resposta para isso nas novas gerações, mas não propriamente na linha de uma literacia mais restrita, da alfabetização midiática trabalhando os conceitos da mídia tradicional na escola, porém numa visão mais ampla da própria educação para o espaço público. Se essa garotada não entender que é legal e gostoso conviver no espaço público, dividindo conceitos e ideias no espaço coletivo, de ter contato com a alteridade, que isso é algo legal na vida deles, não sairemos dessa atual situação.

**Leonel Aguiar:** Obrigado, Marcos. Temos algumas perguntas. O Cleiton tem uma pergunta dirigida ao Felipe. “Fico pensando em como lidar com um canal em que há confronto ideológico de bolsonaristas e não bolsonaristas, embora seja algo novo em canal pago, ajuda a desinformação. Será que a empresa está mais preocupada em ganhar audiência, mantendo algumas figuras reacionárias e radicais, às vezes promotoras de fake, do que um jornalista mais justo, com informações corretas ao público?”

**Felipe Pena:** A pergunta do Cleiton é a minha pergunta também, foi uma das minhas questões. Será que estou “servindo de escada” para esse tipo de posicionamento ou será que estou conseguindo contribuir de alguma maneira para quebrar um pouco desse sequestro pela desinformação? Cleiton, te convido a fazer essa pesquisa junto, tentar entender isso. Se você se interessar, está convidado. Tem ainda uma pergunta do André Gonçalves, fala sobre o apagamento de pautas e sobre quando o Lula falou sobre o aborto. É bem interessante essa pergunta, porque a fala do Lula foi totalmente deturpada. O Lula falou que aborto é uma questão de saúde pública; ele não disse que era favorável ao aborto, mas logo essa pauta foi sequestrada pela desinformação e foi apresentada como uma defesa do aborto,

quando não era uma defesa do aborto. O Lula foi aconselhado a não levantar essas pautas, porque essa pauta só interessa a extrema-direita e a pauta que interessa à esquerda é a pauta da economia. Respondendo ao André e também ao Cleiton, já que as perguntas dialogam: não pode ter o apagamento de pautas, está correto, mas, ao mesmo tempo, não se pode ser agendado pelas pautas de costumes que a extrema-direita quer agendar. O governo não quer falar que tem 20 milhões de pessoas que não sabem o que vão comer. Uma pesquisa do FMI, divulgada hoje, coloca o Brasil como o nono pior país em número de desempregados. Esse fato desconstrói aquele discurso do bolsonarismo de que foi a pandemia que gerou o desemprego e a crise econômica. Os bolsonaristas adoravam falar que “ficar em casa vai dar em desemprego” ou que “tem desemprego e crise econômica por causa da pandemia”. Mas a pandemia foi no mundo inteiro. Quando olhamos a lista dos 102 países pesquisados pelo FMI, o Brasil está em nono lugar no índice de desemprego, perdendo para países como a Palestina e outros países que estão em conflito ou em guerra.

Então, o que eu defendo é que não se apague a pauta, mas se contextualize ao máximo e não se priorize essa pauta ditada pela extrema-direita, pois é preciso falar das pautas que o governo está tentando esconder. Essas pautas dizem respeito à corrupção no MEC, a inflação de 12%, a inflação dos alimentos muito maior que 12% e que leva ao sofrimento da periferia, das comunidades pobres, do povo que não tem que comer diariamente. Esses pontos devem ser apresentados no reagendamento. Então, se há uma pergunta sobre aborto, a resposta é que essa questão diz respeito muito mais ao Poder Legislativo do que ao Poder Executivo. Não é o presidente da República que vai decidir se o aborto é legal ou ilegal. Isso é uma questão que cabe ao Legislativo formular a legislação. Ressalto que essa pauta está em questão porque o governo está querendo esconder tais pautas e de quais são as pautas. Então, André e Cleiton, é uma postura que eu tenho tido,

mas eu tenho dúvidas se ela funciona ou não numa emissora que tem essa predominância de agentes da desinformação e da extrema-direita. Não sei se funciona, realmente, eu não tenho essa resposta, mas gostaria muito de pessoas como você pesquisassem essa questão.

**Leonel Aguiar:** Tem mais uma pergunta aqui da Renata: “O resgate da cognição pública passaria pelo resgate da dimensão ética deontológica e estético-expressiva do jornalismo nesta nova praça pública que são as redes sociais? Explorar a oralidade do *YouTube*, por exemplo, o agendamento via redes sociais como o Bolsonaro faz, primeiro presidente brasileiro a fazer isso.” Questão complexa, Renata, mas tento dar uma resposta rápida. Acho que a crise do jornalismo, como a gente está discutindo aqui – ou, pelo menos, a crise desse jornalismo corporativo – se vincula com a crise dos valores da sociedade moderna, com a crise da Modernidade, acarretando as mudanças que estamos vivenciando. O Marcos apontou também que não é só o jornalismo que está em crise: o espaço público também está em crise. O Felipe apontou para o sequestro cognitivo e eu exemplifico com a palavra liberdade e sua carga semântica, sequestrada pela extrema-direita. Compreendo a resposta não é simples, mas a crise do jornalismo me parece que é mais um aspecto da chamada crise da Modernidade, complexa e multifacetada.

**Marcos Paulo da Silva:** Meus agradecimentos, antes de encerrar. Às vezes, a atividade de pesquisadores nos faz pessimistas. Felizmente, a universidade brasileira é estruturada de modo que não somos só pesquisadores, mas também educadores. A atividade de educadores nos faz otimistas, porque lidamos com novas gerações e com o pensamento crítico. Acredito que não exista outra saída a não ser trabalhando como educadores, pois as novas gerações têm papel fundamental nessas questões que aqui apresentamos.

**Felipe Pena:** Eu quero agradecer, mais uma vez, essa parceria com você e o Marcos, principalmente a você, Leonel, parceiro de primeira hora sempre, ali, lado a lado, na construção do grupo de pesquisa da INTERCOM. Lembro que nós ministramos o primeiro curso de pós-graduação dos quatro programas de Mestrado e Doutorado do estado do Rio de Janeiro. Estávamos junto lá na PUC-Rio, em 2007, um pouco antes da fundação do grupo da INTERCOM. Foi uma revolução, porque era aula presencial, com os quatro programas de pós-graduação juntos. A partir daí, a parceria se tornou mais próxima, mais profícua. Agradeço muito, Leonel, pois esse grupo está de pé pela edificação que você construiu em torno de nós. É muito bom ter você como companheiro; então, eu queria fazer essa homenagem a você, companheiro de todas as horas e isso é visível em todos que fazem parte do grupo, nas sessões da INTERCOM e nos congressos em que participamos. Você é essa unanimidade que a gente busca, Leonel. Nas palavras do Marcos, você, além do jornalista e pesquisador, é realmente um educador, é esse educador que nos guia e que, nesse momento, nos guia como coordenador do grupo. Muito obrigado por você estar aqui e por nos guiar. Um abraço para todos que participaram.

**Leonel Aguiar:** Obrigado, Felipe, fiquei emocionado com as suas palavras. Obrigado também ao Marcos. Temos uma bela e longa trajetória juntos. É uma alegria estarmos nós três aqui, mais uma vez. Boa noite a todas as pessoas presentes. Muito obrigado, de coração, pela presença, especialmente aos jovens pesquisadores e pesquisadoras.

## Referências

AGUIAR, Leonel; ROXO, Luciana. A credibilidade jornalística como crítica à “cultura da desinformação”: uma contribuição ao debate sobre fake news. **Mídia e Cotidiano**, v. 13, n. 3, p. 162-186, jul./dez. 2019. Disponível em: <periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/38079/22349>.

\_\_\_\_; RODRIGUES, Cláudia. Expertise no jornalismo: considerações sobre a autoridade profissional no contexto da desinformação impulsionada pelos algoritmos. **Chasqui**, n. 147, p. 243-257, ago./nov. 2021. Disponível em: <revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/4371/3431>.

\_\_\_\_; PENA, Felipe. Jornalismo de resistência: múltiplas práticas para a liberdade e a cidadania. In: PRATA, Nair; JACONI, Sônia; GABRIOTI, Rodrigo; NASCIMENTO, Genio (Orgs.). **Resistências compartilhadas: comunicação, liberdade e cidadania**. São Paulo: Intercom, 2021. p. 163- 188. Disponível em: <portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/resistencias-compartilhadas05-10.pdf>.

BARSOTTI, Adriana; AGUIAR, Leonel. Nomear a mentira: a estratégia do jornalismo para resgatar seu locus de verdade em meio ao cenário de desinformação e plataformização. **Líbero**, v. 24, n. 49, p. 123-140, set./dez. 2021. Disponível em: <seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/1633>.

DELEUZE, Gilles. O que é o ato de criação?. In: DUARTE, Rodrigo (Org). **O belo autônomo: textos clássicos de estética**. 3.ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2013.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HOBSBAWM, Eric J. **História Social do jazz**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2004.

IBANHES, Miriam. **A construção do discurso de autolegitimação do Jornalismo: uma investigação das campanhas publicitário-editoriais contra as “fakes news”**. 2020. 159 p. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2020. Disponível em: <posgraduacao.ufms.br/portal/trabalho-arquivos/download/7747>.

KLEMPERER, Victor. **LTI — a linguagem do Terceiro Reich**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

MORETTI, Franco. (Org.). **A cultura do romance**. São Paulo: Cosac Naify, 2009. v. 1. (Coleção O Romance).

MORETTI, Franco. **Distant reading**. London: Verso, 2013.

PENA, Felipe. **Teorias do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

\_\_\_\_\_. Agendamento reativo: a estratégia do confronto no Twitter de Bolsonaro. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 42. 2019, Belém. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2019. Disponível em: <portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0093-1.pdf>.

PONTES, Felipe Simão; SILVA, Marcos Paulo da; SOUZA, Rafael Bellan Rodrigues de. Jornalismo e conhecimento em tempos de capitalismo pandêmico: um manifesto à totalidade concreta. **Líbero**, v. 24, n. 49, p. 11-26, set./dez. 2021. Disponível em: <seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/1702>.

RODRIGUES, Claudia Miranda. **Um estudo de caso sobre jornalismo de dados abertos**: método, evidência e transparência nas rotinas produtivas no Brasil e na Inglaterra. 2021. 603 f. Tese (Doutorado). Programa de Pós-graduação em Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: <maxwell.vrac.puc-rio.br/57165/57165.pdf>.

ROXO, Luciana; AGUIAR, Leonel. **O populismo digital e a infodemia**: reflexos da desordem informacional no discurso da audiência jornalística. *Comunicando*, v. 10, n. 2, p. 138-163, jul./dez. 2021. Disponível em: <revistas.sopcom.pt/index.php/comunicando/article/view/113>.

SILVA, Marcos Paulo da. Apontamentos sobre a contribuição da sociologia das formas de Franco Moretti para os estudos em jornalismo. **Matrizes**, v. 11, n. 2, p. 207-227, mai./ago. 2017. Disponível em: <revistas.usp.br/matrizes/article/view/133580>.

\_\_\_\_\_; IBANHES, Miriam Cristina. 'Fake news' e as contradições da retórica de autolegitimação do Jornalismo em tempos de crise no campo: um caso de paralaxe. **Comunicação e Sociedade**, v. 43, n. 3, 3, n. 3, p. 7-39, set./dez. 2021. Disponível em: <metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view/9215/8128>.

SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da; FERNANDES, Mario Luiz (Orgs.). **Critérios de noticiabilidade**: problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014.



# **CAPÍTULO 5**



# Os games nas eleições de 2022: desinformação e cultura gamer nas campanhas políticas

Ivan Mussa  
José Messias  
Suely Fragoso  
Luiza Santos

## Introdução

OGPGames, a tomar conhecimento do tema proposto pela INTERCOM para a série de *lives* de 2022 — “Ciências da Comunicação contra a desinformação” — imediatamente determinou que a correlação necessária a ser traçada seria entre a cultura *gamer* e o processo eleitoral a ser enfrentado pelo Brasil em 2022. Os dois temas parecem adversos: qual seria, afinal de contas, a relação entre videogames e política institucional? A resposta para a pergunta, que também serve de justificativa para o tema da *live*, pode ser encontrada nas recentes disputas político-ideológicas que se desenvolvem a partir da ascensão da extrema-direita no cenário internacional - especificamente e principalmente a partir da eleição de Donald Trump nos EUA em 2016. Esse levante foi impulsionado em diversas frentes de comunicação digital, e uma dessas vertentes surgiu no interior da cultura *gamer*, disputando seus códigos, imaginários e afetos.

A título de exemplo, muito se discute a respeito de estratégias de manipulação do discurso online e sua importância para a disseminação de pautas radicais de extrema-direita nos últimos anos; por exemplo, na confecção de *fake news* (PIAIA; ALVES, 2020). Ocorre que a cultura gamer, com suas características próprias, serve de palco para essa guerra cultural digitalizada, algo que ganhou notoriedade com o fenômeno chamado de “#Gamergate” (MORTENSEN, 2016). Neste evento, uma série de *fake news* foram espalhadas no intuito de destruir reputações e alimentar assédio e violência contra mulheres que trabalhavam à época, no ano de 2015, na indústria de jogos eletrônicos.

Esse processo guarda uma natureza dupla, que motiva a investigação proposta pela *live*: por um lado, se utiliza da cultura *gamer* para atacar mulheres, mas também para espalhar uma ideologia misógina, racista e supremacista típica da extrema-direita. Por outro, não se tratou de um evento espontâneo: foi cuidadosamente manipulado e utilizado como trampolim por personalidades como Steve Bannon e por veículos como a Breitbart<sup>1</sup>, que ataçaram *gamers*, provocando reações apaixonadas tocando em pontos sensíveis do repertório afetivo da comunidade, a troco de obter apoio político para a candidatura e para o mandato de Trump. Depois, ao longo do seu governo, Jair Bolsonaro replicaria estratégia semelhante, utilizando reduções esporádicas de imposto sobre aparelhos e jogos para tentar angariar força mobilizadora online por meio das comunidades de *gamers* brasileiras (MARQUES; FALCÃO; MUSSA, 2021).

Sendo assim, estabelecemos o contexto a partir do qual justificamos a importância da discussão proposta pela *live*. De um lado, temos um caldo cultural que adquiriu complexidade juntamente com o desenvolvimento de comunidades online ao longo das últimas décadas. De outro, temos uma guerra ideológica que se dá em grande parte nas redes sociais digitais,

---

1. Conferir: <[uol.com.br/start/ultimas-noticias/2017/10/19/como-o-estrategista-chefe-de-trump-usou-videogames-para-espalhar-o-odio.htm](http://uol.com.br/start/ultimas-noticias/2017/10/19/como-o-estrategista-chefe-de-trump-usou-videogames-para-espalhar-o-odio.htm)>.

nas quais qualquer pauta que mobilize afetos e paixões pode servir de combustível para angariar apoio político e disseminar ideias - sejam elas verdadeiras ou não.

### **A construção da cultura gamer como agente político-eleitoral**

Com isso em mente, acreditamos que a dupla perfeita para discutir estes dois vieses seriam as Profas. Suely Fragoso e Luiza Santos, já que ambas fazem parte de um grupo pequeno de pesquisadora da área dos *game studies* preocupadas com a atual fisionomia da relação entre games e política. Começamos a *live* aprendendo sobre o atual trabalho da Profa. Dra. Luiza Santos, atualmente integrante da Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas (FGV/DAPP). A Profa. Luiza abordou, em sua fala, a pergunta fundamental que nos move quando contemplamos este cenário: de que modo a cultura *gamer* se configura enquanto território de batalhas ideológicas?

A pesquisadora explora, inicialmente, algumas pistas que podem levar às bases necessárias para responder à questão. Além da já citada relação entre a campanha de Jair Bolsonaro, alguns outros aspectos impulsionam a investigação. Por exemplo, a formação hegemônica da identidade *gamer* — um grupo formado historicamente por homens, jovens, brancos e de poder aquisitivo relativamente alto. É claro, isso não significa que apenas homens joguem, mas sim que o grupo que transforma o consumo de jogos em aspecto central de seu pertencimento a uma comunidade é composto majoritariamente por esta demografia (SHAW, 2012). Naturalmente, portanto, uma série de afetos concernentes ao atual status deste grupo mobilizará suas atuações discursivas nas plataformas digitais - uma atuação que pode ser direcionada a partir da utilização de conteúdos ligados a um assunto que lhes é caro: a cultura *gamer*.

O desejo pela mobilização desse grupo é exposto pela pesquisadora como uma espécie de corrida do outro: os grupos políticos vêm o público jovem como um setor desmobilizado

e crescentemente desinteressado pela política. Uma forma de energizar essa fatia do público votante seria apelar para a estética típica das plataformas digitais, constituída por memes, cultura pop e, claro, *games*. O modo como isso pode se dar na prática, novamente, é exemplificado a partir da mobilização bolsonarista no Brasil: diminuição de impostos sobre aparelhos de videogames e jogos são comumente utilizadas pelo governo Bolsonaro para acenar a esta base<sup>2</sup>. O resultado esperado é que o público mantenha uma visão do governo como anti-imposto e a favor da estado mínimo, valores tidos como positivos para o grupo que se entende como “*gamer*” (FALCÃO; MARQUES; MUSSA, 2020).

Aqui, a pesquisadora cita o trabalho da antropóloga Isabela Kalil (2018) que, através de um estudo etnográfico aprofundado, detectou antes mesmo da eleição de 2018, uma série de 18 grupos com aspectos distintos que convergiram em torno da candidatura de Jair Bolsonaro. Entre estes grupos, está o que Kalil chama de “*Nerds, gamers, hackers e haters*” (2018, p. 15), uma mistura de classificações que une entusiastas de cultura *pop*, *games*, usuários de fóruns alternativos às grandes redes digitais (conhecidos como “chans”<sup>3</sup>), entre outras subculturas do mundo digital. Para intensificar a relevância do tema, uma vez que Jair Bolsonaro demite Sérgio Moro em 2019, Kalil alega que os grupos ligados ao lavajatismo abandonaram parcialmente a base bolsonarista, o que fez o grupo dos *nerds/gamers* assumirem a posição mais proeminente entre todos os 18 alicerces do bolsonarismo.

Embora a extrema-direita tenha se aproveitado deste poder mobilizador com certo pioneirismo, outros grupos correm atrás, segundo Luiza Santos, demonstrando interesse em utilizar uma comunicação lúdica, utilizando a linguagem e o imaginário dos *games* a seu favor. Foi o caso da campanha

2. Fonte: <[economia.uol.com.br/noticias/redacao/2022/06/16/bolsonaro-reduz-imposto-de-games-pela-4-vez.htm](http://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2022/06/16/bolsonaro-reduz-imposto-de-games-pela-4-vez.htm)>.

3. Conferir: <[epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2019/03/chans-o-que-se-sabe-sobre-os-canais-que-espalham-odio-pela-internet-e-comemoraram-o-atentado-em-suzano.html](http://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2019/03/chans-o-que-se-sabe-sobre-os-canais-que-espalham-odio-pela-internet-e-comemoraram-o-atentado-em-suzano.html)>.

de Guilherme Boulos à prefeitura de São Paulo em 2020, que se aliou a influenciadores digitais ligados ao universo *gamer*, como Felipe Neto, na *live* jogando o jogo *Among Us*, no dia 21 de novembro de 2020<sup>4</sup>. A campanha de Boulos também criou seu próprio jogo, Super Boulos 50<sup>5</sup>, numa tentativa de utilizar a linguagem interativa como plataforma de comunicação política. A mesma direção é seguida pela campanha de Ciro Gomes à presidência nas eleições de 2022 que, além de se utilizar de formatos próprios da cultura digital, como os *reacts*, recorre a uma visualidade e a um vocabulário marcadamente alinhado à estética *gamer* em suas *lives* semanais no YouTube - a “Ciro Games”.

A contribuição da pesquisadora Luiza Santos, portanto, nos ajuda a mapear elementos centrais do contexto que configura a relação entre cultura *gamer* e processos políticos no Brasil. Em suma, questões da formação da identidade *gamer* e sua relação com demografias eleitorais, a utilização da mobilização online por campanhas políticas (eleitorais ou não) e a utilização de vozes proeminentes e da visualidade e linguagem dos *games* no repertório de comunicação política.

## **Teorias da conspiração, caças ao tesouro e a lógica do jogo na desinformação**

Neste ponto, a transição para a segunda palestra da *live* se torna apropriada. Trata-se da pesquisa apresentada pela Profa. Dra. Suely Frago, professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCom/UFRGS) e líder do Laboratório de Artefatos Digitais (LAD/UFRGS). Seu atual projeto de estudo lança justamente de um *zoom* na estética *gamer*, um olhar detalhado para a lógica do jogo e de que forma ela se conecta às dinâmicas próprias do processo de desinformação que observamos nas culturas digitais. A primeira afirmação de

4. Fonte: <[youtube.com/watch?v=6cok4bycaLA](https://www.youtube.com/watch?v=6cok4bycaLA)>.

5. Fonte: <[dropsdejogos.uai.com.br/noticias/cultura/voluntarios-produzem-webgames-para-a-campanha-de-guilherme-boulos](https://dropsdejogos.uai.com.br/noticias/cultura/voluntarios-produzem-webgames-para-a-campanha-de-guilherme-boulos)>.



Fragoso é que o entretenimento, seja ele qual for, é tragado para os circuitos por onde a desinformação trafega: séries de TV, personagens de quadrinhos e, claro, os *games*, são veículos através dos quais a desinformação circula.

É claro, porém, que cada mídia possui suas próprias formas de funcionar, e estes atributos serão utilizados de maneira específica pelas diversas estratégias desinformantes que atacam as culturas digitais. A pesquisadora segue narrando como os games inspiram o exemplo do *Q-Anon*<sup>6</sup>, uma rede de teorias da conspiração que coloca o ex-presidente dos EUA, Donald Trump, no centro de uma batalha do bem contra o mal, recheada de políticos de esquerda que fazem sacrifícios para divindades maléficas, bebem sangue de crianças e escondem um esquema de exploração sexual infantil pelo mundo.

É nesse labirinto de delírios que entra lógica do jogo: a estrutura do *Q-Anon* encoraja que usuários da internet busquem por pistas e indícios que ajudem a desnudar a grande conspiração — um emaranhado que, como toda teoria da conspiração, pode sugar qualquer fato inocente e centrífugalo, transformando-o em um sinal inegável que reforça a conspiração. Isso encoraja uma espécie de caça ao tesouro que engaja a comunidade, de forma semelhante aos chamados ARGs - *Alternate Reality Games*. Este gênero de jogo foi popular na primeira década do século XXI, com o avanço da web e do advento das linguagens transmidiáticas. Foi utilizado, entre outros exemplos, pela banda *Nine Inch Nails* para divulgar um de seus álbuns (ANDRADE, 2012) e pela série de TV *Lost* para criar narrativas digitais complementares ao seu universo ficcional televisivo (MESQUITA, 2010). O próprio *Q-Anon*, como mostrado pelo documentário da HBO, *Q: No olho da tempestade*<sup>7</sup>, foi inspirado no ARG *Cicada 3301*<sup>8</sup>, e foi propositalmente

6. Conferir: <[brasil.elpais.com/internacional/2021-01-12/teorias-conspiratorias-do-qanon-varrem-o-mundo-e-sao-mais-perigosa-do-que-parecem.html](http://brasil.elpais.com/internacional/2021-01-12/teorias-conspiratorias-do-qanon-varrem-o-mundo-e-sao-mais-perigosa-do-que-parecem.html)>.

7. Fonte: <[play.hbomax.com/series/urn:hbo:series:GYDk9Ig48c5i6hgEAAAA7](http://play.hbomax.com/series/urn:hbo:series:GYDk9Ig48c5i6hgEAAAA7)>.

8. Conferir: <[theguardian.com/technology/2014/jan/10/cicada-3301-i-tried-the-hardest-puzzle-on-the-internet-and-failed-spectacularly](http://theguardian.com/technology/2014/jan/10/cicada-3301-i-tried-the-hardest-puzzle-on-the-internet-and-failed-spectacularly)>.



organizado como uma caça ao tesouro para engajar e energizar a base radicalizada de extrema-direita nos EUA.

A fala de Suely Fragoso, no entanto, nos convida a questionar nossas próprias tendências conspiratórias, a tentação familiar a qualquer ser humano, independentemente de aliança ideológica, de querer encontrar padrões secretos e desvendar caças ao tesouro. Questionar isso não significa equivaler todas as teorias da conspiração, uma vez que algumas possuem mais alcance e maior nocividade que outras. Trata-se apenas de conceber um mundo onde epistemologias alternativas tornam-se cada vez mais dominantes. Algumas podem ser inofensivas, como tratar de astrologia e horóscopo, enquanto outras podem ser perigosas, como a crença no Kit Covid (ZUCKER; PEDRO, 2021). Todas elas, porém, têm algo em comum: fazem parte de uma lógica que incentiva o interlocutor a encontrar padrões que desafiam a epistemologia tradicional positivista. É nesse desafio que mora a sedução das teorias da conspiração e, em parte, dos *games*.

Fragoso segue apresentando exemplares de grupos de conspiracionistas de extrema-direita brasileiros que ela própria monitora, demonstrando a busca comunitária pela “verdade” alternativa. Alguns usuários expõem teorias, outros discutem e, eventualmente, um consenso é construído pela própria comunidade. Nesse meio tempo, um vínculo é construído pelos membros do grupo, a partir de uma linguagem comum, piadas próprias, brincadeiras onde os próprios indivíduos são protagonistas da construção de algo tido como verdade. Para Fragoso, esse elemento de jogo é inseparável das formas de desinformação que se aproveitam do entretenimento para circularem. Em uma versão menos delirante e mais construtiva do mesmo processo, a pesquisadora lembra a construção coletiva das comunidades de internautas que colaboraram com as investigações da CPI da Covid em 2020<sup>9</sup>. Nessa ocasião, o mesmo jogo de caça ao tesouro envolvia buscar documentos,

---

9. Conferir: <[senado.leg.br/radio/1/noticia/2021/06/14/internautas-enviaram-396-perguntas-em-apenas-um-dia-de-cpi](http://senado.leg.br/radio/1/noticia/2021/06/14/internautas-enviaram-396-perguntas-em-apenas-um-dia-de-cpi)>.

registros e informações em geral que pudessem servir de pistas para o desvendamento de casos de crimes cometidos durante a pandemia pelo governo federal.

Parece claro, a partir das conclusões expostas pela pesquisadora, que a ameaça do avanço de pautas conspiracionistas, que trazem consigo a exacerbação da misoginia, do racismo e do ódio contra pessoas LGBTQIA+ utiliza a força da brincadeira e do jogo a seu favor. No entanto, Fragoso demonstra que é possível utilizar a mesma força na contramão: ela sugere que a brincadeira, as piadas e o prazer de buscar padrões e construir ideias em comunidade pode figurar entre as estratégias de construção de uma resistência a esses ideais retrógrados.

### **Considerações finais**

Com a discussão gerada pela *live*, acreditamos ter preparado o território para uma investigação que será de relevância ímpar para a associação entre games, cultura digital, tecnologias de comunicação e processos políticos. Trata-se de um campo de pesquisa em franca expansão, com temas largamente estudados - como *fake news*, por exemplo - mas que ainda precisa ser devidamente observado, no que tange sua relação com a cultura gamer. As duas pesquisadoras convidadas pelo GP Games estão na linha de frente do esforço coletivo de desbravar este imbróglio, e suas falas apresentam leituras fundamentais para que as discussões avancem e ganhem corpo.

Enquanto a Profa. Luiza Santos aborda a dimensão cultural, demográfica e comunicacional dos processos políticos envolvendo os *games* e os *gamers*, a Profa. Suely Fragoso analisa formalmente o aspecto da comunicação da desinformação, apontando seus laços estreitos com a linguagem dos videogames. Parece se tratar de uma dupla lente de análise que, embora explore território inédito, em grande parte, no campo dos *game studies*, ao mesmo tempo demonstra sua vocação tanto para análises de questões culturais quanto de aspectos formais

e materiais dos processos de jogo. A relevância de ambos estes aspectos parece demonstrar que só um esforço coletivo, e que se preocupe com as várias dimensões do estudo dos *games*, nos fornecerá caminhos adequados para compreender a complexa relação entre jogo, entretenimento e processos políticos na cultura digital.

## Referências

ANDRADE, Luiz Adolfo. Jogos de realidade alternativa e os novos canais para circulação musical: O caso de Year Zero. **Anais do 5º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação**. 2012. Disponível em: <academia.edu/7310804/Jogos\_de\_realidade\_alternativa\_e\_novos\_canais\_para\_a\_circula%C3%A7%C3%A3o\_musical\_o\_caso\_de\_Year\_Zero>. Acesso em: 2 jul. 2022.

FALCÃO, Thiago; MARQUES, Daniel; MUSSA, Ivan. **#BoycottBlizzard**: Capitalismo de Plataforma e a Colonização do Jogo. *Contracampo*, v. 39, n. 2, p. 59-78, 2020.

KALIL, Isabela et al. **Quem são e no que acreditam os eleitores de Jair Bolsonaro**. [Relatório] Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo, outubro de 2018. Disponível em: <fesps.org.br/upload/usersfiles/2018/Relat%C3%B3rio%20para%20Site%20FESPSP.pdf>. Acesso em: 2 jul. 2022.

MARQUES, Daniel; FALCÃO, Thiago; MUSSA, Ivan. Ideologia do imposto: racionalidade neoliberal, extremismo e cultura gamer brasileira no Youtube. **Anais do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2021. Disponível em: <portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt5-g/daniel-marques.pdf>. Acesso em: 2 jul. 2022.

MESQUITA, Dario. Realidade ambígua: Imersão em The Lost Experience. **Revista Geminis**, v. 1, n. 1, p. 223-249, 2010.

MORTENSEN, Torill. Anger, Fear, and Games: The Long Event of #Gamergate. **Games and Culture**, v. 13, n. 8, p. 787-806, 2018.

PIAIA, V. R.; ALVES, M. Abrindo a caixa preta: análise exploratória da

rede bolsonarista no WhatsApp. In: **VIII Congresso da Compolítica**, 2019, Brasília. Anais do VIII Congresso da Compolítica. Brasília: Compolítica, 2019.

SHAW, Adrienne. Do you identify as a gamer? Gender, race, sexuality, and gamer identity. **New Media & Society**, v. 14, n. 1, 2012.

ZUKER, Fávio; PEDRO, Thomaz. Fake news e 'kit-Covid': como Bolsonaro impactou decisão sobre vacinas entre indígenas. **Open Democracy**, [s.l.], 6 jan. 2022. Disponível em: <opendemocracy.net/pt/fake-news-kit-covid-vacinas-indigenas-brasil-bolsonaro>. Acesso em: 2 jul. 2022.

# CAPÍTULO 6



## Desinformação, direitos humanos e liberdade de expressão

Carla de Araujo Risso  
Ivan Paganotti  
Nara Lya Cabral Scabin  
Andrea Limberto Leite

Nos últimos anos, temos assistido à proliferação de focos de embate e tensão entre posições enunciativas que se manifestam, no debate público brasileiro – e, em especial, em sua representação em discursos midiáticos –, em torno dos termos “liberdade de expressão” e “desinformação”. Nesse contexto de intensas disputas discursivas, algumas “armadilhas” merecem particular atenção.

Não é novidade que o governo de Jair Bolsonaro busca penalizar seus críticos – como no caso do inquérito aberto com base na Lei de Segurança Nacional para investigar o cartunista Aroeira e o jornalista Ricardo Noblat, arquivado pela Justiça em maio de 2021 (ROCHA, 2021) –, censura dados públicos – a exemplo do que ocorreu com dados da pandemia de covid-19 no Brasil (FOLHA DE S. PAULO, 2020) – e ataca, de maneira constante e reiterada, jornalistas.

Em 7 de junho de 2022 – mesma semana em que o desaparecimento do indigenista licenciado da Funai Bruno Pereira e do jornalista inglês Dom Phillips era noticiado

em todo o mundo –, o presidente brasileiro foi condenado a pagar R\$ 100 mil por danos morais coletivos cometidos contra jornalistas após ação civil pública impetrada pelo Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo. A decisão se deu em primeira instância e ainda cabe recurso. Mas o parecer da juíza Tamara Hochgreb Matos, da 24ª Vara Cível da Comarca de São Paulo, reconhece e registra aquilo que pesquisadores e profissionais de imprensa têm denunciado há quase quatro anos: que o discurso de ódio praticado por Bolsonaro “evidentemente extrapola todos os limites da liberdade de expressão garantida constitucionalmente” (MATOS apud CONGRESSO EM FOCO, 2022, *online*).

Evidentemente, o desprezo de Bolsonaro pela liberdade de imprensa e pelo direito de acesso à informação não chega a ser novidade. Ao longo de toda a sua vida pública, ele se declarou defensor da ditadura civil-militar que instaurou censura prévia à imprensa, fechou jornais, prendeu jornalistas e foi responsável pela morte ou desaparecimento de centenas de pessoas no Brasil entre 1964 e 1985.

O que há de aparentemente contraditório, não obstante, é que o presidente brasileiro e seu grupo político levantem constantemente a bandeira da “liberdade de expressão”. Dos ataques ao “politicamente correto” anunciados em seu discurso de posse (BENITES; GORTÁZAR; COLETTA, 2019) à conversa fora da agenda oficial com um representante da plataforma *Telegram*, amplamente utilizada pela base bolsonarista (HOLANDA, 2022), a suposta e parcial defesa da livre expressão por Bolsonaro é, como veremos adiante, parte estratégica de sua retórica populista.

Por ora, cabe observar que o “entusiasmo” bolsonarista com a liberdade de expressão está intimamente ligado à outra palavra-chave com que iniciamos este texto: a “desinformação”. De fato, a liberdade de expressão parece ter ganhado força no vocabulário bolsonarista principalmente após o inquérito das *fake news* presidido pelo ministro Alexandre de Moraes no Supremo Tribunal Federal (PINHO, 2022).



Diante deste cenário, o Grupo de Pesquisa Comunicação, Mídias e Liberdade de expressão da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação realizou, no dia 5 de maio de 2022, a *live* intitulada “Desinformação, Direitos Humanos e Liberdade de Expressão”, parte integrante da 4ª temporada da série de *Lives Cátedra Intercom*. A percepção quanto à relevância de se discutir a questão da desinformação à luz dos estudos sobre liberdade de expressão nasce também da constatação quanto ao crescente interesse dos pesquisadores do GP pelo tema. Para se ter uma ideia, o número de artigos sobre assuntos relacionados à problemática da desinformação aprovados para apresentação no Grupo, no contexto dos congressos nacionais da Intercom, passou de dois textos, em 2019; para cinco, em 2020; e, finalmente, dez, em 2021<sup>1</sup>.

Ao mesmo tempo, consideramos fundamental que o debate proposto abarcasse também, como um terceiro eixo temático-conceitual, a perspectiva dos direitos humanos. Essa escolha deve-se a dois fatores principais: em primeiro lugar, porque temos assistido à tentativa de justificar, com base em argumentos que apelam para a liberdade de expressão, a violação a direitos humanos fundamentais em práticas como o discurso de ódio, que integra o espectro da desordem informacional contemporânea; e, em segundo lugar, porque é preciso problematizar a existência de uma suposta polarização entre *liberdade de expressão e direitos humanos* no debate público atual – ela própria fonte e efeito de desinformação.

Para contribuir para esse debate no âmbito da série de *Lives Cátedra Intercom*, o GP Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão, na figura de suas coordenadoras, convidou os docentes e pesquisadores Carla de Araujo Risso (UFBA) e Ivan Paganotti (UMESP), cujas reflexões serão apresentadas no texto que segue.

1. Conforme levantamento realizado em abril de 2022 pela coordenação do Grupo de Pesquisa Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão, com base na avaliação de títulos, resumos e palavras-chave dos trabalhos apresentados ao GP, entre 2019 e 2022, e publicados nos Anais dos congressos nacionais da INTERCOM.

## O discurso de ódio como parte da desordem da informação<sup>2</sup>

Antes de entrar na temática do discurso de ódio, é necessário apresentar alguns conceitos que fundamentam e localizam a reflexão que será apresentada.

Nesse sentido, destaca-se o trabalho de Claire Wardle e Hossein Derakhshan (2017), que apresentam, em sua obra *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, publicada pelo Conselho Europeu, algumas definições do que seria a “desinformação”, que é um conceito nebuloso, por vezes definido de formas distintas. Os autores partem, então, da constatação quanto à existência de uma “desordem da informação”, que se divide em três categorias ou tipos: “informação incorreta” (ou *misinformation*), a “desinformação” (ou *desinformation*) e a “má informação” (*malinformation*). É importante também observar que, como todo processo comunicativo, os produtos da desordem informativa comportam diferentes fases ou etapas: os momentos de *criação/reprodução* e de *distribuição/redistribuição*. Somam-se a isso os diferentes elementos que compõem a desordem da informação, a saber: *o agente, a mensagem e o intérprete*.

Cada um desses tipos, elementos e etapas são detalhados por Wardle e Derakhshan (2017), que recomendam que os estudiosos da desordem da informação atentem-se, em primeiro lugar, aos tipos de agente envolvido em cada processo analisado: são atores organizados? O que os motiva a produzir conteúdos? Que público pretendem atingir? E, ainda, eles utilizam tecnologia automatizada? Sua intenção é de enganar ou prejudicar outras pessoas? Em relação às mensagens, os autores recomendam que busquemos os seus formatos, destacando quatro fatores de atratividade sobre os quais devemos indagar: resposta emocional, componente visual, narrativa forte e reiteração/repetição. Estas são

---

2. Esta seção sintetiza a discussão apresentada por Carla de Araujo Risso durante a *live* “Desinformação, Direitos Humanos e Liberdade de Expressão” da 4ª temporada da série de Lives Cátedra Intercom. A pesquisadora estudou a relação entre desinformação e discurso de ódio, a partir do contexto eleitoral português, em sua pesquisa de pós-doutorado conduzida na Universidade de São Paulo entre 2019 e 2020.

algumas questões às quais devemos estar atentos no momento de estudar processos e fenômenos que integram a desordem da informação.

De modo a avançar nessa discussão, a Figura 1 apresenta o gráfico proposto por Wardle e Derakhshan (2017), que elenca os diferentes tipos de desordem da informação. Na parte esquerda do diagrama, por exemplo, temos o *falso* ou a *informação incorreta* (que se divide em *falsa conexão* e *conteúdo enganoso*). Já na parte direita da imagem, destaca-se o domínio do *nocivo*, que não é propriamente falso, mas possui efeitos prejudiciais. A desinformação, por sua vez, corresponde à intersecção desses dois conjuntos, sendo simultaneamente *falsa* e *nociva*.

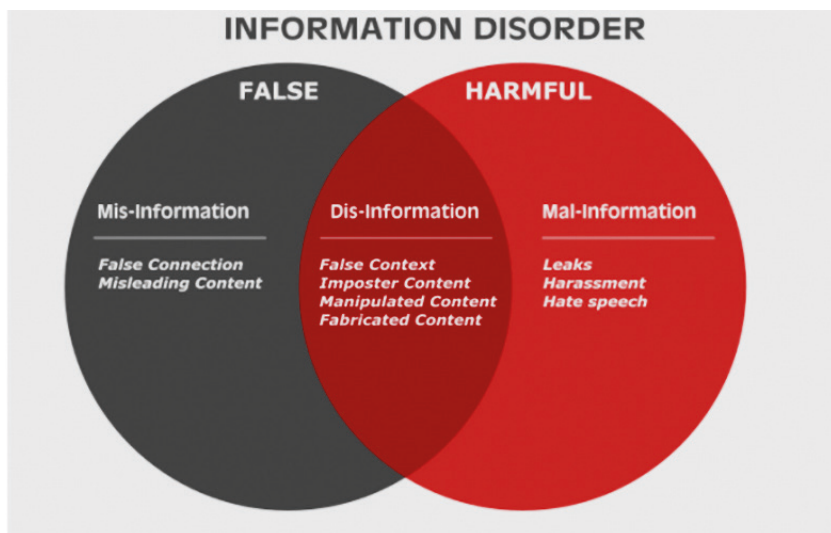


Figura 1 – Diferentes tipos de desordem da informação. Fonte: Wardle e Derakhshan (2017).

Exemplos típicos de *falsa conexão* podem ser encontrados sempre que temos mensagens nas quais manchetes, imagens ou legendas não confirmam o conteúdo.

É o que vemos, por exemplo, na Figura 2, que mostra o seguinte título publicado pelo portal de notícias TV Foco: “Pablo Vittar sofre grave acidente, perde parte do corpo e sai sangrando de festa”. Entretanto, no episódio em questão, a parte do corpo que a artista Pablo Vitar perdeu foi uma unha! Trata-se, portanto, de uma mensagem sensacionalista, veiculada com o objetivo de criar um fluxo de acessos no site e não corresponde realmente ao teor do texto. Mas esta não é uma prática exclusiva do *online*, sendo inclusive anterior ao advento das plataformas digitais: lembremos, por exemplo, do caso do jornal *Notícias Populares*, veiculado entre os anos de 1963 e 2001, em São Paulo, que publicava manchetes impactantes muitas vezes sem respaldo nas próprias matérias.

Em relação ao *conteúdo enganoso*, segunda manifestação do domínio do falso, de acordo com o diagrama de Wardle e Derakhshan (2017), temos um exemplo na Figura 3, que mostra um post da deputada bolsonarista Carla Zambelli, verificado pelo *Projeto Comprova*, no qual se afirma: “Bayern de Munique pune jogadores não vacinados. Anvisa alerta sobre risco de miocardite e pericardite pós vacinação. Alphonso Davies é diagnosticado com miocardite e precisa ser afastado do Bayern de Munique”. E o que Zambelli escreve é: “Notícias que falam por si só. Tirem suas próprias conclusões”. Ou seja: junta uma série de notícias, como se elas fossem relacionadas, mas elas não são. Este é o *conteúdo enganoso*: levar o receptor a uma conclusão pela sequência em que os títulos foram organizados.



Figura 2 – Manchete do site *TV Foco*: exemplo de *falsa conexão*. Fonte: Reprodução/Twitter.



Figura 3 – Postagem de Carla Zambelli verificada pelo Projeto Comprova: exemplo de *conteúdo enganoso*. Fonte: Projeto Comprova (2022).

Quando passamos à esfera do diagrama concernente à *desinformação*, formada pela intersecção dos domínios do *falso* e do *nocivo*, destaca-se, por exemplo, o caso do *falso contexto*, que diz respeito à descontextualização de um fato genuíno por meio da publicização de algum conteúdo em momento diferente daquele no qual foi originalmente criado. É o que ocorreu, por exemplo, no caso de vídeos captados durante as manifestações pró-Bolsonaro de 7 de setembro de 2021 que foram compartilhados, em redes sociais, como se tivessem sido captados durante as mobilizações de 1º de maio de 2022, com o objetivo de sugerir um amplo apoio popular ao presidente brasileiro na última ocasião.

Outro tipo de ocorrência típica da esfera da *desinformação* diz respeito ao *conteúdo impostor*, exemplificado pela Figura 4, que mostra uma capa da revista *Time* manipulada por redes bolsonaristas. A imagem foi compartilhada em uma rede social por Ricardo Salles, ex-ministro do Meio Ambiente brasileiro, com a afirmação de que Bolsonaro receberia o Prêmio Nobel da Paz por ter, supostamente, evitado a Terceira Guerra Mundial quando visitou a Rússia, no início de 2022, fazendo com que o presidente russo, Vladimir Putin, recuasse da ideia de invadir a Ucrânia.



Figura 4 – Capa da revista Time manipulada por redes bolsonaristas: exemplo de *conteúdo impostor*.  
Fonte: Reprodução/Instagram.

Ainda em relação à esfera da *desinformação*, há o caso do *conteúdo fabricado*, que é integralmente falso, criado com o objetivo de enganar: são as *fake news* clássicas, plenas! É o caso do exemplo mostrado na Figura 5, que mostra a seguinte manchete, já desmentida pela *Agência Lupa*: “Evidências bioquímicas e estatísticas oficiais 100% confirmam que a Moderna criou o Covid-19”. Como se sabe, a falsa teoria quanto à suposta criação do vírus da covid em laboratório já circulou em redes sociais recorrendo a ambientações em diferentes países, o que mostra a existência de diferentes “versões” para um mesmo conteúdo fabricado.





Figura 5 – Postagem que circulou em redes sociais digitais: exemplo de conteúdo fabricado. Fonte: Agência Lupa (2022).

Por fim, chegamos à última esfera do diagrama de Wardle e Derakhshan (2017), que diz respeito ao *nocivo* – que, como dito antes, não é necessariamente falso. Nesse domínio, o primeiro tipo de ocorrência compreende os casos de vazamentos, dos quais um exemplo claro foi o episódio em que o ex-ministro Sérgio Moro, então na condição de juiz, decidiu retirar o sigilo, às vésperas do primeiro turno das eleições de 2018, de parte da delação feita pelo ex-ministro Antonio Palocci, cujo teor era desfavorável Partido dos Trabalhadores (PT) e que, segundo analistas políticos, pode ter sido decisivo ao desfecho do pleito presidencial daquele ano. Embora o depoimento fosse real, tendo sido feito na condição de delação premiada, mas foi divulgada em data inoportuna, evidenciando uma provável intenção de influenciar as eleições.

O segundo tipo de manifestação da esfera do nocivo pode ser encontrado em ocorrências de *assédio* – que também pode ser chamado de *cancelamento* ou *linchamento virtual*. É o que ocorre, por exemplo, no caso destacado na Figura 6: uma usuária do Facebook tirou uma foto em uma frente ao Túmulo

do Soldado Desconhecido, no Cemitério Nacional de Arlington, nos Estados Unidos, fazendo um gesto obscuro e fingindo gritar diante de uma placa que dizia “Silence and respect”, e a publicou em suas redes sociais. O conteúdo, entretanto, viralizou rapidamente, levando a mulher a sofrer ataques, que culminaram com sua demissão e um quadro de grave depressão. Dessa forma, o *assédio* – ou *cancelamento* – ocorre quando a sociedade (ou uma parte dela) começa a atacar uma pessoa ou grupo como forma de penalizar comportamentos considerados contrários a normas morais, valores éticos ou princípios comportamentais valorizados. Esse tipo de fenômeno, evidentemente, não é novo: na Grécia Antiga, por exemplo, tínhamos a condenação de algumas pessoas ao ostracismo, ou seja, a serem excluídas da sociedade. Essa perspectiva, porém, é atualizada – e amplificada – no contexto da cultura digital.



Figura 6 – Foto que levou ao linchamento virtual de usuária do Facebook, conforme reproduzida pelo jornal The Guardian: exemplo de assédio. Fonte: The Guardian (2015).

Finalmente, o terceiro tipo de manifestação da esfera do *nocivo* diz respeito ao *discurso de ódio*, que pode ser definido como qualquer comunicação que menospreze um indivíduo ou grupo por motivos de raça, cor, etnia, gênero, orientação sexual, nacionalidade ou religião – dentre outros fatores. Trata-se de enunciados produzidos e veículos com o objetivo de atacar e menosprezar. Muitas vezes, o discurso de ódio pode se manifestar em conteúdos nos quais a menção desnecessária a aspectos como etnia ou orientação sexual associar determinados grupos a características negativas. Dentre muitos exemplos recentes, podemos citar o episódio em que o deputado estadual Arthur do Val, conhecido como “Mamãe Falei”, fez afirmações altamente depreciativas sobre as mulheres ucranianas, em plena Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo, em março de 2022. O discurso de ódio, portanto, não é exatamente falso – e não porque seja verdadeiro, mas sim, porque se insere no domínio da opinião e da crença.

Atualmente, é possível dizer que o discurso de ódio contra jornalistas emerge como um subtipo de discurso de ódio, já que a definição desse tipo de manifestação, conforme a tipologia de Wardle e Derakhshan (2017), pressupõe falas dirigidas contra qualquer grupo social – inclusive, neste caso, uma categoria profissional. Crescentes em todo o mundo e, particularmente, no Brasil, os ataques contra jornalistas ameaçam a liberdade de imprensa e o direito dos cidadãos à informação. Entre os exemplos, podemos citar os ataques dirigidos contra o jornalista Ricardo Noblat quando este se pronunciou a respeito da facada sofrida por Bolsonaro durante as eleições de 2018<sup>3</sup>; em outra ocasião, um dos filhos do presidente brasileiro afirmou sentir pena da cobra que foi colocada junto da jornalista Miriam Leitão em sessão de

3. Noblat, em setembro de 2018, escreveu no Twitter: “A Polícia Federal está obrigada a esclarecer por que a faca usada contra Bolsonaro, a levar-se em conta a fotografia distribuída, não contém, ou aparentemente não contém uma única mancha de sangue”. A postagem foi rebatida pelo perfil “Voltemos à Direita” com a frase: “Pede pra (sic) polícia enfiar a faca em vc no mesmo lugar que enfiaram nele, aí vc confirma o quanto sangra”.

tortura, durante a ditadura civil-militar<sup>4</sup>. São casos recorrentes, e que atingem sobretudo jornalistas mulheres, já que não raro a questão de gênero se associa aos ataques dirigidos contra uma categoria profissional em manifestações de discurso de ódio que circulam principalmente no ambiente digital.

Marta Peirano (2019, p. 67) comenta da seguinte forma esse contexto:

A indústria ainda não sabe como controlar as emoções, mas se especializou em detectar, ampliar ou produzir as que geram mais benefícios – como a indignação, medo, fúria, distração, solidão, competitividade, inveja. Esta é a banalidade do mal de nosso tempo: os melhores cérebros de nossa geração estão buscando maneiras de que façam mais “likes”. E não é verdade que estamos livres de culpa. Tudo começou porque queríamos salvar o mundo sem sair do sofá.

Passemos, neste momento, ao caso do político português André Ventura. Chamado de “Bolsonaro de Portugal”, Ventura é um político jovem, nascido em 1983, passou pelo Partido Social Democrata (PSD), é formado em Direito pela Universidade Nova de Lisboa, realizou doutorado na Irlanda e foi professor universitário, tendo lecionado na Universidade Autónoma de Lisboa e na Universidade Nova de Lisboa (nesta última, como professor convidado). Em outras palavras: Ventura era um acadêmico. Além disso, trabalhou no setor alfandegário, tendo conhecimentos de Direito Tributário.

Em 2017, quando se candidatou pela primeira vez a um cargo legislativo, André Ventura descobriu um filão eleitoral: o discurso de ódio. Foi assim que o então candidato a vereador pela cidade portuguesa de Loures começou a dirigir ataques

4. Miriam Leitão, em abril de 2022, escreveu no Twitter: “Qual é o erro da terceira via? É tratar Lula e Bolsonaro como iguais. Bolsonaro é inimigo confesso da democracia. Coluna de domingo”. Eduardo Bolsonaro, então, respondeu da seguinte forma: “Ainda com pena da [emoticon de uma cobra] ” – uma referência à tortura que Miriam Leitão sofreu pelos militares em 1972, quando estava grávida e foi presa e deixada nua num local escuro com uma jiboia.

contra o povo cigano, estratégia que deu certo, culminando com sua eleição e o aumento significativo da participação do PSD em Loures. Quando perdeu espaço na legenda, Ventura decidiu criar o próprio partido, o “CHEGA” – nome que não deixa de ser revelador –, tendo como principais focos a direita portuguesa e o mundo rural. Sem infraestrutura e sem dinheiro, as páginas pessoal e do partido de Ventura foram feitas por conhecidos, de forma quase amadora; assim, apesar das semelhanças com Bolsonaro, suas ações de comunicação partem de uma estrutura mais precária do que aquela utilizada, no Brasil, pelo chamado “gabinete do ódio”.

Além da recorrência ao discurso de ódio, a estratégia política de Ventura se baseia em concorrer a todas as eleições disponíveis, como forma de projetar seu nome. Isso porque o político descobriu que precisa de apenas 1.3% dos eleitores portugueses para se eleger a cargos legislativos. E é neste 1.3% do eleitorado que Ventura tem investido por meio do discurso de ódio, recorrendo a falas que alcançaram enorme repercussão e reação por parte de opositores, como a ocasião em que afirmou que o que ocorreu com George Floyd – cidadão afro-americano que morreu estrangulado por um policial branco, em 25 de maio de 2020, em Mineápolis – não teria sido racismo, mas sim, “excesso de força policial e homicídio”. Poucos meses depois, quando Bruno Candé, ator português de origem guineense, foi assassinado, Ventura minimizou a motivação racial do crime, descrevendo-o, em sua conta no *Twitter*, como “uma tragédia. Como seria o assassinato de um branco ou de um chinês” (Figura 7). Entre outros episódios, Ventura também atacou uma deputada negra, mandando-a “voltar para sua terra”, e Ricardo Quaresma, jogador da seleção de futebol portuguesa de origem cigana. Além disso, envolveu-se em protestos do Movimento Zero, formado por policiais descontentes com questões salariais, que chegaram a fazer gestos de apologia à supremacia branca.



André Ventura  
@AndreCVentura

...

Bruno Candé foi assassinado e isso é uma tragédia. Como seria o assassinato de um branco ou de um chinês. Acabem lá com essa ladainha habitual do racismo. Não somos um país racista! Nada neste homicídio aponta para crime de ódio racial.  
Translate Tweet

11:04 AM · 26 lug 2020 · Twitter Web App

140 Retweet 2.150 Tweet di citazione 1.020 Mi piace

Figura 7 – Postagem de André Ventura sobre a morte do ator Bruno Candé, em julho de 2020. Fonte: Reprodução/Twitter.

Merece especial atenção, porém, um episódio, transcorrido no contexto das últimas eleições presidenciais portuguesas, em 2021, em que, durante um debate televisionado, Ventura atacou Marcelo Rebelo de Sousa, então presidente de Portugal e candidato ao pleito (no qual foi reeleito). Mostrando uma foto de seu adversário (Figura 8), Ventura disse que Sousa estaria “ao lado de bandidos, no bairro da Jamaica”, afirmando que ele (Ventura) seria o “presidente, que vai estar do lado da polícia”. Em outras palavras: em uma evidente mostra de racismo, chamou todos os membros da família que aparece na foto ao lado de Marcelo Rebelo de Sousa – inclusive um bebê de três anos – de “bandidos”! Ventura foi, evidentemente, processado, tendo perdido, em dezembro de 2021, na Suprema Corte portuguesa; não restando mais apelação, foi condenado a pagar multa de 20 mil euros.





Figura 8 – Fotografia de Marcelo Rebelo de Sousa ao lado da família Coxi, conforme reproduzida pelo jornal *Diário de Notícias*.  
Fonte: *Diário de Notícias* (2021).

Apesar (ou, melhor dizendo, justamente por causa...) de falas como essas, Ventura vem se consolidando como um fenômeno eleitoral no cenário político português. Para se ter uma ideia, nas eleições legislativas de 2019, antes mesmo de o CHEGA se estruturar, ele conseguiu quase 68 mil votos; três anos depois, após concorrer à presidência e perder, Ventura se candidatou novamente a deputado, tendo obtido 410 mil votos. Com isso, conseguiu 12 deputados na Assembleia. Trata-se de um fenômeno bastante preocupante, que mostra a efetividade do discurso de ódio produzido pelo parlamentar na conquista de parte não pouco expressiva do eleitorado português.

Longe de ser um caso isolado, a trajetória de Ventura permite-nos levantar questões fundamentais ao debate sobre liberdade de expressão, considerando sua intersecção com a temática da desordem da informação. Em suma, devemos indagar: até que ponto uma sociedade livre, tolerante, aberta e democrática deve permitir e dar espaço a ideias como as propagadas pelo parlamentar português? Por que permitimos que o discurso de ódio se expanda? Por que muitas manifestações de discurso de ódio permanecem impunes? André Ventura



pagará os 20 mil euros pelos quais foi condenado – mas continuará propagando ideias de intolerância (e beneficiando-se com isso). A liberdade de expressão não é um ideal absoluto, o que significa que ela precisa ser protegida e garantida, mas não pode ser usada como anteparo para a violação de outros direitos fundamentais.

### **Desfazendo falácias e combatendo espantalhos<sup>5</sup>**

Considerando os inúmeros casos de emergência e circulação de discurso de ódio a que temos assistido, e para pensar a relação entre desinformação, direitos humanos e liberdade de expressão, é preciso partir da própria conceituação do que são “direitos humanos”, pois uma parte dos problemas que surgem em debate sobre as temáticas em foco deve-se à separação, em campos opostos, elementos que, na verdade, são coincidentes – ou que, pelo menos, estão agregados dentro de campos maiores. Em outras palavras: quando falamos em desinformação, direitos humanos e liberdade de expressão, não podemos imaginar que são três elementos separados. É preciso entender que existem elementos de coincidência entre essas esferas.

Assim, em primeiro lugar, é preciso esclarecer que o termo “direitos humanos” não é oposto à liberdade de expressão. Essa construção de uma fronteira opositiva entre os dois termos atende a um interesse político: isso porque, na verdade, a liberdade de expressão, assim como vários outros direitos, faz parte do guarda-chuva dos direitos humanos. Alguns autores, inclusive, consideram que a liberdade de expressão é um dos mais importantes direitos humanos, sendo pré-condição para os direitos políticos e faz parte das nossas liberdades

---

5. Esta seção sintetiza as reflexões apresentadas por Ivan Paganotti durante a *live* “Desinformação, Direitos Humanos e Liberdade de Expressão” da 4ª temporada da série de Lives Cátedra Intercom. O pesquisador tem se dedicado ao estudo de estratégias institucionais de verificação de fatos e resposta a críticas no combate a *fake news* – Pesquisa com auxílio Fapesp, processo nº 2020/15055-9, Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP).

básicas. E isso não só no Brasil – por estar determinada na Constituição Federal, mais especificamente, no artigo V, em que encontramos as cláusulas pétreas, os elementos mais centrais, os direitos básicos de todos os cidadãos –, mas também internacionalmente, pois a liberdade de expressão já fazia parte da Declaração Universal dos Direitos Humanos, da ONU, dos anos 1940, assim como estava prevista na Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, da Revolução Francesa. Desde o começo, portanto, a possibilidade, o poder, o direito de expressar-se livremente já era parte dos direitos humanos.

É importante deixar esse conceito claro, para que não caiamos na armadilha de imaginar esses campos como opostos: como se, de um lado, estivesse o “time dos direitos humanos” e, do outro lado, estivesse o “time da liberdade de expressão”. Porque os direitos humanos englobam e incluem a liberdade de expressão. Mas, evidentemente, isso não quer dizer que, dentro dos direitos humanos (que são muitos), nós não tenhamos conflitos internos a esses direitos. Sob a perspectiva jurídica, aliás, é possível questionar o termo “conflito”: não necessariamente devemos presumir que haja uma ideia de conflito, em que os dois direitos vão colidir, porque a solução jurídica, em um caso como este, é determinar qual o direito, a lei ou a regra preponderante. É o que ocorre, por exemplo, em casos em que é preciso avaliar se a liberdade de expressão deverá se sobrepor, ou se a liberdade de expressão deverá ser sacrificada em respeito a algum direito humano importante, como o direito à reputação ou o direito à dignidade. Se utilizamos essa concepção, que é a concepção mais tradicional no mundo jurídico, de imaginar que teríamos regras, direitos ou princípios em colisão, é como se um atropelasse e sacrificasse o outro; seria preciso haver uma estratégia de 0% para um, 100% para outro. Um cenário de conflito possui essa presunção.

Entretanto, essa não é a única forma de resolver esse tipo de situação. Outra perspectiva – que aqui no Brasil, inclusive, é defendida por Luís Roberto Barroso (2004), desde

quando ele ainda estava na advocacia, antes de entrar no STF – é a da *ponderação de direitos*, que deve ser feita por meio da ponderação dos *princípios* por detrás dos direitos. Segundo essa proposta, nós não teríamos um sacrifício completo de um dos direitos: em lugar disso, podemos buscar um equilíbrio entre as partes. Não precisaríamos, nesse sentido, abandonar completamente a possibilidade de expressão, mas sim, tentar fazer com que essa expressão seja possível, mas respeitando a dignidade, a imagem das pessoas, sua privacidade, sua reputação etc. Seguindo essa perspectiva – que deixa bastante claro que estamos falando de direitos mais amplos que podem entrar não só em colisão, mas sobretudo em *tensão* –, é possível recorrer a um mecanismo de ponderação, avaliando qual das partes terá maior força, embora o outro lado não precise ser plenamente sacrificado.

Vale a pena também, já que estamos falando de conflitos internos, lembrar que, mesmo entre a liberdade de expressão, é possível haver tensões internas a ela. Um caso que vale a pena ser citado como exemplo é o episódio envolvendo a cervejaria Skol, no carnaval de 2015 (PAGANOTTI, 2016). Na ocasião, a empresa fez uma campanha publicitária que tinha como um de seus *slogans* a frase “esqueci o ‘não’ em casa”. Essa mensagem gerou revolta entre parte do público, e duas comunicadores, uma jornalista e uma publicitária de São Paulo, posicionaram-se de maneira indignada por considerarem que, não só no carnaval, como em qualquer outro momento, não é adequado estimular os consumidores a descartarem o “não”, considerando os altos índices, no Brasil, de abusos sexuais e morais contra mulheres, bem como o excessivo consumo de substâncias alcoólicas. Trata-se de um caso interessante porque diz respeito a tensões entre liberdades de expressão: a propaganda tem a liberdade de expressão de nos dizer “deixe o ‘não’ em casa”? E, por outro lado, as pessoas podem se sentir incomodadas com isso? As pessoas podem, em resposta a este cenário, responder que não querem mais comprar o produto,

irão boicotá-lo, consideram a campanha um absurdo, gostariam que a empresa trocasse a mensagem? O público tem a liberdade de expressão de apresentar essas mensagens? Isso seria uma forma de censura ou não? Todas essas indagações colocam em questão um conflito *entre* liberdades de expressão, *dentro* de direitos humanos maiores – como o direito de ter respeitada a sua dignidade ou não ser alvo de violência, por exemplo.

Diante de tudo isso, a primeira questão a ser destacada é justamente a afirmação de que não estamos trabalhando com campos opositivos; não estamos falando da liberdade de expressão de um lado e dos direitos humanos, de outro. Mas por que há essa aparente divisão? Porque ela é politizada. Como no caso, no contexto português, no parlamentar André Ventura, o tema da liberdade de expressão – e, também, o tema dos direitos humanos – são elementos mobilizadores de eleitores. Em outras palavras, busca-se fazer com que as pessoas votem: no caso dos países em que o voto é opcional, é preciso fazer com que elas efetivamente saiam de casa e se dirijam aos locais de votação; e, no caso de países como o Brasil, em que o voto é obrigatório, é preciso fazer com que as pessoas escolham um candidato – e não outro. Um dos mecanismos muito utilizados consiste em apontar para as pessoas que uma determinada questão é importante e que o seu representante ou defende ou ataca essa questão colocada em evidência como elemento mobilizador. Isso faz com que outras questões – muitas das quais, inclusive, poderiam ser percebidas, com base em uma análise mais racional, como mais urgentes ou prementes – sejam “apagadas” do debate público e fiquem em segundo plano.

Em um momento como o atual – em que questões como a inflação, o desemprego, a saúde pública e a educação são muito preocupantes e demandam soluções e modos de enfrentamento complexos –, todos esses problemas são deixados de lado por muitos representantes políticos, que passam a discutir uma temática como a da liberdade de

expressão, que apresenta o potencial de mobilizar seus grupos e bases de apoio para melhores respostas e estratégia – seja a favor da liberdade de expressão, seja contra os direitos humanos. Automaticamente, então, criam-se, entre esses dois alinhamentos ideológicos: a liberdade passa a ser vista como “da direita”, enquanto o “pessoal dos direitos humanos” seria “da esquerda”. Ignora-se, desse modo, que os direitos humanos englobam as duas perspectivas, ao mesmo tempo em que, no Brasil, especialmente durante a ditadura militar, tivemos grupos de esquerda que se posicionaram como importantes defensores da liberdade de expressão.

Essa construção arbitrária, que contrapõe os dois elementos (*liberdade de expressão versus direitos humanos*), é feita para nos confundir – e aí é que se entra no terreno da desinformação, já que estamos falando sobre a confusão entre conceitos que são instrumentalizados politicamente, para criar uma mobilização política, mas também produzir conceitos inadequados, incorretos ou incompletos, colocando-os como predominantes, aos moldes de *discursos circulantes*, para usar o conceito de Patrick Charaudeau (2010). Esse efeito de construir termos que viram uma espécie de “bicho-papão” é um fenômeno bastante clássico do populismo. Há uma obra bastante importante, intitulada *A razão populista*, de Ernesto Laclau (2013), em que se discute o conceito de “significantes flutuantes”, que diz respeito a termos um pouco vazios, que não têm significados muito precisos, mas são conhecidos, as pessoas se importam com eles e funcionam como espécies de “palavras mágicas”, que dividem e polarizam nossas atenções. Assim, sempre que ouve esses termos ou imagens, o público presta atenção, assumindo rapidamente um posicionamento ideológico. Há vários exemplos de significantes flutuantes: nacionalismo, patriotismo, fé, direitos humanos, liberdade de expressão, aborto... Esses são temas que se tornam quentes para o debate público e a partir dos quais rapidamente se constroem polarizações. É por isso que políticos que

maquiavelicamente fazem a conta de quantos votos precisam para ser eleitos – a exemplo de André Ventura – não raro conseguem alcançar seu objetivo falando sobre esses temas, seja “a favor” ou “contra”, abarcando parte do público que se importa com eles e quer ou defendê-los como “bandeiras” que lhes são caras, ou jogar pedra nessas “vidraças”.

Vale observar, a esse respeito, que o próprio conceito de *desinformação* – bem como a ideia de “notícias falsas”, normalmente atrelada ao primeiro – acaba também sendo um desses “significantes flutuantes”. Trata-se de um termo que não possui uma definição muito clara ou conclusiva. Há uma pesquisa desenvolvida pela equipe do professor Edson Tandoc Jr., da Universidade de Singapura, que fez um levantamento de dezenas de significados diferentes, que foram agrupados em seis principais categorias, sobre o que seriam *fake News* – e isso considerando apenas pesquisas acadêmicas (TANDOC JR et al., 2017). Quando olhamos para o campo das mídias, os sentidos são os mais amplos possíveis! Às vezes, por exemplo, encontramos a ideia de que *fake news* seria um erro da imprensa, uma informação incorreta; para outros debatedores, por outro lado, um erro factual não poderia ser categorizado como *fake news*. E, claro, também aqui, o fato de não existir muita clareza conceitual em torno do que seriam as “notícias falsas” pode ser apropriado como estratégia para se produzir uma mobilização política em torno desse termo – como temos visto ocorrer, aliás, no discurso bolsonarista, com outras categorias, a exemplo das ideias de “humor” ou “piada” (SCABIN; PAGANOTTI, 2022). Nessa perspectiva, é possível haver uma liderança política que vá simplesmente descartar críticas, denúncias e posições divergentes como se fossem “*fake news*”. Há uma pesquisa feita por uma dupla de pesquisadores norte-americanos, chamados Ross e Rivers (2018), que analisou como Donald Trump, após ter sido inicialmente atacado e criticado por ter sido indiretamente beneficiado pela ampla difusão de desinformação em redes

sociais durante as eleições de 2016<sup>6</sup>, passou a utilizar o termo “*fake news*” contra seus críticos, acusando veículos tradicionais de imprensa, jornalistas e todos aqueles que apresentavam denúncias – muitas delas, inclusive, amplamente documentadas – contra seu governo de serem difusores de notícias falsas. Por meio desse exemplo, vemos como a própria categoria da *desinformação* pode ser rapidamente reposicionada.

Finalmente, gostaríamos de destacar que temos tido, recentemente, um reposicionamento da discussão sobre os direitos humanos dentro de grupos que supostamente combatiam alinhamentos mais à esquerda, mas passam a trabalhar de forma mais conservadora e contrária à liberdade de expressão. Cria-se, assim, uma confusão naquela concepção mais tradicional de que os “grupos mais à direita” defenderiam a liberdade de expressão e os “grupos mais à esquerda” defenderiam os direitos humanos. A esse respeito, um exemplo bastante interessante de ser analisado diz respeito ao caso da Rússia: isso porque, desde o início da Guerra da Ucrânia, é proibido chamar o conflito de “guerra”. Quem fizer críticas ou publicar informações contrárias aos interesses governamentais pode ser punido com até 15 anos de prisão. Muitos veículos de comunicação deixaram de funcionar na Rússia, já que seria impossível fazer uma cobertura precisa sobre esse fenômeno sem utilizar a terminologia adequada e apresentar os fatos devidamente apurados. Nesse caso, é interessante lembrar que uma das justificativas apresentadas pelo governo russo para a invasão foi o suposto objetivo de respeitar os direitos humanos de grupos étnicos russos que viviam na Ucrânia, especialmente nas regiões da Criméia e Donbass, e supostamente eram

---

6. Deve-se salientar que é um tema academicamente questionável o quanto Trump foi efetivamente beneficiado pela difusão de desinformação em plataformas digitais, pois é difícil afirmar o quanto esse fenômeno teria sido decisivo em termos de alterar os resultados das eleições. Pesquisas de recepção (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017), por exemplo, mostram que a desinformação não foi o único fator decisivo – e, tampouco, o mais preponderante. Não se pode negar, porém, que a questão das *fake news* se colocou como um dos “calcanhares” de Aquiles de Trump perante o debate público e a comunidade internacional.



perseguidos, vítimas de genocídio ou de grupos de extermínio nazistas ucranianos. Esse caso recente se destaca como objeto de interesse porque mostra que um grupo que suporíamos contrário aos direitos humanos e favorável à liberdade de expressão está, na verdade, censurando a livre expressão e usando os direitos humanos como subterfúgio para sua agenda política internacional.

O caso da Rússia pode ser interessante também porque leis que pretendem defender a liberdade de expressão ou os direitos humanos contra a desinformação muito facilmente podem ser apropriadas ou manipuladas para abrir espaço para censura ou silenciar divergências. Um caso bastante complicado é o da Malásia, que foi um dos primeiros países a aprovar uma lei contra as chamadas *fake news*; essa lei, não obstante, tornou-se trágica, porque ela adotava termos tão amplos e era tão ineficiente em definir a desinformação, que qualquer informação que não tivesse uma confirmação oficial poderia ser vista como desinformativa. Muitas pessoas precisaram pagar multas e outras tantas foram presas por causa dessa lei, que acabou silenciando denúncias de abusos e críticos do governo (VALENTE, 2019), até ser, finalmente, revertida, após o grupo que a havia proposto não conseguir manter-se no poder. Ou seja: tão malfadada foi a lei de combate às *fake news* na Malásia que ela acabou indiretamente derrubando um governo e foi, em seguida, descartada. Mas lembrando que os mortos às vezes não descansam e voltam a nos assombrar, vale observar que, durante a pandemia de covid-19, a Malásia voltou a criar leis bastante draconianas contrárias à difusão de informações falsas, o que foi visto como uma forma de silenciar críticas à ineficiência do governo na gestão da crise sanitária.

Mas por que nós, no Brasil, precisamos nos preocupar com esses casos que ocorrem do outro lado do mundo, na Malásia ou na Rússia? Vale lembrar que nosso país está discutindo o Projeto de Lei 2630/2020 sobre a desinformação – apelidado de “Lei das *fake news*” – que, se não tiver definições

bastante precisas sobre o que é considerado *desinformação* e não tiver um cuidado bastante grande em relação aos outros direitos que também precisam ser respeitados (tais como o direito à privacidade, o direito de acesso à informação, o direito à comunicação e a própria liberdade de expressão), pode vir a dar ensejo, no futuro, a tentativas de silenciamento de críticas, jornalistas, plataformas digitais etc. De fato, aqueles que hoje se opõem a essa lei podem, sem muitos escrúpulos, vir a fazer uso dela em prol de seus interesses políticos.

## Referências

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social Media and Fake News in the 2016 Election. **Journal of Economic Perspectives**, v. 31, n. 2, p. 211-36, abr-jun, 2017.

BARROSO, Luís Roberto. Colisão entre liberdade de expressão e direitos da personalidade. Critérios de ponderação. Interpretação constitucionalmente adequada do Código Civil e da Lei da Imprensa. **Revista de Direito Administrativo**, vol. 235, p. 1-36, jan./mar. 2004.

BENITES, Afonso; GORTÁZAR, Naiara Galarraga; COLETTA, Ricardo Della. Bolsonaro: “O Brasil começa a se libertar do socialismo, e do politicamente correto”. **El País Brasil**, 02 jan. 2019. Disponível em: <[brasil.elpais.com/brasil/2019/01/01/politica/1546380630\\_050685.html](http://brasil.elpais.com/brasil/2019/01/01/politica/1546380630_050685.html)>. Acesso em: 19 jun. 2022.

BLACKBURN, Jeremy; KOURTELLIS, Nicolas; SIRIVIANOS, Michael; ZANNETTOU, Shenanigans Savvas. **The Web of False Information: Rumors, Fake News, Hoaxes, Clickbait, and Various Other**. Ithaca, NY: Cornell University, 18 Jan 2019. Disponível em: <[arxiv.org/pdf/1804.03461.pdf](http://arxiv.org/pdf/1804.03461.pdf)>. Acesso em: 17 abr. 2020.

CÂNCIO, Fernanda. Família do Bairro da Jamaica exige pedido de desculpas a Ventura e Chega. Ventura diz que não o fará. **Diário de Notícias**, 23 abr. 2021. Disponível em: <[dn.pt/sociedade/familia-do-bairro-da-jamaica-exige-pedido-de-desculpas-a-ventura-e-chega-13521623.html](http://dn.pt/sociedade/familia-do-bairro-da-jamaica-exige-pedido-de-desculpas-a-ventura-e-chega-13521623.html)>. Acesso em: 19 jun. 2022.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2010.

CONGRESSO EM FOCO. Bolsonaro é condenado a pagar R\$ 100 mil por danos morais contra jornalistas. **Congresso em Foco**, 07 jun. 2022. Disponível em: <congressoemfoco.uol.com.br/area/justica/bolsonaro-e-condenado-a-pagar-r-100-mil-por-ataques-a-jornalistas>. Acesso em: 19 jun. 2022.

FOLHA DE S. PAULO. Governo deixa de informar total de mortes e casos de Covid-19; Bolsonaro diz que é melhor para o Brasil. **Folha de S. Paulo**, 6 jun. 2020. Disponível em: <folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/06/governo-deixa-de-informar-total-de-mortes-e-casos-de-covid-19-bolsonaro-diz-que-e-melhor-para-o-brasil.shtml>. Acesso em: 19 jun. 2022.

HOLANDA, Marianna. Bolsonaro questiona Telegram sobre reunião de aplicativo com TSE. **Folha de S. Paulo**, 7 de jun. 2022. Disponível em: <folha.uol.com.br/poder/2022/06/bolsonaro-questiona-telegram-sobre-reuniao-de-aplicativo-com-tse.shtml>. Acesso em: 19 jun. 2022.

LACLAU, Ernesto. **A razão populista**. São Paulo: Três Estrelas, 2013.

PAGANOTTI, Ivan. A negação da negativa em um palimpsesto de propaganda: conflitos entre liberdades em expressões sobre a campanha de Carnaval da cerveja Skol em 2015. **Observatório**, v. 2, p. 318-339, 2016.

PEIRANO, Marta. **El Enemigo Conoce** El Sistema. Kobo Editions. [recurso eletrônico]. Canadá. 2019.

PINHO, Angela. Defesa da liberdade de expressão por Bolsonaro é armadilha, dizem especialistas. **Folha de S. Paulo**, 12 jun. 2022. Disponível em: <folha.uol.com.br/poder/2022/06/defesa-da-liberdade-de-expressao-por-bolsonaro-e-armadilha-dizem-especialistas.shtml>. Acesso em: 19 jun. 2022.

RISSO, Carla de Araujo. “Tipologia da Desinformação e a Difusão de Conteúdo Enganoso nas Eleições de 2018”. In: **Liberdade de expressão: questões da atualidade** [recurso eletrônico] COSTA,

Maria Cristina Castilho, e BLANCO, Patrícia (Orgs.). São Paulo: ECA-USP, 2019.

ROCHA, Marcelo. Justiça arquiva inquérito para apurar conduta de cartunista e jornalista com base na Lei de Segurança Nacional. **Folha de S. Paulo**, 26 mai. 2021. Disponível em: <folha.uol.com.br/poder/2021/05/justica-arquiva-inquerito-para-apurar-conduta-de-cartunista-e-jornalista-com-base-na-lei-de-seguranca-nacional.shtml>. Acesso em: 19 jun. 2022.

RONSON, Jon. “Overnight, everything I loved was gone”: the internet shaming of Lindsey Stone. **The Guardian**, 21 fev. 2015. Disponível em: <theguardian.com/technology/2015/feb/21/internet-shaming-lindsey-stone-jon-ronson>. Acesso em: 19 jun. 2022.

ROSS, Andrew S.; RIVERS, Damian J. Discursive Deflection: Accusation of “Fake News” and the Spread of Mis- and Disinformation in the Tweets of President Trump. **Social Media + Society**, v. 4, n. 2, abr.-jun. 2018.

SCABIN, Nara Lya Cabral; PAGANOTTI, Ivan. Humor ofensivo em estratégias defensivas: comicidade incômoda na retórica política bolsonarista. In: **31º Encontro Anual da Compós**, UFMA, Imperatriz, 6 a 10 de junho 2022.

TANDOC JR, Edson; LIM, Zheng Wei; LING, Richard. Defining ‘fake news’: a typology of scholarly definitions. **Digital Journalism**, v. 6, n. 2, p. 137-153, 2017.

VALENTE, Jonas C.L. Regulando desinformação e fake news: um panorama internacional das respostas ao problema. **Comunicação Pública**, v. 14, n. 27, 2019.

WARDLE, Claire, e DERAKHSHAN, Hossein. “Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making”. In: **Council of Europe report**. 27 set. 2017. Disponível em: <rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>. Acesso em: 08 abr. 2019.

# **CAPÍTULO 7**



# Desinformação, direitos humanos e liberdade de expressão

Carla de Araujo Risso  
Ivan Paganotti  
Nara Lya Cabral Scabin  
Andrea Limberto Leite

## **Introdução**

A aproximação entre áreas do conhecimento permite abordar os fenômenos sociais contemporâneos superando a perspectiva disciplinar. Tomando como base a abordagem de complexidade de Morin (2000), adota-se um novo paradigma pautado na recursividade, o qual afirma que [...] “não se pode pensar senão a partir de uma praxis cognitiva (anel ativo) que faz interagirem, produtivamente, noções que são estéreis quando disjuntadas ou somente antagonistas” (MORIN, 2002, p.381).

O Grupo de Pesquisa Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local assume perante a comunidade acadêmica o desafio de conduzir pesquisas, produzir conhecimento científico, propor aplicações e intervenções na sociedade com vistas a uma Comunicação para o Desenvolvimento (sigla C4D, derivada de Communication for Development). Como contributo, objetiva-se evidenciar neste texto as possibilidades de pesquisa no âmbito da Comunicação para



o Desenvolvimento. Para tal, fundamenta-se na premissa da indissociabilidade dos processos de comunicação de um território do seu processo de desenvolvimento, visto sob o prisma relacional, permeado de sinergias e contradições.

Aproximar Comunicação e Desenvolvimento depende da compreensão desses conceitos, bem como nos contornos que adquirem quando percebidos em sua totalidade. Como os conceitos são relacionados às condições sócio-históricas, identificam-se as transformações ocorridas desde a gênese do debate.

Os primórdios da abordagem C4D remota às décadas de 1950 e 1960, (SERVAES, 2008), quando os meios de comunicação de massa, principalmente a televisão e o rádio, se espalharam pelo mundo, e com a reorganização política global pós-Segunda Guerra, o debate sobre o desenvolvimento ganhou visibilidade mundial. À época vigorava o paradigma da modernização difusionista, que defende a transferência de tecnologia e cultura sociopolítica de sociedades identificadas como tradicionais ou subdesenvolvidas (SERVAES, 2008), visão refletida em Schramm (1970) e Lerner (1958).

Desde essa abordagem inicial, brevemente superada, a relação entre comunicação e desenvolvimento passou por diferentes entendimentos que variam de acordo com os contextos midiáticos e as concepções de desenvolvimento, resultantes das condições sócio-históricas. No entanto, a incorporação da comunicação como um elemento constitutivo e estrutural dos processos de desenvolvimento ainda não é algo plenamente adotado, difundido e utilizado.

A partir de uma compreensão da dependência entre países desenvolvidos e menos desenvolvidos, análise para a qual a contribuição de Furtado (1961; 2008) foi fundamental, o pensamento latino-americano favoreceu a superação da abordagem difusionista ao promover uma perspectiva de diálogo participativo (GUMUCIO-DRAGON, 2011).

A mudança no conceito de desenvolvimento, nos primórdios do debate entendido como sinônimo de



crescimento econômico, acrescenta novas perspectivas ao C4D. Ingacy Sachs (2002) é um dos autores que amplia o conceito de desenvolvimento para além da abordagem econômica, incorporando dimensões sociais, culturais e territoriais e a vertente da sustentabilidade. Já Amartya Sen (2000) propõe uma abordagem focada nas capacidades dos indivíduos (*capabilities approach*), que evidencia o efeito social do desenvolvimento. Saquet (2015), Raffestin (1993), Pecquer (2005) trazem o território para a centralidade do debate do desenvolvimento.

Neste texto, adota-se a abordagem territorial do desenvolvimento como marco teórico, por compreender que é no território que elementos endógenos específicos, resultantes dos constructos sócio-históricos, que estão as potencialidades que podem ser estimuladas por meio de políticas públicas.

Embora o caminho de investigação da comunicação para o desenvolvimento seja profícuo, o entendimento da comunicação como mera ferramenta de desenvolvimento ainda precisa ser superado.

Frequentemente, as linhas orçamentárias de “informação” são usadas para organizar conferências de imprensa ou para apoiar jornalistas ou meios de comunicação. Nada disso realmente tem qualquer influência na mudança da maneira como as coisas são feitas dentro de cada projeto. Uma linha precisa ser traçada entre as atividades de informação que visam construir a “imagem” externa de um programa ou projeto e as atividades de comunicação que devem ser inseparáveis das atividades do programa no nível da comunidade (GUMUCIO- DRAGON, 2016).

Carniello e Santos (2021) observam que dificilmente a relação C4D faz parte dos planos de desenvolvimento, tal qual observou-se no Plano Nacional de Desenvolvimento Regional nacional. Quando aparece, a comunicação assume o papel de divulgação e assessoria de imprensa, ou como infraestrutura em telecomunicações.

Muitos formuladores de políticas de desenvolvimento já reconhecem em princípio a importância da comunicação [...]. Os formuladores de políticas muitas vezes não têm conhecimento suficiente de quais etapas específicas podem levar para fortalecer os processos de comunicação (PANOS LONDON, 2007, p. 09) [tradução dos autores].

Para superar a leitura instrumental da comunicação, toma-se como referência teórica sobre comunicação a perspectiva da mediatização. Em uma sociedade mediatizada, tal qual ocorre na contemporaneidade, as práticas cotidianas e as relações sociais são moldadas pelas tecnologias de mediação e pelas empresas de mídia (MCQUAIL, 2010; LIVINGSTONE, 2010). Mais do que uma ferramenta, a comunicação pelas mídias se funde na dinâmica da sociedade, o que a torna indissociável dos processos de desenvolvimento.

Este texto se organiza em seções. A primeira apresenta a abordagem territorial, base conceitual que fundamenta a compreensão sobre desenvolvimento. A seção subsequente aborda a relação C4D. Para tal, parte do contexto comunicacional contemporâneo, com base no conceito de sociedade mediatizada, para depois elencar as dimensões de análise da comunicação para o desenvolvimento, em uma abordagem prospectiva. Trata-se de uma reflexão de perspectiva exploratória, com abordagem, qualitativa, com o intuito de estabelecer suporte teórico para estudos na área.

### **Desenvolvimento segundo a perspectiva territorial: território e patrimônio territorial, governança e desenvolvimento territorial**

Para se referir a uma acepção sobre desenvolvimento segundo a perspectiva territorial, ou, como recentemente se convencionou chamar, sobre a abordagem territorial do desenvolvimento, faz-se necessária uma compreensão em relação ao território, como categoria teórica central, além

de outras três categorias, tais sejam: governança territorial, patrimônio territorial e desenvolvimento territorial.

### **Sobre território**

Recorrendo aos autores que tratam do tema, pode-se identificar o core da acepção sobre território: **(i)** configuração espacial produto histórico da ação territorial do homem numa relação dialética e coevolutiva com o meio natural (MAGNAGHI, 2010); **(ii)** configuração espacial delimitada por relações de poder, que resulta de uma produção coletiva (RAFFESTIN, 1993); **(iii)** configuração espacial em que os residentes manifestam sentimentos de enraizamento ao lugar, de pertencimento e de apropriação (BRUNET; FERRAS; THÉRY, 1993); **(iv)** configuração espacial que resulta de um processo de construção social, por meio do encontro e da mobilização dos atores sociais que procuram identificar e resolver problemas comuns (SAQUET, 2015); **(v)** configuração espacial instituída socialmente, fruto do jogo dos atores sociais e constada a posteriori, não correspondendo somente a uma delimitação político-administrativa, o que é o caso de uma região (PECQUEUR, 2005); **(vi)** configuração espacial apropriada por um grupo social com consciência de seu pertencimento e apropriação, vinculando sua acepção ao sentido de poder e à orientação para o futuro (BUSTOS CARA, 2008); **(vii)** configuração espacial envolvendo pontos, redes e malhas, com um significado relacional, produzido num processo histórico centrado nas relações de poder, constituído a partir da dialética entre natureza e sociedade (SAQUET, 2018); **(viii)** configuração espacial cujas características não dependem somente das condições naturais e da configuração espacial, senão também da forma como se articulam entre si cada um dos atores para construir um projeto de futuro (SILLI, 2018); **(ix)** configuração espacial demarcada pelo paradigma reticular, como categoria da prática que se expressa pela des-reterritorialização e pela multiterritorialidade (HAESBAERT, 2019).

O território pode ser considerado, assim, uma configuração espacial sustentada no paradigma reticular, delimitada por relações de poder, que resulta de processos históricos de construção social, numa relação dialética e coevolutiva do homem com o meio natural. O território, portanto, é o ambiente em que seus residentes manifestam sentimentos de enraizamento ao lugar, cujas características dependem das condições naturais e espaciais e também da forma como se articulam entre si cada um dos atores para construir um projeto de futuro.

Assim sendo, cada território, em cada momento da história, expressa-se com determinada configuração, resultando de processos de conversação socioterritorial, algumas vezes por meio de decisões tomadas democraticamente entre os atores locais (públicos, sociais e corporativos), outras vezes, por decisões centralizadas do Estado e/ou de grupos sociais e/ou corporativos minoritários, que detêm a hegemonia de poder localmente, ou ainda, decisões influenciadas por interesses alheios ao lugar. Essas configurações assumem uma forma, com características próprias.

Para se referir aos processos de conversação socioterritorial convencionou-se utilizar a categoria teórica “governança territorial” e, para a configuração espacial, a categoria “patrimônio territorial”. É sobre estas duas categorias, que se faz referência a seguir.

### ***Sobre governança***

Sintetizando contribuições de autores referenciais, o conceito de governança, no seu sentido geral, refere-se às redes auto-organizadas envolvendo conjuntos complexos de organizações, instituições e atores provenientes dos setores público e privado (ROSENAU; CZEMPIEL, 1992), como representantes do setor empresarial, dos sindicatos de trabalhadores, da sociedade civil, dos movimentos populares e agentes estatais (KAZANCIGIL, 2002), agindo num processo interativo (STOKER, 1998), cujas interações estão enraizadas

e reguladas por regras do jogo negociadas e acordadas pelos seus participantes (RHODES, 1996). Trata-se de processos de tomada de decisão ou espaços de prestação de conta (WEALE, 2011) relativamente horizontais, como um novo modelo de regulação coletiva e de fazer política (GRAÑA, 2005), ou seja, uma forma de governar mais cooperativa, diferente do modelo hierárquico em que as autoridades estatais exercem um poder soberano sobre os grupos e cidadãos que constituem a sociedade civil (MAYNTZ, 1998).

Já a governança territorial refere-se aos processos de articulação de atores sociais, econômicos e institucionais em redes de poder socioterritorial, com vista ao planejamento, tomada de decisão e gestão dos assuntos públicos (FARINÓS DASÍ, 2008; DALLABRIDA, 2007), como um modo de organização da ação coletiva e estruturação de coligações orientadas em direção a um objetivo comum e capaz de integrar os diferentes interesses dos grupos situados territorialmente (FEIO; CHORINCAS, 2009). É fundamental que tais processos assentem numa lógica inovadora, partilhada e colaborativa (FERRÃO, 2010), numa ideia qualificada de democracia e num maior protagonismo da sociedade civil, respeitando, no entanto, o papel insubstituível do Estado (DALLABRIDA, 2015)<sup>1</sup>

Portanto, a governança territorial é aqui compreendida como processos de articulação de atores no âmbito de um território, de base colaborativa, envolvendo os agentes estatais e representações dos setores sociais, produtivo-empresarial e universitário, em relações pautadas pela horizontalidade e prática democrática, com vistas à resolução de problemas de caráter público e/ou ao planejamento do futuro desejado territorialmente (DALLABRIDA, 2015; 2020).

### ***Sobre patrimônio territorial***

Em relação à categoria patrimônio territorial, inicialmente, é necessário registrar que este termo é recente. Passa a ser utilizado com o propósito de ressignificar o

1. A retomada sobre o tema governança é feita com base em Dallabrida (2015).

conceito de capital territorial<sup>2</sup>. Magnaghi (2010) se refere ao patrimônio territorial, definindo-o como sedimentos materiais ligados a morfologia (fiscalidade dos lugares, paisagens) e imateriais que são os sedimentos socioeconômicos vinculados aos recursos ativados nos processos de desenvolvimento, ao conhecimento contextual, ao saber-fazer, às expressões culturais e identitárias vinculada a memória coletiva, aos valores simbólicos, aos caracteres de pertencimento do local. Ortega Valcárcel (1998) se refere ao patrimônio territorial como um conjunto de recursos culturais e naturais herdados em um espaço geográfico, que tem elevado grau de aceitação e reconhecimento social local. Já Calderón e García Cuesta (2016) se referem a um conjunto único e original de combinações naturais e sociais situadas territorialmente e suas relações entre si. Já Magnaghi (2015) afirma que as diferentes dimensões do patrimônio territorial precisam ser pensadas como “bens comuns”, pois são produzidos por processo de coevolução, entre assentamentos humanos em sua relação com o ambiente natural.

Dallabrida (2020, p. 12) propõe uma definição do termo.

O patrimônio territorial é aqui concebido como o conjunto de ativos e recursos, materiais e imateriais, que se acumularam ao longo da história num determinado território, resultante de processos históricos de construção e reconstrução socioeconômica e cultural, na relação com o entorno ambiental. Inclui tanto os elementos herdados do passado longínquo, quanto os que se sobrepõem ao território constantemente (DALLABRIDA, 2020, p. 12).

Resulta das interações entre suas seis dimensões: (i) produtiva – recursos financeiros, terras, maquinaria, equipamentos e infraestruturas; (ii) natural – as paisagens naturais (que passaram ou não por processos de antropização), 2. Poli (2015) faz a distinção entre o sentido de capital territorial e patrimônio territorial.

solos, minerais, fauna e flora; **(iii)** humana e intelectual – o saber-fazer, a formação acadêmica e profissional, o conhecimento e a criatividade; **(iv)** cultural – valores e códigos de conduta, bens culturais e cultura empresarial; **(v)** social – valores compartilhados socialmente, formas de associativismo e redes sociais estabelecidas localmente; e **(vi)** institucional – institucionalidades públicas e privadas, de caráter social, cultural, político ou corporativo. A ativação dos fatores decorrentes do patrimônio territorial passa a ser a principal contributo ao desenvolvimento dos territórios ou regiões.

### ***Sobre desenvolvimento territorial***

Para se iniciar a fala sobre desenvolvimento, é impossível não lembrar de um dos economistas brasileiros mais ilustres no debate do tema. Na sua vasta obra, dentre outras contribuições, argumentava que somente quando são priorizadas as melhorias efetivas das condições de vida das populações, é que o crescimento se metamorfoseia em desenvolvimento (FURTADO, 1974). Para ele, o desenvolvimento é o caminho de acesso a formas sociais aptas a estimular a criatividade humana respondendo às aspirações da coletividade<sup>3</sup>. Um dos seus melhores discípulos, Brandão (2014) propõe a necessidade de pactos que assumam o território como construção dinâmica e contingente e nexos de embates de forças e interesses divergente, argumentando que o desenvolvimento carece de ações integradas para sua efetivação como a ativação de recursos materiais e simbólicos, a mobilização de sujeitos sociais e políticos, a habilitação dos atores mais destituídos e marginalizados de determinado território, a articulação de pactos e contratos sociais territorializados, buscando ampliar o campo de ação e aumentando a liberdade de decisão dos atores territoriais.

Já Saquet (2019) propõe que o desenvolvimento dos territórios contemple as dimensões sociais, culturais, políticas

---

3. Vários livros, recentemente, resgatam o legado de Furtado no debate sobre desenvolvimento. Um deles é D'aguilar (2013).



e ambientais, na perspectiva da conquista da autonomia decisória dos indivíduos, com foco nas necessidades e consciência do lugar, na conservação da natureza e da vida em sociedade, das identidades, dos saberes, das redes de cooperação, da democracia e das relações de reciprocidade.

Tanto Brandão (2014) quanto Saquet (2019) consideram o território como a arena privilegiada no embate sobre estratégias de desenvolvimento, o que significa uma referência à abordagem territorial do desenvolvimento. Portanto, aludir à abordagem territorial, é conceber o território como referência fundamental (DALLABRIDA; ROTTA; BÜTENBENDER, 2021).

Sobre a abordagem territorial do desenvolvimento, Dallabrida *et al.* (2021) posicionam-se defendendo três indicativos: (i) de que a abordagem territorial se sustente na categoria conceitual território, seguindo a acepção proclamada por autores referenciais; (ii) que a abordagem territorial precisa assumir a categoria conceitual desenvolvimento territorial, como um novo paradigma científico multidisciplinar, que permita abarcar a pluralidade de interesses e prospecções presentes no território, compreendendo integradamente suas múltiplas dimensões; (iii) que, decorrente disso, é necessário avançar na adoção de abordagens e procedimentos metodológicos que, necessariamente, convirjam com a abordagem territorial do desenvolvimento.

Dallabrida, Rotta e Büttendbender (2021), partem da compreensão de que é no campo epistemológico que se evidencia as diretrizes para se pensar o desenvolvimento territorial, situando-o numa dada perspectiva paradigmática. Assim sendo, propõem a Nova Teoria dos Sistemas, a Teoria da Complexidade, o Materialismo Histórico-Dialético e a perspectiva teórica do Descentramento e Decolonialidade, como campos epistêmicos na análise e prospecção territorial. No Quadro 1, se descreve as implicações de cada campo epistêmico e suas implicações.

Quadro 1: Campos epistêmicos e suas implicações em análises na perspectiva territorial

<b>Campo epistêmico</b>	<b>Implicações quanto ao objeto de pesquisa</b>
<b>Nova Teoria dos Sistemas</b>	O território exige ser analisado como conjunto de componentes (socioeconômico-cultural-ambiental) e variáveis organizadas, interdependentes e integradas.
<b>Complexidade</b>	Exige a compreensão da realidade a partir de suas diversas dimensões inter-relacionadas, na tentativa de superar abordagens disciplinares ou setoriais quando da análise de realidades complexas como o território.
<b>Materialismo Histórico-Dialético</b>	Interpretação histórica e social da realidade, no esforço para se captar as articulações dos problemas, analisar as evoluções e rastrear as conexões entre os fenômenos e situações territoriais.
<b>A perspectiva da Decolonialidade</b>	Implica em que decolonizar a teoria é um dos passos para gerar autonomia e poder territorial.
<b>A perspectiva do Descentramento</b>	Propõe um planejamento e gestão territorial que convirja na superação de práticas em que planos ou estratégias territoriais tomem como referência os setores mais dinâmicos em detrimentos dos periféricos.

Fonte: Dallabrida (2022, p. 9)

Assume-se que a abordagem territorial do desenvolvimento exige sustentar-se em um referencial teórico que tenha convergência com a base epistêmica proposta em Dallabrida, Rotta e Büttenbender (2021). Assim sendo, Dallabrida (2020; 2022) propõe uma estrutura axiomática, associando integradamente quatro categorias conceituais, território, governança territorial, patrimônio territorial e desenvolvimento territorial, conforme sintetizada na Figura 1.

Figura 1- Território e a dinâmica territorial do desenvolvimento



Fonte: Dallabrida (2022, p. 11)

Parte-se de três categorias - natureza, sociedade e cultura -, as quais, numa compreensão conceitual ampla, abarcam as bases constitutivas do território. Os demais elementos da estrutura axiomática podem ser compreendidos a partir da seguinte síntese integradora:

- (i) categoria de partida, o *território*, como **estrutura** socioterritorial localizada historicamente e territorialmente, cujas partes se inter-relacionam;
- (ii) categoria de intermediação, as *práticas de governança territorial*, como **processo** em que são confrontados diferentes interesses/intenções, com o propósito de construir convergências quanto ao futuro desejado territorialmente, partindo da compreensão de que a forma assumida historicamente por uma estrutura resulta de conversações societárias horizontais;
- (iii) categoria resultante, o *patrimônio territorial*, como **forma** assumida pela estrutura socioterritorial,

formatando o arranjo espacial com suas diferentes dimensões;

(iv) categoria de funcionalidade, o *desenvolvimento territorial* (ou local/regional), como **função** da forma, partindo do entendimento de que, do confronto entre diferentes projetos de futuro, resultam configurações espaciais demarcadas administrativamente (municípios, regiões, países) ou por relações de identidade, ancoragem e pertencimento a um lugar (territórios), fazendo parte da utopia desejada territorialmente e sua concretude momentânea como realidade possível (DALLABRIDA, 2020; 2022).

Ou seja, o desenvolvimento territorial é concebido como o resultado esperado das relações sociedade-natureza-cultura, como a utopia de futuro das pessoas envolvidas nos processos de conversação socioinstitucional que ocorrem em determinado território, tendo o patrimônio territorial como ponto de partida e diretriz.

A questão que merece aprofundamento é: considerando a concepção sobre desenvolvimento a partir da perspectiva territorial, como a comunicação pode contribuir para que a utopia, os desejos e as necessidades dos atores territoriais possam ser contemplados no processo de desenvolvimento de territórios ou regiões?

### **Comunicação e sua relação com o desenvolvimento territorial**

Para estabelecer a relação entre comunicação e desenvolvimento na contemporaneidade, inicialmente adota-se o conceito de sociedade mediatizada (LIVINGSTONE, 2010; HJARVARD, 2013), na qual mídia e sociedade não têm separação.

Muito mais do que dispositivos tecnológicos, as mídias são parte do cotidiano, compõem o meio ambiente da vida contemporânea, influenciando o sentido que se dá ao mundo.

As instituições sociais são transformadas a partir de sua articulação com as mídias (LIVINGSTONE, 2010; HJARVARD, 2013).

Na sociedade contemporânea, os media tornaram-se ubíquos (os media e a tecnologia estão em todo o lado), invasivos (não podem ser totalmente ignorados ou evitados) e invisíveis (fundem-se com todos os aspectos da vida). A experiência quotidiana entrelaça-os na vida de todos os dias até os media se tornarem indistintos dela, levando o referido autor holandês a sugerir que vivemos a vida nos media e já não apenas com os media (FIGUEIRAS, 2017, p. 102-103).

Se os media se capilarizam dos campos da comunicação humana, torna-se incompleto pensar quaisquer tipos de ações, planos ou análises, investimentos sem considerá-los. Relações sociais orientadas para as mídias ou com a presença das mídias; relações econômicas e modelos de negócios; vivência no ambiente urbano são algumas das evidências da mediatização da sociedade. Extrapola-se a reflexão da mediatização para os processos de desenvolvimento. Ora, se mídia e sociedade são indissociáveis, então a comunicação midiática está imbrincada nos processos e práticas concernentes ao desenvolvimento de um território.

A relação é complexa e permeada de contradições: a mesma rede social digital viabiliza a ampla circulação de *fake news* e coloca em risco a democracia dos países (D'ANCONA, 2018), bem como viabiliza a divulgação de pequenas empresas de base local ou regional, ou mesmo o agrupamento de coletivos de produção cultural, por exemplo. Supera-se, portanto, a ideia simplista de que a mera presença de tecnologias de informação e comunicação potencialmente melhoram a sociedade. Afirmam Pinto-Coelho e Neves (2007, p.2): “*we do not agree that technical modernization can automatically improve citizen participation as a process of 'reformation'.*”

Kleine (2013) propõe um modelo analítico que pode avaliar as condições em que a comunicação e a tecnologia da informação contribuem para o desenvolvimento de capacidades e liberdade, ancorada na perspectiva de desenvolvimento de Sen (2000).

Apresentada brevemente a compreensão da presença da comunicação na sociedade contemporânea, urge identificar como a comunicação compõe os processos de desenvolvimento. Para tal, retomam-se as categorias conceituais propostas por Dallabrida (2020) - categoria de partida; categoria de intermediação; categoria resultante; categoria de funcionalidade (Figura 1) - para estender a reflexão para o âmbito da comunicação.

### ***Categoria de partida***

Quanto a categoria de partida, o território é estabelecido como estrutura socioterritorial localizada histórica e territorialmente. Nessa categoria, a comunicação se situa na própria dinâmica social, nos processos relacionais entre os indivíduos, que na sociedade contemporânea são prioritariamente realizadas de forma mediada. Algumas relações sociais, inclusive, se configuram para as mídias (e não apenas com as mídias). Ademais, a própria relação com o ambiente é permeada pela mídia: [...] “a vivência nas e das cidades é realizada em tempo real por meio dos media – física e virtualmente, em simultâneo” (FIGUEIRAS, 2017, p. 104).

### ***Categoria de intermediação***

Na categoria de intermediação, situam-se as práticas de governança territorial. Para tal, a comunicação enquanto processo de mediação cumpre o papel de viabilizar as conversações entre os grupos da sociedade, que remete à esfera pública habermasiana, que a define como estrutura mediadora entre o sistema político e os setores privados e sistemas de ação

em sociedade, com distintas densidades comunicacionais e complexidades de organização (BENHABIB, 2011).

A base comunicacional para a governança territorial ancora-se nas premissas da comunicação pública, que segundo Matos (2009, p.06), [...] “deve ser pensada como um processo político de interação, no qual prevalecem a expressão, a interpretação e o diálogo construídos em uma esfera pública inclusiva e participativa”.

São eixos da comunicação pública, segundo Duarte (2009):

- a) Transparência: disponibilização de informações de interesse público.
- b) Acesso: facilitação no acesso e obtenção de informações de interesse público.
- c) Interação: criação de mecanismos e espaço que estimulem a participação cidadã.
- d) Ouvidoria social: escuta, conhecimento das demandas e consideração da opinião pública.

Espera-se que em um ambiente democrático, sistema político condizente com o desenvolvimento segundo Sen (2000), a comunicação pública esteja constitucionalmente definida e operacionalmente desenvolvida.

### ***Categoria resultante***

A categoria resultante se refere ao patrimônio territorial e suas dimensões, conforme explicitado anteriormente. Além da abordagem relacional identificada nas categorias anteriores, a questão estrutural dos sistemas de mídia de um território configura-se como uma categoria da dimensão cultural. Identificam-se como categorias da cultura: valores e códigos de conduta; saberes e fazeres da cultura;



manifestações culturais; equipamentos culturais; estrutura de mídia; e economia criativa CARNIELLO, SANTOS e PIMENTA, 2022).

Hallin e Mancini (2004) analisaram as estruturas e sistemas de mídia de diversos países. Ao transpor os modelos diagnosticados pelos autores, observa-se que o Brasil se enquadra no modelo mediterrâneo ou pluralista polarizado, caracterizado pela existência de jornais de baixa circulação, orientação da mídia para a elite política e centralidade da mídia. Tal configuração se afasta de um modelo democrático de mídia, impacta forte e negativamente na formação da opinião pública e, portanto, é participe das disputas políticas. Novamente uma contradição da C4D no ambiente contemporâneo: a mesma mídia que pode viabilizar a comunicação pública pode comprometer a pluralidade de opinião pela concentração de propriedade.

Apresentada a forma como a comunicação compõe as categorias basilares do patrimônio territorial, identificam-se quatro dimensões de abordagem da comunicação para o desenvolvimento, propostas por Carniello (2022).

- a) Dimensão estrutural: considera a estrutura de mídia de um território, tendo como parâmetro o nível de democratização dos meios de comunicação.
- b) Dimensão institucional: como as instituições se comunicam com seus públicos, a começar pelas instituições públicas, e o suporte legal à comunicação pública.
- c) Dimensão relacional: constituição e relação de grupos sociais, forma como se relacionam e se comunicam.
- d) Dimensão perceptual: diz respeito aos aspectos simbólicos do território, como ele é percebido pelos cidadãos e demais atores sociais que com ele interagem.

A depender de como os processos de comunicação se constituem em um território, pode ser mais, ou menos, favorável para o desenvolvimento. Em uma sociedade mediatizada, faz-se necessário considerar a importância da comunicação nas fases de diagnóstico, planejamento e gestão de um território.

### Considerações finais

O percurso do texto visa destacar que comunicação não necessariamente está a serviço do desenvolvimento. No entanto, ela é elemento constitutivo e indissociável do desenvolvimento, em uma sociedade mediatizada. Ao relacionar a comunicação com a abordagem territorial do desenvolvimento, evidencia-se como as dimensões da C4D propostas permitem apontar temáticas de pesquisa pautadas na indissociabilidade dos processos de comunicação de um território, na dinâmica territorial de desenvolvimento.

Abre-se um campo profícuo de pesquisa que demanda, necessariamente, de uma abordagem interdisciplinar. O Grupo de Pesquisa Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, coloca-se como um meio para oportunizar o diálogo entre os pesquisadores que aceitarem o desafio de realizar pesquisas no campo do C4D.

### Referências

BENHABIB, S. Models of public space: Hannah Arendt, the Liberal Tradition, and Jürgen Habermas. In: CALHOUN, CRAIG (Ed.). **Habermas and the public sphere**. Cambridge; London: MIT Press, 1992.

BRANDÃO, C. Pactos em Territórios: escalas de abordagem e ações pelo desenvolvimento. **Organizações & Sociedade**, v. 15, n. 45, p. 145-157, 2014.

BRUNET, Roger; FERRAS, Robert; THÉRY, Hervé. **Les mots de la Géographie** - dictionnaire critique. 2e éd revue. Montpellier/Paris: Réclus/La Documentation Française, 1992.

BUSTOS CARA, Roberto. Teoría de la acción territorial. Acción turística y desarrollo. **Aportes y Transferencias**, ano 12, v. 1, p. 87-104, 2008.

CALDERÓN, Basilio. C.; GARCÍA CUESTA, José. L. Sources and forms of territorial heritage. **International Journal of Humanities and Cultural Studies**, v. 3, Issue 1, p. 2.141-2.157, June 2016.

D'AGUIAR, Rosa F. (Org.). **Essencial Celso Furtado**. 1a ed. São Paulo: Penguin Classics/Companhia das Letras, 2013.

CARNIELLO, M. F.; DOS SANTOS, M. J. Comunicação para o desenvolvimento territorial: análise da Política Nacional de Desenvolvimento Regional. **Redes**, v. 26, n.15, p. 1-19, jan. 2021.

CARNIELLO, M. F.; DOS SANTOS, M. J.; MÁXIMO PIMENTA, C. A. A abordagem territorial do desenvolvimento: um olhar metodológico sobre a dimensão cultural e seus componentes. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 18, n. 1, 2022. DOI: 10.54399/rbgdr.v18i1.6517. Disponível em: <rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/6517>. Acesso em: 4 maio. 2022.

CGI. **Comitê Gestor da Internet no Brasil**. Disponível em: <cgi.br> Acesso em 19 dez. 2019.

DALLABRIDA, Valdir R. Abordagem territorial do desenvolvimento e o desafio de um instrumental metodológico multidimensional. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional - G&DR**, v. 18, n. 1, p. 8-12, jan-abr/2022.

DALLABRIDA, Valdir R. Território e Governança Territorial, Patrimônio e Desenvolvimento Territorial: estrutura, processo, forma e função na dinâmica territorial do desenvolvimento. G&DR - **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 16, n. 2, p. 63-78, mai-ago/2020.

DALLABRIDA, Valdir R. Governança territorial: do debate teórico à avaliação da sua prática. **Análise Social**, v. L(2º), n. 215, p. 304-328, 2015.

DALLABRIDA, Valdir R. A gestão territorial através do diálogo e da participação. Scripta Nova. **Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**, Barcelona, vol. XI, núm. 245 (20), 1 de agosto de 2007.

DALLABRIDA, Valdir R.; ROTTA, Edeimar.; BÜTTENBENDER, Pedro Luis. Pressupostos epistêmico-teóricos convergentes com a abordagem territorial. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 17, n. 2, p. 256-273, mai-ago/2021.

DALLABRIDA, Valdir R.; ROTTA, Edeimar; BÜTTENBENDER, Pedro Luis; DENARDIN, Valdir Frigo; ARENHART, Lívio Osvaldo. Categorias conceituais e pressupostos metodológicos convergentes com a abordagem territorial. Guaju – **Revista Brasileira de Desenvolvimento Territorial Sustentável**, v. 7, n. 1, p. 43-80, jan./junho/2021.

D'ANCONA, Matthew. Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news. Tradução: Carlos Szlak. 1 ed. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

FARINÓS DASÍ, Joaquim. Gobernanza territorial para el desarrollo sostenible: estado de la cuestión y agenda. **Boletín de la A. G. E.**, n. 46, p. 11-32, 2008.

FEIO, Paulo. A., CHORINCAS, J. Governação territorial e inovação das políticas públicas. **Prospectiva e Planeamento**, n. 16, p. 137-157, 2009.

FERRÃO, João. Governança e ordenamento do território. Reflexões para uma governança territorial eficiente, justa e democrática. **Prospectiva e Planeamento**, v. 17, p. 129-139, 2010.

FIGUEIRAS, R. Estudos em mediatização: causalidades, centralidades, interdisciplinaridades. **Matrizes**, v.11, n. 1, p. 101-126, jan./abr. 2017.

FURTADO, Celso. **O mito do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974.

FURTADO, Celso. **Desenvolvimento e subdesenvolvimento**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

FURTADO, Celso. **Criatividade e dependência na civilização industrial**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

GARCÍA-CORREDOR, C.P.; CARNIELLO, M.F.; BELTRAMELLI, F. . **Comunicación, tecnología y desarrollo**: aportes epistémico-teóricos metodológicos en la investigación y las agendas de latinoamérica. Taubaté: EdUnitau, 2022. Disponível em: <editora.unitau.br/index.php/edunitau/catalog/book/62>. Acesso em: 02 jun. 2022.

GRAÑA, François. Globalización, gobernanza y 'Estado mínimo': pocas luces, muchas sombras. Polis, **Revista Latinoamericana**, n. 12, p. 1-12, 2005.

GUMUCIO-DRAGON, A. Comunicación para el cambio social: Clave del desarrollo participativo. **Signo y Pensamiento**, v. 30, n. 58, p. 26-39, 2011.

HAESBAERT, Rogério. O território: de categoria de análise à categoria da prática num olhar latino-americano e integrador. In: DENARDIN, Valdir. Frigo.; ALVEZ, A. R. **Desenvolvimento territorial**: olhares contemporâneos. Londrina: Editora Mecenas, 2019. p. 51-60.

HALLIN, D. C. E MANCINI P. **Comparing Media Systems**. Three Models of Media and Politics. Cambridge, New York: Cambridge University Press, 2004.

HJARVARD, STIG. **The mediatization of culture and society**. Londres: Routledge, 2013.

KAZANCIGIL, Ali. A regulação social e a governança democrática da mundialização. In MILANI, A. et al. (orgs.). **Democracia e Governança Mundial**: que regulações para o Século xxi? Porto Alegre: Editora Universidade/UFRGS/UNESCO, 2002. p. 47-62.

KLEINE, Dorothea. **Technologies of choice?** ICTs, development, and the capabilities approach. Cambridge: The MIT Press, 2013.

LIVINGSTONE, S. On the mediation of everything: ICA Presidential Address 2008. **Journal of Communication**, Oxford, v. 59, n. 1, p. 1-18, 2009. DOI: <dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x>.

MAGNAGHI, Alberto. Mettere in comune il patrimonio territoriale: dalla partecipazione all'autogoverno". *Glocale*, **Rivista molisana di storia e scienze sociali**, n. 9/10, p. 139-157, 2015.

MAGNAGHI, Alberto. **Il progetto locale**: verso la coscienza di luogo. Turim: Bollati Boringhieri, 2010.

MATOS, Heloiza. A Comunicação Pública no Brasil e na França: desafios conceituais. In: **Congresso brasileiro de ciências da comunicação**. 2009. Disponível em: <intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3060-1.pdf>. Acesso em: 24 ago. 2021.

MAYNTZ, Renate. New challenges to governance theory. **Jean Monnet Chair Paper rsc**, v. 98, n. 50, Florença, European University Institute, 1998.

MORIN, E. **Ciência com consciência**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2000.

MORIN, E. O. **Método 1**: a natureza da natureza. Porto Alegre: Sulina, 2002.

ORTEGA VALCÁRCEL, José. El patrimonio territorial: El territorio como recurso cultural y económico. Ciudades: **Rev. del Instituto de Urbanística de la Universidad de Valladolid**, n. 4, p. 33-48, 1998.

PANOS LONDON. The case for communication in sustainable development. Disponível em: <http://panoslondon.panosnetwork.org/wp-content/files/2007/09/The-Case-for-Communication-in-Sustainable-Development.pdf>. Acesso em: 13 jul. 2021.

PECQUEUR, Bernard. O desenvolvimento territorial: uma nova abordagem dos processos de desenvolvimento para as economias do Sul. Raízes: **Revista de Ciências Sociais e Econômicas**, v. 24, n. 1 e 2, p. 10-22, 13 jun. 2005.

PINTO-COELHO, M. Z. P., & Neves, J.P. E-participation in Portuguese local governments: an exploratory research about emerging networks. **Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade**. 2007. Disponível em: <repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7005/1/CoelhoNeves\_2007\_EParticipation.pdf>. Acesso em: 07 mar. 2022.

POLI, Daniela. Il patrimonio territoriale fra capitale e risorsa nei processi di patrimonializzazione proativa. In: MELONI, Benedetto (a cura di). **Aree interne e progetti d'area**. Torino: Rosenberg e Sellier, 2015. p. 123-140.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma Geografia do Poder**. São Paulo: Ática, 1993.

RHODES, Raws A. W. **The new governance**: governing without government. *Political Studies*, n. XLIV, p. 652-667, 1996.

ROSENAU, James N.; CZEMPIEL, Ernest-Otto. (eds.). **Governance without Government**: Order and Change in World Politic. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.

SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

SAQUET, Marcos A. A descoberta do território e outras premissas do desenvolvimento territorial. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos Regionais**, São Paulo, v. 20, n. 3, p.479-505, Set.-Dez./2018.

SAQUET, Marcos A. **Por uma geografia das territorialidades e das temporalidades**. Uma concepção multidimensional voltada para a cooperação e para o desenvolvimento territorial. 2ª. edição revisada e ampliada. Rio de Janeiro: Ed. Consequência, 2015.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia de Letras, 2000.

SERVAES, Jan. **Communication for Development and Social Change**. New Delhi: SAGE, 2007



STOKER, Gerri. Governance as a theory. Five propositions. **International Social Science Journal**, v. 50, n. 155, p. 17-28, 1998.

WEALE, Albert. New modes of governance, political accountability and public reason. **Government and opposition**, v. 46, n. 1, p. 58-80, 2011.

# **CAPÍTULO 8**



# Comunicação, desinformação e crise do capitalismo

Manoel Dourado Bastos  
Carlos Figueiredo  
Marco Schneider

## **Apresentação**

O texto a seguir é resultado de um profícuo diálogo entre três pesquisadores ligados à Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura (EPC). Ele sintetiza em forma de texto as percepções apresentadas por eles durante a Cátedra INTERCOM. Cada qual a seu modo, observam aspectos da desinformação, a fim de elaborar um arsenal crítico capaz de compreender o fenômeno e, principalmente, desarmá-lo. As visões dos três pesquisadores mostram a riqueza do debate, as nuances do fenômeno e o alcance crítico que a Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura dispõe sobre o tema. A fim de preservar a integridade argumentativa dos pesquisadores, apresentaremos a seguir suas elaborações em três partes distintas.

Na primeira parte, Manoel Dourado Bastos visa discutir o conceito de desinformação segundo o aporte clássico da obra de César Bolaño (2000), confrontando-o com perspectivas analíticas liberais que focam suas avaliações da crise de

representação política no surgimento das “mídias socais”. Na segunda parte, Carlos Figueiredo defende um conceito de *Fake News*, termo que alguns autores pretendem abandonar, a partir do conceito de padrão tecno-estético (BOLAÑO, 2000) surgido no desenvolvimento da EPC brasileira. Na terceira parte, Marco Schneider se questiona o porquê de as pessoas acreditarem em informações falsas, consideradas estapafúrdias. Para responder a questão, o autor busca subsídios para incorporar os conceitos de relevância e credibilidade ao que chama Economia Política da Desinformação.

Ao final, entendemos que o leitor terá em mãos um conjunto bastante profícuo de ideias para elaborar sobre a desinformação em contexto de crise do capitalismo.

### **Pensar a desinformação como crise**

Era de se esperar que o contexto deflagrado desde a crise do *subprime* em 2008 fosse entendido como uma gigantesca disfuncionalidade do sistema de representação política próprio à democracia liberal. Desde pelo menos 2003, quando o governo dos EUA não fez muito esforço para dissimular a mentira de que o Iraque possuía armas de destruição em massa, a fim de invadir aquele país e depôr seu presidente como parte da escalada militar desdobrada da queda das Torres Gêmeas em 11 de setembro de 2001, a noção de que a desinformação seria resultante de uma conduta inadequada ou de má-fé de um jornalista ou mesmo de toda a redação deu lugar a uma avaliação sobre a própria derrocada da democracia liberal.

Sabemos que a conduta mentirosa de governos não é exatamente uma inovação da gestão Bush Jr., mas a presença eleitoral cada vez mais marcante, em muitos países chegando mesmo a seu posto máximo, das forças reacionárias e seu desprezo pelas dinâmicas democráticas, declarado aos quatro ventos como parte explícita de suas campanhas, colocou de vez no centro das preocupações políticas o esgarçamento dos famosos pesos e contrapesos liberais, mais particularmente do uso indiscriminado dos veículos de comunicação,

potencializados pelas técnicas digitais, para a disseminação de desinformação. Não diremos que essa preocupação não tem fundamento, mas queremos destacar que ela de algum modo se desinteressa das razões a serem encontradas na própria substância da crise de 2008.

Os livros sobre a morte da democracia se disseminaram significativamente desde então. Sir David Runciman (2018), por exemplo, professor da Universidade de Cambridge, observa o ocaso da democracia, incapaz de lidar com os problemas prementes da contemporaneidade, como o lento desenrolar de seus limites internos, escamoteados pelos temores a respeito de golpes de estado ou mesmo do fascismo e culminando numa crise de meia-idade como uma forma oca, performada por mera inércia. Já os professores Levitsky e Ziblatt (2018), da Universidade de Harvard, observam nesse cenário particularmente a escalada de personalidades políticas que se apresentam como *outsiders*, críticos do modelo liberal falido, e que só ganharam condições de participação da arena eleitoral a partir do apoio de um ator político interno ao sistema.

Foi Yascha Mounk (2019), cientista político da Johns Hopkins, quem dedicou especial atenção ao papel desempenhado pela internet, a consequente digitalização das comunicações e às chamadas “mídias sociais” na crise da representação política. Para Mounk (2019), a internet possui um potencial enorme de democratização da participação política. Mas, ela também abriu todas as portas para que os *outsiders* da política representativa crescessem sua posição por meio da disseminação sistemática de desinformação. Para o autor, a presença avassaladora das mídias sociais, ao abrirem o espaço para a interação entre usuários de rede, retirou a legitimidade que as grandes corporações midiáticas e seus jornalistas possuíam na condução da informação, papel crucial da democracia representativa. Se instrumentos como a censura ou o controle não são mais aceitáveis, Mounk (2019) vislumbra novos mecanismos que cumpram seu papel, como a educação cívica, uma espécie de pressuposto do letramento digital.

Esses não são os únicos argumentos que vertem da perspectiva liberal ante a crise da representação política. De qualquer modo, elas são exemplares de como uma visada liberal do problema o observa como uma disfuncionalidade, de tal maneira que ela põe em xeque a própria lógica do capitalismo. Um autor muito mais rigoroso e crítico como Wolfgang Streeck (2018), por exemplo, avalia a crise do capitalismo democrático como uma espécie quase inexorável de beco sem saída para o capitalismo, que se tornou disfuncional dada a incompatibilidade entre seus propósitos e sua expressão política democrática. Na linha de Mounk (2019), é possível sugerir que a desinformação é uma expressão particularmente relevante dessa disfuncionalidade.

Esse tipo de percepção padece de uma mal-disfarçada abordagem por assim dizer positivista da crise. Nesses termos, há um ideal de funcionamento da democracia, candidamente o melhor dos mundos possíveis sob o sol capitalista, que passa a ratear, a engazopar, a engasgar, quer dizer, a não funcionar a contento, seja pela aparição de novos aspectos técnicos como as “mídias sociais”, as plataformas digitais e seus algoritmos, seja pela atuação incontável dos *outsiders* da política, que justamente se aproveitam da opacidade e incontabilidade das novidades que a internet proporcionou. Especialmente para essa abordagem, a informação, desassistida dos fundamentos próprios à democracia, é sobreposta pela desinformação, usada indiscriminadamente por aproveitadores e usurpadores, com um poder de desmorrar o edifício da representação política.

Mas, e se, na verdade, a desinformação não for uma disfuncionalidade, mas tiver seu princípio inscrito na própria lógica da informação? Para lidar com essa hipótese, precisamos nos contrapor a pelo menos dois aspectos da abordagem até aqui apresentada de maneira aligeirada e quase caricatural. O primeiro diz respeito à própria compreensão do conceito de crise e seu conteúdo. O segundo diz respeito a lidar com o caráter lógico da informação, entendendo-a em seu aspecto formal adequado ao modo de produção capitalista,

encontrando aí mesmo, em seu princípio mais interno, o fundamento contraditório que lhe é próprio, ou seja, a crise como elemento essencial. Ou seja, afirmamos que a crise é um caráter imanente ao capitalismo como um todo e à informação em particular, compreendida como expressão da dinâmica própria ao capital.

Ao derivar a informação própria e necessária ao capitalismo, César Bolaño (2000) a reconheceu em três momentos lógicos do modo de produção capitalista. Num primeiro momento, da circulação simples de mercadorias, a relação entre sujeitos formalmente livres e iguais gera uma informação direta e objetiva. Ao descer ao terreno oculto da produção, Bolaño (2000) observa uma relação entre capitalista e trabalhador, onde a informação mantém-se direta e objetiva, mas agora hierarquizada. Num terceiro momento, da cooperação própria ao espaço de trabalho, Bolaño (2000) aborda a relação entre trabalhadores, desdobrada a partir de uma informação ainda direta e objetiva, mas desta feita horizontalizada. Nesses três momentos, qualquer situação de inviabilidade de fluxo de informação representa uma contradição interna. Seu problema definitivo não é a mentira ou a desinformação, mas a não-informação. Nesse sentido mais formal e elementar, uma informação falsa, mentirosa ou algo que o valha não expressa uma disfuncionalidade, mas o esforço mesmo de manter o fluxo de informação.

Vejamos em que sentido mais concreto podemos desenvolver esse argumento. Bolaño (2000) afirma que, particularmente no que diz respeito ao processo produtivo, a informação essencialmente mostra seu fundamento de classe. Seja por sua apropriação por meio da acumulação primitiva de conhecimento, quando saberes próprios das classes trabalhadoras são esbulhadas pelos capitalistas como propriedade privada, seja pelo elementar fluxo hierarquizado do terreno da produção, segundo o qual manda quem pode, obedece quem tem juízo, seja na relação entre trabalhadores como indivíduos que constituem uma classe social, a



informação capitalista possui necessariamente um caráter de classe. É a perspectiva da desigualdade de classe própria ao processo de dominação e exploração da força de trabalho que especifica a essência da informação sob o capitalismo.

Contudo, exatamente porque ela se mostra, no desenrolar desse processo lógico, como um insumo econômico, a informação se torna objeto de um setor próprio, com as consequências específicas do desenvolvimento de aspectos técnicos para seu controle. É nesse sentido que se concretiza uma instância própria a dar conta da dinâmica econômica da informação e seus desenvolvimentos técnicos, particularmente naquele âmbito próprio do domínio público, cujo termo usado para nomeá-la é Indústria Cultural. Aí, o caráter da informação assume a aparência peculiar dos meios de comunicação de massas, cujos monopólios midiáticos viabilizam a relativa igualdade ao acesso. Essa aparência de liberdade de acesso à informação operada pela massificação encobre, por sua vez, a desigualdade dada pelo caráter de classes que a fundamenta. Assim, a igualdade no plano aparente do acesso à informação de massas é aquilo que mantém a desigualdade substancial própria ao processo produtivo. Ou seja, a liberdade de informação, tão cara à abordagem liberal acima observada, tem seu fundamento justamente nessa interversão dialética entre aparência da informação de massas e essência da informação de classes.

Assim Bolaño (2000) define a “ideologia burguesa da LIBERDADE DE INFORMAÇÃO”:

Quanto maior o número dos capitais individuais ou das instituições públicas que participam do monopólio da informação, mais se reforça a aparência de igualdade. O mesmo ocorre quanto maior for a quantidade de informações dirigidas ao público, o que se coaduna perfeitamente com a racionalidade quantitativa que caracteriza a cultura burguesa desde o seu início. Mas por mais que se amplie a quantidade de informação difundida, a diferença qualitativa que é a base de toda dominação não desaparece, pois o público está

permanentemente privado de informação substantiva e permanentemente impedido de difundir suas próprias mensagens pelos meios de comunicação reservados ao capital e ao Estado. O excesso de informação, o bombardeamento de informações, que caracteriza em grande medida a situação atual do desenvolvimento dos meios de comunicação de massa e da cultura capitalista, não elimina em hipótese alguma esse descompasso entre informação reservada (de interesse do capital e do Estado) e informação de domínio público, mas apenas ajuda a encobri-lo (Bolaño, 2000, pp. 51-52, caixa alta do autor).

É a partir dessa derivação que Bolaño (2000) compreende que, sob o capital, a informação para a massa só pode ser publicidade ou propaganda. Por isso mesmo é que Bolaño (2000, p. 54-55) afirma que nos termos contraditórios da informação própria ao capitalismo “(...) a mentira e, mais do que ela, a não-informação, deixam de ser mera possibilidade e passam a ser uma necessidade vital do sistema”. Com isso, é impossível não perceber que, antes de ser uma disfuncionalidade, a desinformação é uma modalidade bastante particular das funções próprias à informação no âmbito do capitalismo.

Percebe-se que o período histórico que atormenta as mentes da abordagem liberal acima referida apresenta mudanças com relação ao contexto observado por Bolaño. O que está em jogo no extenso trecho de Bolaño (2000) citado acima é um ambiente concorrencial, mesmo com a constituição de gigantescos oligopólios. De lá para cá, a centralização e concentração de capitais aumentaram brutalmente com a constituição das mega corporações dos setores de internet e mídia. Ademais, a presença mais significativa de usuários de redes, usufruindo de processos variados de interação, parecem indicar que os indivíduos passam do mero acesso à informação para uma atividade comunicativa mais intensa. São aspectos que têm causado muita confusão para a avaliação da comunicação como forma social.

Entendemos que, em vez de se constituir como uma mudança radical e absoluta, o atual contexto põe as contradições inerentes à informação capitalista em relevo. Ou seja, sua dimensão de crise está em primeiríssimo plano. Nesses termos, a desinformação seria uma expressão das contradições imanentes à informação própria ao capitalismo. A desinformação não se contrapõe à informação própria ao capitalismo, mas a leva a seus limites lógicos, por ser uma possibilidade interna. Ademais, a desinformação não expressa uma mudança inexorável, inevitável, absoluta, mas uma necessidade relativa, um caminho que se pôs em determinadas circunstâncias e que pode regredir de acordo com o desenrolar histórico.

Entender essa aparente guinada da informação pressupõe entender a crise do capital que se põe diante de nossos olhos. Ao contrário da abordagem liberal acima avaliada, ela não se resume a uma crise da representação política. Entendemos, com Jorge Grespan (2020), que é preciso recompô-la em seus aspectos mais fundamentais, imanentes ao capital, observando a concretização histórica que tais aspectos vieram a desenrolar. Há muitos elementos a avaliar e não é de menor importância que a informação figura justamente no centro das reconfigurações do capital. Compreender a informação em seus aspectos essenciais viabiliza entender a crise que se põe diante de nós, sem cair em nenhuma percepção equivocada sobre sua disfuncionalidade.

Assim, ao entender que, do ponto de vista crítico, o decisivo está no caráter de classe da informação e os mecanismos de escamoteamento operados pela informação de massa (agora, em sua vertente em rede), não basta criticar a desinformação em nome de períodos democráticos mais consequentes. A desinformação é desdobramento histórico direto, uma possibilidade inscrita na informação própria ao capitalismo e sua expressão democrática. Para o pensamento crítico, é preciso entender como a desinformação continua proporcionando as funções da informação sob o capitalismo,

primordialmente escamoteando seu caráter de classe. Só com uma avaliação adequada do contexto de crise, que não sucumba a posições liberais sobre o capital, o Estado e a informação, poderemos fazer uma avaliação adequada da desinformação. Essa tarefa, a crítica dialética da Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura está plenamente apta a desenvolver.

### **Por um conceito de *Fake News***

*Fake News*, Pós-verdade, desinformação. Desde 2016, após o Brexit, marcado pelo escândalo Cambridge Analytica, e a eleição de Donald Trump, uma plêiade de termos é utilizada para dar conta do fenômeno da propaganda desinformativa disseminada pelas plataformas digitais usadas para comunicação. Entretanto, acompanhado de cada um desses termos há uma avaliação moralista, própria do senso comum. O termo pós-verdade (*post-truth*), por exemplo, foi considerado a palavra do ano de 2017 pelo dicionário Oxford (WORD, 2016). A prevalência de boatos e notícias falsas nas redes sociais, mostrando toda sua capacidade de influenciar as eleições norte-americanas e o plebiscito que definiu a saída do Reino Unido da União Europeia, fez com que a palavra ganhasse relevância no debate público. Os meios de comunicação tradicionais parecem impotentes diante da fabricação profissional de boatos falsos. Aquilo que é publicado por sites especializados em mentir parece ter um apelo tão forte perante seu público, que se considera informado e livre das amarras da grande mídia, a ponto de questionarmos o próprio poder da imprensa e seu impacto no debate público em tal cenário.

Embora o termo pós-verdade remonte a pelo menos 1992, quando foi usado pelo dramaturgo sérvio-americano Steve Tesich, é empregado com maior constância a partir da década de 2000, quando é publicado o livro "*The post-truth era: Dishonesty and deception in contemporary life*", de autoria de Ralph Keyes (2004). Na era da pós-verdade, de acordo Keyes, os limites entre verdade e mentiras são tênues, a ponto de termos

dificuldades de diferenciar honestidade e desonestidade, ficção e não-ficção. Iludir os outros teria tornado-se um desafio, um jogo e ultimamente um hábito. Essa falha ética teria surgido, segundo o autor, devido à tendência pós-moderna de relativizar a verdade entre outros desdobramentos. Mais do que um esporte ou um hábito, produzir notícias falsas é um grande negócio, com baixos custos e bons lucros. Portanto, entender o uso de determinado termo da moda mostra-nos apenas a aparência do fenômeno, revelando muito pouco sobre sua essência. É difícil acreditar que houve uma “era de ouro” da verdade e que vivemos a “era das mentiras”. Além disso, o discurso de Keyes resvala para a ausência de moralidade individual, ou seja, estaciona na aparência dos fenômenos, sem analisar as causas da erosão dos padrões de sociabilidade em âmbito coletivo. O mesmo pode ser dito do termo *Fake News*. Acredita-se que a falta de escrúpulos dos emissores da mensagem somada ao desenvolvimento das TIC seriam os principais fatores de sua difusão e prevalência na contemporaneidade, uma concepção moralista misturada a uma análise tecnodeterminista do fenômeno.

O historiador Marc Bloch (2013), por exemplo, refletiu sobre as notícias falsas no contexto da I Guerra Mundial. Uma das preocupações de Bloch era a veracidade das fontes documentais utilizadas por historiadores para reconstituir acontecimentos do passado. O historiador francês observou que as notícias falsas sobre a I Guerra provavelmente nasciam de observações individuais imprecisas e testemunhos oculares imperfeitos, como apontado pelos primeiros estudos de psicologia social sobre o tema realizados a partir de experimentos com indivíduos. Todavia, Bloch, que fora combatente nas trincheiras francesas, percebeu que a imprecisão dos relatos não era a principal variável a ser investigada para explicar o poder de propagação e credibilidade das *fake news*. O historiador levanta a hipótese de que turbulências em determinados momentos históricos favorecem a propagação de mentiras e as tornam credíveis para grandes parcelas da população.

O erro se propaga, cresce e, em última análise, sobrevive apenas com uma condição – que encontre um caldo cultural favorável na sociedade onde está se espalhando. Através dele, as pessoas expressam inconscientemente todos os seus preconceitos, ódios, medos, todas as suas fortes emoções. Somente grandes estados de espírito coletivos [...] têm o poder de transformar uma percepção equivocada em lenda. Como experimentos de laboratório, por mais bem construídos que sejam, conseguiram recriar esses profundos tremores sociais? (BLOCH, 2013, p.1).

O momento histórico retratado por Bloch não convivia ainda com uma Indústria Cultural consolidada, como é possível observar a partir dos anos 1930. Entretanto, nesse momento inicial do capitalismo monopolista já existia uma indústria jornalística incipiente e influente, que fez surgir os primeiros serviços de Relações Públicas para manejar as impressões que as audiências alimentavam sobre governos e empresas. Os profissionais de relações públicas foram essenciais tanto para manter elevado o moral das populações dos países envolvidos durante o esforço de guerra quanto para buscar diminuir o apoio civil ao conflito nas nações adversárias. A propaganda de guerra foi fulcral no confronto a ponto de os estudos clássicos sobre propaganda, como o empreendido por Lasswell (1938), terem como objeto a propaganda utilizada na I Guerra. Tais estudos, de cariz behaviorista e funcionalista, marcam o início da pesquisa em comunicação no âmbito universitário. É sintomático que a comunicação, enquanto disciplina universitária e campo de pesquisa, surja nas primeiras décadas do capitalismo monopolista em meio ao início de uma crise do sistema. Ali surgia o problema da disciplina que atraía os primeiros pesquisadores: as consequências de um setor do sistema responsável em produzir mediações entre os sistemas econômico e administrativo, de um lado, e o mundo da vida, do outro (BOLAÑO, 2000). O primeiro momento em que tais mediações se tornam um problema de pesquisa estudado sistematicamente é durante a I Guerra, primeira turbulência do capitalismo monopolista.

Retornando ao texto de Bloch sobre notícias falsas, o historiador aponta ser possível que jornalistas propagassem, por ingenuidade, boatos surgidos no *front*. “Mas, na maioria das vezes, as notícias falsas na imprensa são simplesmente uma invenção, fabricada pela mão de um trabalhador em um plano predeterminado – para influenciar uma opinião ou obedecer a uma ordem – ou simplesmente para embelezar uma história com aqueles curiosos preceitos literários que se impõem tanto” (BLOCH, 2013, p. 4). A impressão de Bloch está alinhada com o que Bolaño (2000) chama função propaganda da forma comunicação, que em momentos de crise se torna sobressalente. Na observação de Bloch, é possível notar (1) a participação da imprensa no esforço de guerra em conjunto com os serviços de relações públicas atuantes na propaganda de guerra, e (2) o uso de recursos estilísticos, que reforçam muitas vezes o sensacionalismo, para atrair as audiências e colonizar seu cotidiano.

O fim da I Guerra e os acordos decorrentes do conflito não dão um fim à crise, mas a adiam. Durante o entreguerras, as nações derrotadas precisam lidar com as consequências das pesadas penalidades impostas pelos vencedores. Na Alemanha, país duramente castigado nos tratados de paz, e na Itália, solenemente ignorada nos mesmos tratados que dividiram os espólios da Guerra, surge uma forma política que, para o jurista russo Pachukanis (2020), é própria da crise do capitalismo: o fascismo. O *crack* da bolsa de Nova York em 1929 aponta o início de uma crise que vai se espalhar por todo o sistema e atingirá duramente os países derrotados. Nesse contexto, Hitler chega ao poder em 1933, após ser nomeado chanceler, para, em seguida, dissolver o gabinete ministerial e proclamar o III Reich.

Tanto Konder (2009) quanto Pachukanis apontam que, apesar do elemento pequeno-burguês se juntar aos movimentos fascistas e de os mesmos serem movimentos de massa, é a alta burguesia quem forneceu o apoio fundamental ao estabelecimento desses regimes. Importante para



nossos objetivos nesse texto é lembrar “que o fascismo foi o primeiro movimento conservador que, com seu pragmatismo radical, serviu-se de métodos modernos de propaganda, sistematicamente, explorando as possibilidades que começavam a ser criadas por aquilo que viria a ser chamado de *sociedade de massas de consumo dirigido*”. (KONDER, 2009, p.47). Diante da crise, que depauperava e causava ressentimento nos trabalhadores alemães, a propaganda hitlerista granjeava apoio das massas criando inimigos comuns como comunistas, homossexuais, ciganos e judeus. A desinformação fascista utilizava técnicas similares ao ramo da publicidade ou da propaganda governamental em tempos de paz, ainda que o conteúdo fosse diferente.

Após o fim da II Guerra, são construídas instituições próprias do regime de acumulação fordista/keynesiano no centro do capitalismo, baseado em um acordo entre capital e trabalho mediado pelo Estado. Muitas dessas instituições visavam regulamentar o fluxo de capitais, para evitar futuras crises, e o mundo do trabalho, evitando o descontentamento da classe trabalhadora. No âmbito da comunicação, são criados sistemas nacionais de comunicação, principalmente nos países europeus, enquanto nos EUA o sistema privado de comunicação de massa prevalece, mas é cercado de regulamentações de propriedade e conteúdo como a *Fair Doctrine* nos EUA. Entretanto, o regime de acumulação Fordista/Keynesiano apresenta fissuras, muitas delas surgidas de demandas de movimentos contra-hegemônicos como o movimento negro, feminista, e, mesmo do mundo do trabalho. Essas demandas surgem concomitantemente a uma crise sistêmica que apontava para o esgotamento das fórmulas keynesianas. O capital se aproveita da crise para quebrar o pacto com o mundo do trabalho, contando com o apoio essencial do Estado. Os direitos trabalhistas e o *Welfare State* são desmontados gradativamente, e no âmbito da comunicação há uma desregulamentação da propriedade e do conteúdo das comunicações, primeiro nos países do centro do capitalismo,

e em seguida, em sua periferia. É o advento do que Harvey chama Regime de Acumulação Flexível (HARVEY, 2012)

Há uma flexibilização geral nas relações de trabalho e regulamentações. Na verdade, a desregulamentação geral, apesar da propaganda capitalista assegurar a existência de vantagens para o trabalhador, flexibiliza o exercício do poder do capital sobre o trabalho e o cotidiano. A cada nova reforma, o capital aumenta sua capacidade de moldar as regras, segundo suas necessidades, não apenas no mundo do trabalho, mas também em todos os espaços de nossas vidas, incluindo a comunicação, visto que se movimenta e age sem freios. Devemos lembrar, contudo, que mesmo com as regulamentações impostas aos meios de comunicação de massa durante o período em que o regime de acumulação fordista esteve em voga, nos momentos decisivos para o capital, os meios de comunicação de massa difundiram propaganda desinformativa (CHOMSKY e HERMAN, 2002).

Na língua portuguesa, o termo desinformação tem, segundo Brito (2015), três significados recorrentes na literatura sobre o tema: ausência de informação, quando o indivíduo ou instituição não possui as informações necessárias para tomar uma boa decisão sobre um tema; informação manipulada, que seria informação de baixo nível, empobrecida para “imbecilizar as massas”; e engano proposital, “nessa abordagem, desinformação é considerada uma ação proposital para desinformar alguém, de maneira a enganá-lo” (BRITO, 2015, p.59). Na língua inglesa, há dois termos diferentes que podem ser entendidos como desinformação na língua portuguesa: *misinformation* e *disinformation*. O primeiro termo denota uma informação equivocada, mas que foi repassada sem o objetivo de enganar uma vez que o emissor acredita estar oferecendo uma informação verdadeira; já *disinformation* é usado para o ato de repassar informação falsa com o objetivo deliberado de enganar. Wardle e Derakhshan (2017, p.5), além desses dois fenômenos, citam também a má informação (*mal-information*), ou seja, “quando informações genuínas são compartilhadas

para causar danos, muitas vezes por transferir informações projetadas para permanecerem privadas na esfera pública”. O produtor de *fake news* produz informação falsa cujo objetivo é enganar sua audiência.

O regime de acumulação flexível, mais popularmente conhecido como neoliberalismo, culminou na crise de 2008, que ainda vivenciamos. Com esse regime de acumulação, vivenciamos um modo de regulação que preconiza a responsabilidade do indivíduo por seu sucesso. Entretanto, a automatização e codificação de uma série de trabalhos ampliando os limites para a subsunção de várias ocupações (BOLAÑO, 2002) acompanhadas da flexibilização das leis trabalhistas e da erosão do Welfare State aumentou gradativamente a desigualdade e colocou um enorme contingente de trabalhadores em trabalhos precários ou no desemprego. Os partidos de esquerda aderem às políticas neoliberais em diferentes graus tanto no centro quanto na periferia do capitalismo, tornando-se gerentes das reformas neoliberais.

Dessa forma, a esquerda acaba por ser enxergada como parte do “sistema” por uma população que ocupa postos de trabalhos cada vez mais precarizados e uma classe média em vias de desaparecimento. Esse é o caldo em que surge a guerra informacional na internet. Por outro lado, os meios de comunicação tradicionais também sofreram uma queda brusca de confiança junto à população, atacados pela própria extrema-direita, mesmo que, em muitas ocasiões, esses agentes políticos e os grandes conglomerados de comunicação estejam alinhados em algumas pautas, principalmente econômicas.

Aqui vale ressaltar o modelo de negócios das plataformas baseados na distribuição de conteúdo conforme as preferências dos indivíduos. Graças a um modelo que distribui publicidade, propaganda e conteúdo individualizados (FIGUEIREIDO e BOLAÑO, 2017), a extrema-direita construiu um modelo de mediação que dispensa os meios de comunicação tradicionais. Para vencer a batalha da comunicação, a extrema-

direita se aproveitou de anos de construção de subjetividade neoliberal, que defende um individualismo radical e ausência de qualquer ideia de bem-estar social promovido pelo Estado, da revolta de setores que se sentiram abandonados como a classe média pauperizada, e de um novo ambiente em que a comunicação é personalizada segundo os dados dos usuários. Está vencendo uma disputa que começou como uma guerra subterrânea nos confins da internet, mas que toma contornos de guerra de posição (GRAMSCI, 2012) com o avanço, no interior da sociedade civil, de ideias absurdas e impensáveis há alguns anos. A extrema-direita veste a fantasia de antissistema e organiza a revolta, restando à grande parte da esquerda defender os escombros do regime de acumulação flexível. A crise do capital se espalha por outras formas sociais, acarretando, assim, uma crise geral da sociabilidade. Dessa forma, podemos estabelecer paralelos entre as lideranças contemporâneas de extrema-direita e os líderes fascistas que ascendem nos conturbados anos 1920 e 1930. Assim como é possível comparar a comunicação dos regimes fascistas com as técnicas e conteúdos às quais lideranças de extrema-direita do século XXI recorrem. É nesse contexto que surgem termos como *fake news* e pós-verdade.

Pesquisadores como Valente (2019), Marinoni e Galassi (2020) e Wardle e Derakhshan (2017) defendem o abandono do termo *Fake News* devido à sua apropriação por agentes políticos que espalham desinformação para atacar instituições jornalísticas e por o termo *Fake News* não abarcar todos os formatos comunicacionais através dos quais a desinformação é distribuída. Contudo, defendemos que o uso do termo *Fake News* deve ser disputado, pois, tornou-se popular e será usado no debate público independentemente da vontade dos pesquisadores que se debruçam sobre o tema. A palavra desinformação, apesar de seu caráter mais esotérico, também está sujeita a passar por esse processo. Ainda sim, não perderia seu poder explicativo. Nossa segunda objeção ao abandono do termo *Fake News* é o termo ser capaz de descrever um modo

muito peculiar de desinformação, aquele que se baseia na emulação do padrão tecno-estético do jornalismo profissional.

A EPC brasileira, a partir do conceito de padrão tecno-estético, pode oferecer uma contribuição sólida ao tema no debate público, clarificando e auxiliando a disputa semântica em torno do termo. De acordo com Bolaño e Bastos (2020, p.178), “a mediação social deve ser entendida como um processo duplo, envolvendo elementos de ordem político-institucional, de um lado, e psicológico-cognitivo, de outro”. O aspecto político-institucional reside no fato de a Indústria Cultural realizar a mediação entre anunciantes e Estado, de um lado, e o público transformado em audiência, de outro. “O aspecto psicológico-cognitivo apresenta-se, por sua vez, no conceito de padrão tecno-estético, ligado às estruturas mentais, cognitivas, inclusive emocionais compartilhadas” (BOLAÑO e BASTOS, p.179).

Ao emular o padrão tecno-estético do jornalismo tradicional, difusores de desinformação emulam também a credibilidade e as práticas institucionalizadas do campo jornalístico tradicional, pois parte da audiência reconhece aquele conteúdo como verdadeiro devido ao formato. Nesse caso, a extrema-direita utiliza o padrão tecno-estético do campo jornalístico para credibilizar seus próprios conteúdos “jornalísticos”. Um bom exemplo são os conteúdos veiculados pelo portal *Terça Livre1*, investigado pela CPI da Covid, por desinformação. Grande parte dos textos presentes no portal seguem o padrão tecno-estético do jornalismo convencional no que diz respeito à apresentação textual e visual da informação. Inclusive, o site usa como subtítulo o termo *#contraafakenews*. Não seria o caso de pesquisadores e grupos progressistas disputarem o termo? Qual o ganho político, ou mesmo teórico, de deixar termo tão popular nas mãos de reacionários sem disputá-lo? Aparentemente, não há vantagem.

O padrão tecno-estético é “uma configuração de técnicas, de formas estéticas, de estratégias, de determinações estruturais, que definem as normas de produção historicamente

determinadas de uma empresa ou de um produtor cultural particular para quem esse padrão é fonte de barreiras à entrada” (BOLAÑO, 2000, p.234-235). O padrão tecno-estético da notícia jornalística não se baseia apenas em técnicas como o *lead*, pirâmide invertida e determinados traços semânticos recorrentes no ato da escrita, mas também em uma série de técnicas de coleta de informações checagem, de fontes, protocolos de entrevistas que vão formatar o conteúdo final e dar-lhe credibilidade. Tais procedimentos estão internalizados nas rotinas de produção dos jornalistas e para serem realizados exigem uma série de recursos de deslocamento e comunicação, tornando a notícia um produto cuja produção é cara.

A internet derrubou drasticamente as barreiras de entrada para empresas de produção de conteúdo e facilitou a emulação do padrão tecno-estético de sites de grandes conglomerados jornalísticos. Os custos de distribuição de notícias caíram drasticamente com o advento da internet. A checagem e a presença de jornalistas em lugares estratégicos, a parte ainda custosa do jornalismo e que pode ser mantida longe dos olhos do grande público, não precisam ser contempladas, pois os produtores de *fake news* não precisam coletar fatos e apurá-los, uma vez que não há fatos a serem checados. Pode-se dizer que *fake news* são boatos que seguem o formato de uma notícia jornalística.

Os boatos são uma forma de comunicação popularmente conhecida como o “ouvi-dizer”, informação não-verificada que se espalha por redes informais. O boato “é a emergência e a circulação no corpo social de informações que não foram ainda confirmadas publicamente pelas fontes oficiais, ou que não foram desmentidas por estas” (KAPFERER, 1993, p.16). É um fenômeno originário de mídias não-oficiais e circulam através de redes pessoais e de afinidade (KAPFERER, 1993), seguindo a lógica do que Sunstein (2010, p.29) chama “cascatas informacionais” cuja dinâmica consiste em “quando certo número de pessoas parece acreditar em um boato, outras também acreditarão nele, a menos que tenham bons

motivos para acreditar que seja falso”. O modelo de negócios das plataformas, que acaba por criar públicos calculados a partir dos dados provenientes de suas interações, cria redes de afinidades muito maiores do que aquelas pelas quais os boatos costumavam circular anteriormente. Portanto, a plataformização das comunicações torna exponencialmente maior o poder de viralizar boatos.

Os boatos geralmente tratam de tópicos sobre os quais a maioria dos indivíduos não possui conhecimento direto, ou seja, de difícil checagem pessoal. Essa categoria de informação é um contrapoder e estabelece uma relação com a autoridade “desvendando segredos, sugerindo hipóteses”, obrigando as autoridades a falar. “Além disso, ele [o boato] põe em cheque o estatuto de única fonte autorizada a falar” (KAPFERER, 1993, p.16). Outro importante ponto a ser levado em consideração é que para surgirem boatos deve haver um terreno propício. “Se a situação de um grupo está difícil ou sob ameaça, muitos dos membros daquele grupo estarão zangados e eles vão querer culpar alguém. Sempre que uma ameaça se aproxima ou acontece algo terrível, os boatos são inevitáveis” (SUNSTEIN, 2010, p. 22). Os boatos fornecem justificativas e explicações simples para acontecimentos complexos. De acordo com Sunstein (2010, p.22), talvez algumas especulações tornem-se credíveis para um grupo por fornecerem “uma válvula de escape conveniente para a revolta e quando as pessoas estão revoltadas, ficam mais propensas a acreditar em boatos que justifiquem seus estados emocionais e também a atribuir os acontecimentos a atos deliberados”.

Esses elementos nos permitem afirmar que *fake news* é um conteúdo construído a partir da difusão de boatos falsos com o objetivo deliberado de desinformar, e que emula o padrão tecno-estético de uma notícia produzida por agentes do campo jornalístico profissional, podendo servir ou não a objetivos de propaganda política. Em tempos de crise, conteúdos simbólicos desinformativos de cunho político têm o terreno propício para vicejarem e ganharem credibilidade.



São, portanto, uma expressão do caráter disruptivo das crises na sociabilidade capitalista. Os modelos de negócios das plataformas baseados na vigilância das interações, a partir da coleta de seus dados, e no engajamento dos usuários favorecem a difusão viral desse tipo de conteúdo, dando ao fenômeno uma nova dimensão. As *fake news* ganham importância devido à perda de credibilidade dos agentes políticos e midiáticos tradicionais e à ascensão de outros agentes que se aproveitam da crise para se colocar no papel de antissistema enquanto defendem o sistema. Esses agentes também conseguem dar respostas por mais estapafúrdias e mentirosas que sejam aos problemas causados pela crise do sistema baseados no reforço de preconceitos e medos dos indivíduos que vêm à tona nos períodos de instabilidade.

### **Relevância, credibilidade e desinformação**

Diz o ditado que as aparências enganam. Mas nem sempre. Uma pessoa pode parecer honesta e, de fato, ser honesta. Ou não ser. Uma pessoa pode parecer e mesmo se considerar livre, mas não ser. Como saber quando as aparências enganam e quando não? Como saber quando expressam a essência do que parecem ser, de modo mais ou menos completo, e quando simplesmente ocultam ou ludibriam?

De acordo com Marx, se a aparência e a essência das coisas coincidissem diretamente, a ciência seria supérflua. Cabe esclarecer que, para Marx, como bom hegeliano, ciência significa o conhecimento efetivo da realidade, para além das aparências, sem, contudo, ignorá-las.

Cabe a toda e qualquer experiência de vida lidar com esse jogo de essência e aparência do modo mais sagaz possível, podendo mesmo ser uma questão de vida e morte, mas cabe especialmente à ciência interpretar, desvelar, descobrir, explicar, fundamentar. Toda ciência tem, assim, um pouco de semiótica, de busca do significado dos signos, artificiais ou naturais. Pois toda ciência busca a essência do fenômeno

aparente, enquanto efeito de complexos causais que o antecedem, sobre os quais ele pode atuar, e enquanto causa de novos efeitos. Essência, portanto, nessa abordagem, não tem nada de transcendental. Diz respeito simplesmente ao que a coisa efetivamente é, e isso inclui o que ela parece ser, o que aparece para nós que a observamos.

Muito antes do desenvolvimento da linguagem humana, e com ele o da mentira, do “caô”, do “171”, do logro, do embuste, da falcatrua, da charlatanice, das meias verdades e outras modalidades de desinformação, a própria natureza já dispunha de um riquíssimo manancial de truques que confundiam essência e aparência, pelo menos a partir do reino vegetal: que se pense nas plantas carnívoras e seus estratégias para atrair insetos, para os quais elas são mortais, mas não parecem nada perigosas. Temos as teias de aranha, redes fortíssimas, mas praticamente invisíveis, assim como os bichos-pau e os camaleões, mestres da camuflagem, sabem ser, para defesa ou ataque. Há tartarugas fluviais que permanecem imóveis sob as águas, com a boca aberta, da qual um apêndice que parece um verme atrai os peixes incautos. A aparência do verme apetitoso oculta a relativamente monstruosa tartaruga, que irá devorá-los. Alguns peixes abissais recorrem a um expediente parecido, possuindo um apêndice luminescente na testa, que atrai peixes menores para sua emboscada e para sua boca. Há delicados cavalos marinhos que se parecem com as algas em meio às quais eles se ocultam e protegem. Mas ninguém supera os moluscos, lulas, sépias, polvos, que mudam de cor, forma e textura, conforme queiram se ocultar ou iludir suas vítimas. Ninguém, antes dos humanos.

A desinformação é um jogo de aparência e essência, da sua modalidade mais grosseira, a mentira pura e simples, às mais sutis, que envolvem meias-verdades e descontextualização. É tão antiga que antecede a própria humanidade. Mas é a desinformação humana que nos interessa agora, também antiga, provavelmente tanto quanto a própria humanidade. Apesar disso, ela apresenta nuances e

modulações históricas, geográficas, retóricas, sócio técnicas, que nos impedem de afirmar que nada mudou. Mudou muito. Nunca se investiu tanto em desinformação quanto na época moderna. Basta verificar que o custo com a publicidade de alguns produtos, senão de todos, tende a superar o próprio custo de produção desses produtos. Nem toda publicidade é pura desinformação, certamente, mas quase sempre possui elementos desinformacionais, sobrevalorizando qualidades, ocultando problemas e limites, ou atribuindo qualidades inexistentes ao que está sendo vendido. O mesmo vale para a propaganda política, seja eleitoral, seja dos feitos de tal ou qual governo.

Há, porém, nos últimos anos, novos movimentos em curso. O raio de alcance das redes sociais digitais desde que se tornaram populares, associado a sua capilaridade e à velocidade de suas operações, não têm precedentes. Os custos relativamente módicos dos impulsionamentos, se comparados com a imprensa e a radiodifusão – tendo em vista sua maior precisão comunicacional, devido à mencionada capilaridade e ao conhecimento do destinatário por parte dos mediadores, graças à vigilância onipresente –, alteram substancialmente o ecossistema comunicacional conhecido, com consequências ainda imprevisas, dada a relativa novidade do fenômeno. Aqui pensamos o problema da desinformação nessa perspectiva histórica, partindo da premissa de que muito do que vemos pode parecer não ter nada de novo, mas tem, sim, inclusive pelo seu desenvolvimento ser sincrônico a um momento de grave crise do capitalismo.

Por que se pode seguramente afirmar que vivemos uma crise do capitalismo? Certamente não por que tenhamos diante de nós alternativas superiores em vias de implementação, no Brasil e no mundo, infelizmente, mas porque suas contradições constitutivas estão explodindo em novos patamares, cada vez mais brutais e sem horizontes realistas de superação, nos seus próprios termos: riqueza e pobreza, consciência ecológica e degradação ambiental, ciência e ignorância, privacidade

e vigilância, segurança e violência, liberdade e opressão – as fronteiras empíricas e conceituais desses fenômenos confundem-se, misturam-se, intercambiam-se, num caldo cultural algumas vezes alucinatório.

Quanto à última dupla, liberdade e opressão, Sérgio Amadeu (2022), em fala recente na *live* “O papel dos algoritmos e das plataformas digitais em contextos sociopolíticos”, distinguiu o significado liberal do neoliberal da noção de liberdade: conforme o primeiro, como é sabido, o próximo é o limite para a liberdade de cada um; de acordo com o segundo, não há limite para a liberdade do indivíduo que consegue realizar o que quer, ainda que nas brechas da lei, doa a quem doer, custe o que custar, numa atualização *hightech* e menos filosófica da moral do Marquês de Sade. Isso envolve a atualização como farsa do debate entre censura e liberdade de expressão, que já teve contornos trágicos, e esperamos que não volte a ter. Fato é que, hoje, a reação neofascista defende a liberdade neoliberal, enquanto as forças progressistas buscam, em um primeiro momento, se não uma concepção de liberdade superior, segundo a qual a de cada um deixa de ser obstáculo para a do próximo, convertendo-se em sua condição, pelo menos a preservação do que resta da liberdade liberal. O que significa isso, no tocante à liberdade de expressão? A defesa de parâmetros mínimos de racionalidade comum e de regulações públicas sobre privilégios privados, que coíbam e penalizem a propagação interessada de desinformação, na forma de calúnias, difamações, absurdos, anticiência, *fake science*, misoginia, racismo e homofobia, dentre outras modalidades informacionais teratológicas que, como zumbis, se erguem das tumbas da história e se multiplicam grotescamente, mediante a conversão violenta dos vivos em novos zumbis. A principal força motriz disso tudo, não por acaso, é o país dos filmes de zumbi.

Esse quadro geral pode ser tratado de diversos ângulos. Pretendemos abordá-lo aqui a partir de uma crítica da economia política da desinformação, com ênfase na

problematização de dois aspectos centrais do fenômeno: a atribuição social de relevância a informação desqualificada e de credibilidade a fontes embusteiiras. Começemos com duas perguntas aparentemente simples: por que razão uma informação qualquer merece ou não ser considerada relevante? Por que se dá ou não crédito a determinada fonte informativa, seja ela uma pessoa, um livro, um documento, um arquivo, um veículo de comunicação, um site ou um mecanismo de busca?

Antes de tentar respondê-las, é importante situá-las no contexto do presente debate, o problema da comunicação e da desinformação num quadro de crise do capitalismo. Porque é a perspectiva desse problema maior que fornece o arcabouço categorial e a orientação metodológica de nossa investigação, na busca de respostas concretas. Neste sentido, podemos reformular as duas questões iniciais nos seguintes termos: de que modo a configuração atual da luta de classes e as novas modalidades de extração de renda e trabalho excedente condicionam ou determinam as formas sociais de atribuição ou não de relevância à informação e de credibilidade às fontes, atualizando a disputa ideológica estrutural entre capital e trabalho, com todas as suas modulações particulares e singulares? A resposta exige, entre outras coisas, um estudo das fontes a partir da Economia Política, com destaque para os mecanismos de busca.

Sobre o quadro global da luta de classes hoje, há cada vez menos ricos mais ricos, querendo pagar menos impostos, e mais pobres, pagando mais impostos ou na miséria. Com exceção da experiência chinesa, que tem se mostrado bem-sucedida na diminuição substancial da pobreza aliada a pujante crescimento econômico, quase todo o resto do mundo assiste ao fenômeno contrário. Esse aumento do fosso social se dá mediante novas formas de apropriação de trabalho excedente e renda, apropriação privada da produção intelectual comum, da navegação geral na internet como fornecedora de dados para a previsão comportamental e venda dirigida, à da ciência com financiamento público. Todo esse processo é calcado

no aumento do capital constante em relação ao variável na composição orgânica do capital, ou, em outras palavras, na substituição de trabalho vivo por trabalho morto (MARX, 2013), de pessoas por máquinas e softwares; o trabalho vivo que permanece é submetido a taxas de mais-valia relativa das mais altas, quando não a taxas de mais-valia absoluta na informalidade ou em regimes similares à escravidão; o desenvolvimento dessa infraestrutura sócio-técnica vem acompanhado por crescente informalidade laboral, ataques aos direitos conquistados e fragmentação do trabalho, mais o desemprego e a carestia. Esse conjunto fatalmente enfraquece a potência emancipatória dos trabalhadores, tanto em termos organizacionais quanto motivacionais, ideológicos e teóricos. Simultaneamente, esse mesmo enfraquecimento fortalece a revolta e a indignação espontâneas, as quais, sem organização e teoria, por sua vez, têm sido mobilizadas com grande sucesso por grupos religiosos e políticos do tipo mais reacionário, que apresentam soluções milagrosas, simplistas, fantasiosas, como a apologia ao empreendedorismo individual da chamada teologia do sucesso, frequentemente aliadas a apostas do tipo salvacionista em lideranças políticas carismáticas, brutais, cínicas e moralmente retrógradas. Parte desse sucesso da reação advém do uso eficiente que seus agentes têm sabido fazer das redes digitais na propagação de desinformação de todo tipo, inclusive mediante o investimento na construção de diversas pseudo autoridades cognitivas, cuja credibilidade artificialmente produzida converte a desinformação mais delirante em informação relevante para amplos contingentes da população.

Relevância e credibilidade são propriedades intercambiantes da informação e de suas fontes. A informação advinda ou veiculada por uma fonte à qual se atribui credibilidade já tende, por essa simples razão, a ser considerada mais relevante do que outra oriunda de fonte na qual se confia menos. Do mesmo modo, uma informação avaliada como relevante, tende a conferir credibilidade à fonte que a produz

ou veicula. Contudo, permanece aberta a questão: o que faz com que se confira relevância às informações e credibilidade às fontes? Melhor dizendo, o que faz com que se confira relevância e credibilidade a desinformação e fontes embusteadas? A reformulação é necessária, pois num nível menos abstrato de análise, é esse um grande desafio contemporâneo, entender de que formas o embuste e os embusteados, do tipo mais fantasioso e reacionário, têm tido tanto sucesso ultimamente.

Atribui-se relevância a determinada informação, em primeiro lugar, quando ela é considerada confiável e útil para atender determinada necessidade informacional, no estudo, no trabalho, na política, no tempo livre, nas relações interpessoais. Essas necessidades informacionais, por sua vez, não são inatas, mas socialmente constituídas. Quando essa constituição ocorre num contexto marcado pela desigualdade de acesso ao ensino formal qualificado, menos ainda àquele do tipo crítico; generalização de empregos precários ou de desemprego; descrédito na política republicana; tempo livre dominado pelas indústrias culturais, pelas redes sociais digitais e por corporações religiosas, às vezes de modo simultâneo; as próprias relações interpessoais sendo crescentemente mediadas por algoritmos de vigilância, captura de dados e indução comportamental; num tal contexto, é razoável supor que as necessidades informacionais dos sujeitos que buscam e compartilham informações serão moldadas nos moldes desse contexto, marcado de pobreza, revolta, ignorância, irracionalismo, anti-intelectualismo, ceticismo, teorias conspiratórias e idolatria.

Além disso, a confiabilidade ou credibilidade atribuída a uma informação qualquer reside, em grande medida, na confiança que se deposita na fonte da informação. Depende também do horizonte cultural do sujeito avaliador, de sua formação, de seus valores, de seus conhecimentos, de seus gostos, preconceitos. E depende do apelo argumentativo e afetivo da informação, que será tanto maior quanto mais o enunciador ou fonte da informação conhecer o horizonte de



valores, conhecimentos, gostos e preconceitos do destinatário, e souber adaptar esteticamente e retoricamente a informação produzida e veiculada a este horizonte.

Quanto à economia política da relevância, quais são os critérios utilizados pelo maior recuperador de informação, o Google, para hierarquizar a relevância das informações apresentadas nos resultados das buscas? As buscas e navegações pregressas dos sujeitos, calibradas todas elas pelos fatores anteriores, e mais os impulsionamentos pagos, numa espécie de jabá 5.0. Também Youtube, Facebook e Instagram hierarquizam o que deve ser mostrado e para quem com base em critérios similares. Assim, a relevância socialmente dominante é uma combinação de ideologia dominante, em suas diversas modulações, e impulsionamento pago. Podemos acrescentar à ideologia dominante neoliberal, adaptando agora uma formulação de Raymond Williams (2011), ideologias emergentes, que, no caso, são versões requentadas de ideologias residuais: supremacismo branco, anticiência, fascismo etc. As ideologias oposicionais vêm perdendo espaço nessa disputa, convertendo-se de emergentes em residuais, ao que tudo indica, ao menos por ora, embora não devam ser ignoradas, principalmente se não perdermos de vista o caráter dinâmico das disputas ideológicas.

Uma pergunta que surge nesse ponto da investigação é por que precisamente esse conjunto residual de tipo mais reacionário reemerge logo agora? Nossa hipótese é que a resposta está no terceiro e decisivo tópico do tema geral do debate que deu origem a esse texto, a crise do capitalismo. Sem pretender traçar paralelismos históricos arbitrários, certa semelhança do momento atual com as décadas de 1920 e 1930 assusta. A crise econômica agudizada, espraiada pelo conjunto do tecido social, associada ao crescente desprestígio público de autoridades cognitivas e regulatórias do tipo moderno, como a academia, a imprensa e o próprio estado democrático de direito burguês – devido, em grande parte, a uma percepção difusa da subordinação dessas três veneráveis instituições

de interesse público a interesses privados – dão ensejo, no contexto sócio técnico da popularização das redes digitais, à captura do descontentamento justo e da desconfiança sadia das pessoas por teorias conspiratórias espalhafatosas, que buscam explicar a crise e apontar soluções de maneira simplista, mas que não obstante mobilizam com sucesso as paixões, ao modo do fascismo clássico. Só que sem o horizonte alternativo das revoluções política e cultural de cunho progressista em curso há um século.

A inteligência coletiva, prevista por Pierre Lévy (2015), converte-se em estupidez coletiva. Até quando? O que fazer para reverter esse quadro?

## Referências

AMADEU, S. In: ALMEIDA, V; D'ANDRÉA, C; AMADEU, S; SCHNEIDER, M. **“O papel dos algoritmos e das plataformas digitais em contextos sociopolíticos”**. 2022. Disponível em: <[youtube.com/watch?v=nzRdD6XiGA4](https://www.youtube.com/watch?v=nzRdD6XiGA4)>.

BLOCH, M. Reflections of a Historian on the False News of the War. **Michigan War Studies Review**, v. 51, p. 1-11, 2013.

BOLAÑO, C. **Indústria Cultural, Informação e Capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Pólis, 2000.

BOLAÑO, C. Trabalho Intelectual, Comunicação e Capitalismo. A Reconfiguração do Fator Subjetivo na Atual Reestruturação Produtiva. **Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política**, nº 11, p. 53-78, 2002.

BOLAÑO, C.; BASTOS, M. D. Um pensamento materialista em comunicação. In: BIANCO, N. R.; LOPES, R. S. (Org). **O Campo da Comunicação: Epistemologia e Contribuições Científicas**. São Paulo: Socicom Livros, 2020. pp. 165-187.

BRITO, V. P. **Poder informacional e desinformação**. 2015. Tese de Doutorado. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais.

CHOMSKY, N.; HERMAN, E.. **Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media**. New York: Pantheon Books, 2002.

FIGUEIREDO, C.; BOLAÑO, C. Social Media and Algorithms: Configurations of the Lifeworld Colonization by New Media. **International Review of Information Ethics**, v. 26, p. 12, 2017.

GRESPLAN, Jorge. História e historiografia das crises. **Revista História**. São Paulo, n.179, 2020, pp. 1-27. Disponível em: <scielo.br/j/rh/a/GZRPw7my9F6rqbVjT5bwX9n/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 30.jun.2022

GRAMSCI, A. **Cadernos do Carcere**. Vol. 3. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

HARVEY, D. **Condição Pós-Moderna**. São Paulo: Loyola, 2012.

KAPFERER, J. **Boatos: o Mais Antigo Mídia do Mundo**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993.

KEYES, R. **The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life**. Macmillan, 2004.

KONDER, L. **Introdução ao Fascismo**. São Paulo: Expressão Popular, 2009.

LASSWELL, H. **Propaganda Technique in The World War**. New York: Peter Smith, 1938

LEVITSKY, Steven e ZIBLATT, Daniel. **Como as democracias morrem**. São Paulo: Zahar, 2018.

LÉVY, P. **A Inteligência Coletiva**. Por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Edições Loyola, 2015.

MARINONI, B.; GALASSI, V. Aspecto da Desinformação, Capitalismo e Crises. In: MARTINS, H. **Desinformação, Crises Políticas e Saídas Democráticas para as Fake News**. (Versão epub). São Paulo, Venetta.

MOUNK, Yascha. **O povo contra a democracia**: Por que nossa liberdade corre perigo e como salvá-la. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

MARX, K. **O Dezoito de Brumário de Louis Bonaparte**. São Paulo: Centauro, 2003.

MARX, K. **O Capital**. Crítica da Economia Política. Livro 1. O Processo de Produção do Capital. São Paulo: Boitempo, 2013.

PACHUKANIS, E. B. **Fascismo**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2020.

RUNCIMAN, David. **Como a democracia chega ao fim**. São Paulo: Todavía, 2018.

STREECK, Wolfgang. **Tempo comprado**: a crise adiada do capitalismo democrático. São Paulo: Boitempo, 2018.

SUNSTEIN, C. R. **A Era do Radicalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010

VALENTE, J.C.L. Regulando desinformação e fake news: um panorama internacional das respostas ao problema. **Comunicação Pública**, v. 14, n. 27, 2019. Disponível em: <journals.openedition.org/cp/5262>.

WARDLE, C; DERAKHSHAN, H. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. **Council of Europe**, v. 27, 2017.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Materialismo**. São Paulo: Unesp, 2011.

WORD OF THE YEAR 2016. **Dicionário Online Oxford**. Disponível em: <en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>. Acesso em 23 fev 2017.

# CAPÍTULO 9



## Jornalismo ambiental sob a perspectiva dos estudos decoloniais

Katarini Miguel entrevista  
Eloísa Beling Loose e  
Ilza Tourinho Girardi

A construção dos conhecimentos das interfaces entre comunicação e meio ambiente estão no foco do Grupo de Pesquisa Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente, com mais de 30 anos de atividade na INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Os temas deste escopo, sempre tão complexos e em disputa, impuseram um desafio na revisão da ementa do GP no mais recente processo de avaliação dos Grupos de Pesquisa da INTERCOM, ocorrido no primeiro semestre de 2022: repensar a interdisciplinaridade da comunicação (sócio) ambiental desde uma perspectiva não hegemônica. Assim, passaram a integrar oficialmente os interesses do nosso Grupo as pesquisas e processos que problematizem saberes tradicionais, decoloniais e as diferentes comunidades epistêmicas, considerando as possibilidades de relação e coprodução entre gênero, raça, cultura e sociedade.

Neste sentido, ao organizarmos um encontro da 4ª temporada de *Lives Cátedra INTERCOM*, a necessidade



de problematizarmos a colonialidade do poder no sistema mundo (QUIJANO, 2005) em uma das práticas reiteradoras das assimetrias sociais, o Jornalismo, revelou-se mister. Descolonizar práticas jornalísticas pode contribuir para romper com as dualidades hegemônicas e com as violências, na visão do nosso GP. Para além da pesquisa acadêmica e junto dela, o jornalismo pode ser pensado com mais pluralidade e engajamento, no caso, com as lutas socioambientais.

Assim, organizamos o encontro “Jornalismo ambiental sob a perspectiva dos estudos decolônias”, disponível nas plataformas da INTERCOM, com a presença de duas pesquisadoras, Ilza Girardi e Eloísa Loose, referências nas áreas de Comunicação e Jornalismo Ambiental, com larga trajetórias acadêmicas, e potentes debates sobre o segmento de noções da decolonialidade e suas relações com a exploração do meio ambiente. O evento foi mediado e a entrevista realizada pela atual coordenadora do GP, a professora da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul Katarini Miguel, que investiga os ativismos socioambientais em rede.

A professora Ilza Tourinho Girardi é titular aposentada da Universidade Federal do Rio Grande do Sul desde junho de 2021, onde continua como pesquisadora e docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRGS. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, com estudos na Universidade Autônoma de Barcelona, Ilza é líder do grupo de pesquisa em Jornalismo Ambiental (CNPq/UFRGS). Eloísa Beling Loose também é docente na UFRGS. Pós-doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRGS, é doutora em Meio Ambiente e Desenvolvimento pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) e se doutorou novamente, em 2021, em Comunicação pela UFRGS. Eloísa realizou estágio doutoral na Universidade do Minho e recebeu o Prêmio Capes 2017 pela melhor tese na área de Ciências Ambientais.

As duas pesquisadoras situaram as questões decoloniais durante a *Live*, como conceitos e práxis que, de certa



forma, já estavam na ordem de preocupações da comunicação ambiental, a partir de autoras e autores como Edgar Morin, Fritjof Capra, Vandana Shiva, mas com outra roupagem acadêmica; agora mais emergente e demarcada. Elas também compartilharam as experiências de pesquisa e a criação de disciplinas e grupos específicos de Jornalismo Ambiental na universidade em que atuam.

Nesta entrevista, tentamos aprofundar este debate, sintetizando questionamentos centrais e retomando perguntas que foram levantadas durante a própria Live da INTERCOM. Para isso, dividimos as indagações em dois momentos principais: “A crítica da colonialidade presente no Jornalismo Ambiental” e “Pesquisa e ensino de Jornalismo Ambiental”. No primeiro deles, Eloísa fala sobre os conceitos e apropriações da prática jornalística, de diferentes ordens, com os estudos decoloniais. “A perspectiva eurocêntrica, marcada pela ciência moderna, desumaniza outras formas de ser e sentir. O Jornalismo Ambiental defende a pluralidade de saberes, assim como uma outra relação, mais integral, com a natureza”. No segundo, Ilza aborda a trajetória do mais antigo grupo do país que pesquisa o jornalismo na cobertura das questões ambientais, liderado por ela, e traz exemplos de autores e obras que compõem o arcabouço teórico-conceitual do campo. Ela também fala da necessidade de rever os parâmetros acadêmicos diante das tantas crises ambientais. “A universidade poderia ser um espaço de mudança epistemológica no jornalismo para uma perspectiva decolonial, mas para isso deveria haver um processo de mudança de pensamento”.

Mais do que problematizar o jornalismo e suas rotinas produtivas, as entrevistadas no levam a enxergar caminhos, de passado e futuros, que oferecem horizontes para a justiça ambiental no presente.

### **1). A crítica da colonialidade presente no Jornalismo Ambiental**

**Katarini Miguel:** Os estudos decoloniais e os debates sobre as tantas assimetrias de um sistema opressor com violências

persistentes que são, de certa forma sustentadas pela exploração da própria natureza, são uma exigência dos nossos tempos; trazem novas lentes, inclusive, para a prática jornalística. Nesse sentido, se vocês concordam com esse pressuposto, em que momento essa crítica decolonial (que não é nova, reconhecemos) passou a fazer sentido para o jornalismo ambiental?

**Eloísa Beling Loose:** O Jornalismo Ambiental discutido pelo Grupo de Pesquisa Jornalismo Ambiental (CNPq/UFRGS) desde as suas origens parte de referências que realizam a crítica da colonialidade, mesmo que só tenha sublinhado isso em textos recentes. O Jornalismo Ambiental (JA) está alinhado com a quebra das monoculturas do conhecimento rigoroso, das classificações naturais, do tempo linear, da escala e da produtividade. Ele entende que a perspectiva eurocêntrica, marcada pela ciência moderna, desumaniza outras formas de ser e sentir, e defende a pluralidade de saberes, assim como uma outra relação, mais integral, com a natureza. Partindo da análise trazida por [Walter] Mignolo, entendemos que a exploração da natureza é uma das bases da matriz colonial, sustentada até os dias de hoje – algo a ser denunciado e explicado na cobertura dos fatos sob a perspectiva do JA.

**Katarini Miguel:** Vários autores/as e teóricos/as que atuam na interface entre jornalismo/comunicação e meio ambiente já faziam essa crítica ao processo de colonialidade, mas com outras perspectivas e denominações que vemos se encontrarem agora. Quais pesquisadores ou pesquisas vocês destacam que já conseguiam estabelecer essas relações e auxiliar no entendimento da colonização como base predatória da natureza?

**Eloísa Beling Loose:** Todos aqueles que cruzam com teóricos do campo Ambiental acabam por, em diferentes medidas e

intensidades, trazendo contributos para pensar o jornalismo ou a comunicação de questões ambientais de maneira crítica. Carlos Walter Porto-Gonçalves, por exemplo, é um pesquisador brasileiro que muito tem colaborado para pensarmos as violências persistentes decorrentes da subjugação do meio ambiente. Há tantas questões entrelaçadas quando falamos desse processo que, às vezes, percebemos que o questionamento da colonialidade acaba sendo fragmentado no âmbito da Comunicação e a dominação da natureza perde espaço frente às violações decorrentes de gênero ou raça, para citar alguns enfoques. A perspectiva da justiça ambiental permite observarmos de forma integral essas conexões que geram múltiplas deteriorações para a natureza e para a humanidade.

**Katarini Miguel:** A colonialidade é sustentada pela exploração da própria natureza, como diz Mignolo; é parte da matriz colonial, que reproduz pensamentos únicos, estruturas hierarquizadas para dominação. Como essa visão é reproduzida pelo jornalismo? É possível mudar essa concepção estrutural?

**Eloísa Beling Loose:** É preciso lembrar que existem muitas expressões de práticas do campo jornalístico. De forma geral, o jornalismo hegemônico ainda possui dificuldade em confrontar o sistema, afinal ele se mantém a partir dos poderes político-econômico estabelecidos; os próprios critérios de noticiabilidade e o entendimento do que são fontes de autoridade encarceram a representação dos fatos em enquadramentos e estruturas que pouco fomentam a criticidade. Contudo, há profissionais e espaços dentre desses meios que, eventualmente, buscam romper algumas posições, agindo nas brechas do sistema. Por outro lado, temos o jornalismo alternativo e o engajado, que, apesar de não desfrutar do mesmo alcance dos veículos tradicionais, apresentam uma cobertura mais questionadora e plural em termos de vozes ouvidas. A mudança estrutural só se dará a

partir de uma nova cultura no Jornalismo, pois há questões que precisam ser revistas, como essa busca utópica em direção à objetividade e a ideia de que só é notícia aquilo que é novo, que rompe com a normalidade: os processos lentos, que tentam ser naturalizados, precisam ser mais visibilizados.

**Ilza Tourinho Girardi:** Mesmo quando o jornalismo praticado nos meios hegemônicos critica veementemente os processos de desmatamento, permissão do garimpo em terras indígenas e perseguição de comunidades indígenas e quilombolas, entre outras práticas criminosas, como política implementada pelo Governo Federal, que desmonta os órgãos de fiscalização, tal crítica não avança em relação ao agronegócio, à produção de commodities. Frequentemente as super safras de soja são festejadas, como se o passivo socioambiental dessa cultura não existisse. O mesmo ocorre quando a construção dos parques eólicos e as hidrelétricas são apresentadas como energias limpas, mesmo que impliquem em violações das leis ambientais e às comunidades do entorno dessas regiões. A agroecologia e os sistemas agroflorestais praticamente não são mostrados como sistemas de plantios justos do ponto de vista da sociobiodiversidade, porque esse pensamento foge do ideal de desenvolvimento e mesmo desenvolvimento sustentável, como se isso fosse possível. A matriz colonial ainda povoa o pensamento dos jornalistas. Muitas vezes até aqueles que se consideram jornalistas ambientais continuam com o discurso do desenvolvimento sustentável e da economia ou capitalismo verde.

**Katarini Miguel:** Nesse sentido, os veículos não hegemônicos, por exemplo, realizam uma cobertura ambiental mais complexa? As mídias ditas “independentes” conseguem mobilizar os preceitos de jornalismo ambiental alinhados à proposta da decolonialidade? O que a Eloísa encontrou na sua tese de doutorado “Jornalismo e mudanças climáticas desde o Sul - análise dos veículos não hegemônicos” (LOOSE, 2021)?

**Eloísa Beling Loose:** A pesquisa sobre a cobertura climática realizada com os veículos Colabora, Conexão Planeta e Envolverde mostrou que há uma abertura maior para a crítica em relação aos meios hegemônicos, mas também muitas convergências no que diz respeito às fontes, abordagens e formatos de texto. Há gradações de alternatividade entre os três veículos ao longo dos dois anos de estudo – uns fazem questionamentos explícitos e não cumprem a cartilha das estratégias discursivas que geram um efeito de objetividade, enquanto outros reproduzem o estilo e as pautas da mídia *mainstream*. O fato de existir recursos para acompanhamento dos acontecimentos faz toda a diferença no enfoque que será dado; se os veículos alternativos ficam sem recursos, tornam-se mais dependentes das versões do jornalismo hegemônico. Mesmo sendo veículos preocupados com o meio ambiente, nem sempre questionamentos ou soluções mais radicais são apresentadas, evidenciando a colonialidade do campo jornalístico como um todo.

**Katarini Miguel:** A questão decolonial também pauta outros atravessamentos como raça, gênero, e incluímos aqui a justiça ambiental climática. E neste contexto das mudanças climáticas também temos a preocupação com o racismo ambiental. A Eloísa que traz esta pauta do clima para seus estudos, poderia comentar isso? E há explicação para temas como o racismo ambiental e necropolítica só agora serem incorporados, pelo menos de forma intensa, pelo debate político e acadêmico?

**Eloísa Beling Loose:** A crise climática é entendida como o grande desafio ambiental do nosso tempo por diferentes cientistas e, muitas vezes, é tomada como sinônimo de crise ambiental. Em face da gravidade dos efeitos já sentidos e da urgência de tomarmos medidas para limitar a emissão de gases de efeito estufa a fim de evitar os piores cenários já publicados pelo IPCC [Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas], maior autoridade científica da área, a cobertura do tema se

tornou frequente em todo o globo, porém nem sempre evidencia suas causas, traz a perspectiva social ou discute alternativas efetivas (e não somente aquelas reformistas, que possuem caráter mais paliativo). A maior quantidade e intensidade de eventos climáticos extremos, como inundações e tempestades, por exemplo, descortinam qual é a parcela da população que mais sofrerá com o agravamento das mudanças climáticas. O racismo ambiental fica explícito quando observamos quem são as pessoas mais vulnerabilizadas do nosso país e como funciona a necropolítica ao ouvirmos nossos governantes culpabilizarem as vítimas por suas perdas. O debate social ganha força a partir do Sul Global, onde residem a maior parte da população que já é afetada pela intensificação das mudanças climáticas.

**Katarini Miguel:** Este modelo que vocês bem denominam como ecodestrutivo e insustentável é alicerçado por um discurso técnico-científico que dita o que seria um conhecimento “civilizatório”; estamos conseguindo enxergar outros saberes? A academia avançou nisso?

**Eloísa Beling Loose:** Há uma tentativa de aproximar outros saberes da academia, mas isso ainda não é uma política ou ação generalizada. As universidades também precisam ser descolonizadas para reconhecer aqueles que foram invisibilizados por tantos anos. As instituições de ensino tendem a assumir novos discursos, mas, na prática, existe uma resistência para se abrir ao diferente, para as formas de conhecimento que desafiam o que já é conhecido. Um exemplo disso é a adesão dos cursos à interdisciplinaridade, que é uma abordagem teoricamente bem aceita no meio científico, mas com casos raros de implementação.

**Katarini Miguel:** Um dos fundamentos do Jornalismo Ambiental é o engajamento do próprio jornalista como alguém que não pode se eximir da responsabilidade com a sustentabilidade da

vida (LEFF, 2001; BUENO, 2007), refutando a neutralidade. Como lidar com isso no contexto das práticas canônicas jornalísticas que pregam distanciamento e objetividade? Ou ainda como lidar com os tantos conflitos de interesse que cercam o jornalismo.

**Eloísa Beling Loose:** Não deveríamos mais discutir a possibilidade ou não de refutar a neutralidade. Ela é inalcançável. Somos sujeitos permeados por ideologias, valores, e não temos como bloqueá-las para produzir uma reportagem ou um artigo científico. Além disso, no caso da proteção ambiental, a quem interessa a destruição? Quem ganha com a superexploração desmedida? Como bem público, deveria ser dever de todos os jornalistas defender a vida, defender nosso planeta. No Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros defende-se abertamente a luta contra o autoritarismo e à opressão, e o posicionamento a favor da liberdade de pensamento e expressão, assim como dos direitos humanos. Por que o debate ambiental também não é endossado por todos os profissionais? De que forma que os interesses econômicos de uma minoria capturaram esse tema e o descolaram da nossa sobrevivência? Penso que o JA auxilia na religação da humanidade com a natureza, e, aos poucos, deve afetar outras formas de jornalismo a questionar o *status quo* e a deterioração de todas as formas de vida.

## **2) Pesquisa e ensino de Jornalismo Ambiental**

**Katarini Miguel:** Em que momento da história do jornalismo ambiental surge o Grupo de Pesquisa em Jornalismo Ambiental da UFRGS? Foi uma iniciativa pioneira no Brasil? Quando começa esse novo modo de olhar as relações entre jornalismo e meio ambiente?

**Ilza Tourinho Girardi:** O Grupo de Pesquisa Jornalismo Ambiental (GPJA), registrado no CNPq em 2008, é o mais antigo do país com o com o propósito de investigar esse



modo de praticar o jornalismo voltado para questões de meio ambiente. A pesquisa acadêmica ainda estava em fase de consolidação. Na época eu já havia orientado muitos TCCs em Jornalismo com temáticas ambientais, algumas dissertações de mestrado e tinha projeto de pesquisa em andamento. A criação das disciplinas Jornalismo Ambiental na Graduação, em Comunicação Social, em 2003, e Comunicação, Práticas Culturais e Meio Ambiente, em 2004 (substituída por Jornalismo e Meio Ambiente, em 2010) no Programa de Pós-Graduação em Comunicação na UFRGS, contribui muito com o avanço das pesquisas na medida em que exigiu a construção de um referencial teórico que desse sustentação para as disciplinas. Tal referencial partiu de um olhar interdisciplinar para a busca de uma visão mais ampliada que permitisse perceber as conexões e a relação de interdependência entre os seres e os eventos da natureza. Para tanto foi necessário buscar autores de outras áreas do conhecimento fora do Jornalismo, como Nancy Mangabeira Unger, Vandana Shiva, Fritjof Capra, Edgar Morin, Enrique Leff, Carlos Walter Porto Gonçalves, John Hannigan, Michel Serres, Humberto Maturana, Manuel Castells, entre outros. Entre os autores do Jornalismo foi fundamental a leitura da obra organizada pelo jornalista uruguaio Victor Bacchetta, “Cidadania Planetária: temas e desafios do jornalismo ambiental” e mais tarde, em 2007, o livro de Wilson da Costa Bueno, “Comunicação, jornalismo e meio ambiente: teoria e pesquisa”, que contribuiu para a compressão das características e funções do Jornalismo Ambiental. Mais tarde tivemos as contribuições da obra “Jornalismo Ambiental: desafios e reflexões”, organizadas por mim e pelo Reges Toni Schwaab, e publicada em 2008 com textos dos jornalistas que participaram do 2º Congresso Brasileiro de Jornalismo Ambiental, realizado em Porto Alegre, bem como com os artigos acadêmicos apresentados por pesquisadores do jornalismo ambiental.

Como resultado da produção acadêmica na área, foi publicado, em 2011, “Ecos do Planeta: estudos sobre Informação

e Jornalismo Ambiental”, organizado por mim, Eloisa Belling Loose e Clarissa Cerveira de Baumont. Já em 2018 o Grupo de Pesquisa lança o e-book “Jornalismo Ambiental: teoria e prática”, organizado por mim, Cláudia Herte de Moraes, Eloisa Belling Loose e Roberto Villar Belmonte. Como escrevemos em sua apresentação: “Decidimos então investir nosso tempo em uma obra com caráter mais didático, de fácil acesso, voltada especialmente aos alunos de graduação. Nosso objetivo com este e-book é apresentar a fundamentação teórica já existente sobre a área, além de propor reflexões e exercícios práticos, bem como leituras complementares para o ensino do Jornalismo Ambiental nos cursos de graduação”.

**Katarini Miguel:** A Rede Brasileira de Jornalismo Ambiental impulsionou as pesquisas e a prática do jornalismo ambiental, até de forma independente, me lembro porque participei de algumas edições. Como está a Rede hoje? Quais os legados dessa iniciativa?

**Ilza Tourinho Girardi:** A Rede Brasileira de Jornalismo Ambiental, criada em 1998, continua atuante. São 829 membros, com participação ativa de uns 30 que se comunicam por meio de rede na internet e de dois grupos de whatsapp trocando pautas e informações importantes sobre o que está acontecendo na área ambiental. É um espaço fundamental para nos mantermos atualizados sobre o que está acontecendo e desenvolvermos um olhar crítico sobre a política ambiental brasileira e a cobertura jornalista sobre o tema. Através da rede tomamos conhecimentos de projetos, livros, eventos e produções dos colegas, ajudamos colegas a encontrar fontes e propomos pautas. Foi a rede que organizou os Congressos Brasileiros de Jornalismo Ambiental (Santos, 2005; Porto Alegre, 2007; Cuiabá, 2010; Rio de Janeiro, 2011; Brasília, 2013; São Paulo, 2015), com mostras científicas desde a segunda edição e os encontros nacionais de pesquisadores em

jornalismo ambiental no Rio de Janeiro, 2011; Porto Alegre, 2014; São Paulo, Porto Alegre, 2016 e 2018).

A partir da edição de 2011, os encontros nacionais de pesquisadores em jornalismo ambiental passaram a ser organizados pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo Ambiental, com o apoio da rede e do Núcleo de Ecojornalistas do Rio Grande do Sul e UFRGS. Os encontros de 2014, 2016 e 2018 ocorreram em Porto Alegre, na UFRGS, fora do congresso. Os encontros de pesquisadores, desde a iniciação científica, com participação de pesquisadores de outros países, assim como a criação das disciplinas de Jornalismo Ambiental foram legados da rede. Sem o apoio dos jornalistas da rede, e do Núcleo de Ecojornalistas do Rio Grande do Sul teria sido bem mais difícil criar tais disciplinas, pois para criá-las foi necessário vencer uma barreira dos próprios professores de jornalismo e mesmo da maioria dos profissionais que atuavam na imprensa, pois não consideravam tal formação necessária. Segundo os colegas bastaria seguir os rituais do jornalismo para fazer a cobertura bem feita. A observação sobre o que ocorre mostra que não basta ser jornalista, é necessário formação na área.

**Katarini Miguel:** Por mais que reconheçamos a importância de cadeiras específicas, pode parecer um contrassenso, a partir da ideia inter e transdisciplinar da questão ambiental e do preceito da transversalidade do JA, tratá-la de forma isolada. Há realmente (ou ainda) necessidade de uma disciplina?

**Ilza Tourinho Girardi:** O nosso sonho é que um dia todo o jornalismo seja ambiental porque os jornalistas compreenderão que todas as temáticas poderão ser relacionadas ao meio ambiente ou à natureza, que é um conceito mais amplo. O Jornalismo Ambiental não é uma especialização, é um olhar ampliado que busca encontrar as conexões a partir de uma visão sistêmica e a compreensão da complexidade dos eventos ambientais. É um Jornalismo engajado que atua em defesa da vida em todas as suas dimensões e contempla a diversidade de

vozes, além das fontes oficiais, da ciência, como os povos da floresta, quilombolas, entre outros. É necessário formação para compreender essas relações. A disciplina aponta caminhos para que a formação seja continuada e seja de iniciativa dos próprios jornalistas.

**Katarini Miguel:** Nesse escopo da transdisciplinaridade, fazem parte das referências das pesquisas em JA e alicerçam nossos estudos, autores como Vandana Shiva, Enrique Leff, Fritjof Capra, Edgar Morin, entre outros que vocês podem citar. O que precisamos aprender e alcançar com esses autores que não são especificamente da Comunicação ou do Jornalismo?

**Ilza Tourinho Girardi:** São muitos aprendizados. Quando começamos a estudar a história da destruição ambiental que nos trouxe à situação de hoje, de emergência ambiental e/ ou climática, aprendemos que foi um modo de pensar baseado no paradigma cartesiano que levou o mundo ocidental a desenvolver tecnologias para dominar a natureza tendo por finalidade o aumento da produtividade para a obtenção de lucros cada vez maiores. Foi um processo que gerou aumento dos lucros, degradação ambiental, doenças e pobreza. Essa forma de pensar, que alguns chamam de pensamento único, autoritário, Vandana Shiva (2003) denomina de monoculturas da mente. Para conseguir dominar, controlar é necessário que todos pensem do mesmo modo. Vandana Shiva nos ensina que as monoculturas agrícolas correspondem a um modo de pensar que predomina na mente de quem quer dominar e controlar. Para tanto toda diversidade precisa ser abolida, com o uso dos agrotóxicos e outras tecnologias que garantam a presença de uma única espécie. O controle do pensamento se dá através da censura da imprensa, dos livros e da educação e cultura.

Enrique Leff nos diz que para entender os processos da natureza é necessário a adotar outra racionalidade, a racionalidade ambiental, que questiona a racionalidade capitalista, que é associada à racionalidade científica e

tecnológica que tenta anular a incerteza aumentar o controle sobre a realidade e o domínio sobre a natureza. Essa racionalidade exige a formação de um novo saber a partir da visão interdisciplinar do conhecimento. É um saber ambiental que busca compreender o comportamento dos sistemas socioambientais complexos, incorporando valores éticos e saberes tradicionais.

Com Capra aprendemos que a natureza é um sistema com todas as partes interconectadas influenciando umas às outras. No livro “Ponto de Mutação” (1982) nos diz como enxerga o jornalismo atuando nessa perspectiva.

Edgar Morin, assim como Paulo Freire nos falam sobre a necessária mudança de pensamento através da educação para a construção de uma outra sociedade mais harmônica. O jornalismo, pela sua função educativa e seu grande alcance tem o potencial de atuar nesse sentido pautando sobre o que as pessoas podem conversar, debater e assim construir entendimentos sobre temas de interesse da cidadania. Isso reforça a importância da informação correta, pois ela vai desencadear processos comunicações e contribuir para que as pessoas superem modelos de pensamento baseados em falsas crenças.

Carlos Walter Porto Gonçalves, através da ecologia política e da geografia ambiental desnuda as estratégias de poder da geopolítica da biodiversidade e do desenvolvimento sustentável que acirram processos anteriores de apropriação destrutiva da natureza, assim como anulam as práticas culturais cooperativas e solidárias.

Nancy Mangabeira Unger é surpreendente quando nos fala sobre a necessidade de superar o pensamento que nos separa da natureza, herança do pensamento cartesiano, para nos religarmos, para nos reencantarmos. A separação ocorreu como método para possibilitar a dominação. O humano se separou da natureza para poder dominá-la, destruí-la e usá-la para seu benefício, para obtenção de poder, de lucro. É isso

que observamos hoje de forma ainda mais feroz. A natureza foi dessacralizada para ser objeto e ser controlada. Ela nos traz a visão de espiritualidade como uma retomada daquilo que foi separado. É necessário nos reencantarmos, religarmos e nos sentirmos natureza, como ocorre com os povos indígenas, que cuidam das florestas, dos rios, porque são a floresta e os rios. Os livros “O Encantamento do Humano: Ecologia e Espiritualidade” e “Da foz à nascente: o redado do rio”, são leituras obrigatórias. Poderia seguir citando outros livros, como “O Contrato Natural” de Michel Serres, que apela para que assinemos um contrato que garanta a existência da natureza.

**Katarini Miguel:** Como vocês avaliam a formação de jornalistas para a temática ambiental? A universidade poderia ser um espaço de mudança epistemológica no jornalismo para uma perspectiva decolonial? Como?

**Ilza Tourinho Girardi:** A formação na universidade está muito aquém do necessário. A disciplina de jornalismo ambiental na graduação, quando existe, é eletiva e oferecida quando há disponibilidade do professor. Mesmo que as Novas Diretrizes Curriculares do Curso de Jornalismo tenham incluído a questão ambiental no primeiro eixo de conteúdos curriculares e mencione o conhecimento sobre o desenvolvimento sustentável (mesmo que questionemos este conceito) e sobre as regiões ecológicas do país, o corpo docente dos cursos foi relutante em aceitar o Jornalismo Ambiental como disciplina. Talvez a disciplina da UFRGS seja a única que existe ainda, mas com a denominação de Jornalismo e Meio Ambiente. No máximo o conteúdo ambiental foi colocado em outra disciplina, o que é importante, mas não é jornalismo.

A universidade poderia ser um espaço de mudança epistemológica no jornalismo para uma perspectiva decolonial, mas para isso deveria haver um processo de mudança de pensamento. A crise ambiental e/ou climática tem o potencial de provocar essa mudança, assim como fez a

temática ambiental estar mais presente na imprensa, mesmo que muitas vezes as abordagens necessitem reparos. É possível perceber esse olhar nos novos professores de jornalismo. Essa mudança é possível, assim como nós fomos incluindo novos temas como o racismo e justiça ambiental, ecofeminismo e a necropolítica. É muito provável, pelo menos aconteceu comigo, que os ensinamentos dos povos indígenas contribuam para a abertura das mentes para a inclusão de temas mais amplos, mas todos interconectados com a natureza. Ailton Krenak tem nos ensinado muito sobre esse caminho da conexão.

**Katarini Miguel:** Ainda sobre a cobertura jornalística ambiental atual, ao mesmo tempo em que essas disciplinas e debates ganham espaços nos currículos de Jornalismo e jovens são formados com a visão mais aguçada para essas questões, as lógicas produtivas das redações estão cada vez mais precarizadas. Vocês percebem jornalistas angustiados com essa questão e com a complexidade que o tema vem demandando? Como resolver isso e se aproximar do ideal do Jornalismo Ambiental?

**Ilza Tourinho Girardi:** Percebemos os jornalistas muito angustiados, sofrendo com a enormidade de notícias dramáticas como, por exemplo, a morte de pessoas que defendem a natureza e os povos indígenas. O assassinato do indigenista Bruno Pereira e do jornalista Dom Phillip mobilizou muito os jornalistas. Existe uma dificuldade enorme para os jornalistas viajarem aos rincões mais distantes para ouvir o que as pessoas têm a dizer. A imprensa hegemônica nem sempre faz esses investimentos, porque também esbarra nos interesses econômicos dos seus proprietários. A imprensa não hegemônica tem dificuldade para acessar fontes de financiamento. A democratização dos meios de comunicação e o acesso ao financiamento seria uma possibilidade para nos aproximarmos do ideal do Jornalismo Ambiental. Mesmo com essas dificuldades somos constantemente surpreendidos com



belos projetos e belas reportagens, o que mostra que é possível fazer um bom trabalho.

## Referências

BACCHETTA, Victor L. (org). **Ciudadania Planetaria**: temas y desafios del periodismo ambiental. Montevideo: IFEJ, 2000.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação, jornalismo e meio ambiente**: teoria e pesquisa. São Paulo, Marajoara Editorial, 2007.

CAPRA, Fritjof. **O Ponto de Mutação**. São Paulo: Cultrix, 1982.

GIRARDI, Ilza; SCHWAAB, Reges (org.). **Jornalismo Ambiental**: desafios e reflexões. Porto Alegre: Editora Dom Quixote, 2008.

GIRARDI, Ilza Maria Tourinho; MORAES, Cláudia Herte de; LOOSE, Eloisa Beling; BELMONTE, Roberto Villar. **Jornalismo Ambiental**: teoria e prática. Porto Alegre: Metamorfose, 2018.

LEFF, Enrique. **Epistemologia Ambiental**. São Paulo: Cortez, 2001.

LOOSE, Eloisa. **Jornalismo e mudanças climáticas desde o sul**: os vínculos do jornalismo não hegemônico com a colonialidade. 2021. 253f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021. Disponível em: <lume.ufrgs.br/handle/10183/220347>. Acesso em: 14 jun.2022.

MIGNOLO, Walter D. **Desobediência epistêmica**: a opção descolonial e o significado de identidade em política. Rio de Janeiro: Cadernos de Letras da UFF, 2008.

SERRES, Michel. **O Contrato Natural**. Lisboa: Instituto Piaget, 1990.

SHIVA, Vandana. **Monoculturas da Mente**: perspectivas da biodiversidade e da biotecnologia. São Paulo: Gaia, 2003

UNGER, Nancy Mangabeira. **O Encantamento do Humano**: Ecologia e espiritualidade. São Paulo: Loyola, 1991.

*Katarini Miguel entrevista Eloísa Beling Loose e Ilza Tourinho Girardi*

UNGER, Nancy Mangabeira. **Da foz à nascente**: o redado do rio. São Paulo: Cortez, 2001

QUIJANO, Aníbal. Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina. LANDER, Edgardo (org). **A colonialidade do saber**: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latinoamericanas. CLACSO, Buenos Aires, Argentina. 2005.

# CAPÍTULO 10



# Racismo e desinformação: apontamentos sob a perspectiva antirracista

Márcia Guena  
Paulo Victor Melo  
Alice Andrade  
Ceres Santos  
Andrea Rosendo  
Marcelle Chagas  
Marcus Vinicius Pereira  
Tarcízio Silva  
Zilda Martins

## Introdução

De que modo a desinformação fortalece e é implicada por lógicas racistas? Como as *fake news* se articulam com outros fenômenos, como o discurso de ódio, e, deste modo, aprofundam violências contra grupos racializados? O que os diversos conteúdos enganosos sobre Marielle Franco, que circularam rapidamente na internet após o seu assassinato, nos dizem sobre desinformação como expressão do ódio racial? As diferentes narrativas que surgem sobre jovens negros logo após serem assassinados, como se fossem criminosos, e como se isso fosse justificativa para suas mortes, não materializam uma simbiose entre desinformação e racismo?

Muito antes das chamadas *fake news* entrarem na gramática popular e para a pauta de preocupações até mesmo da mídia privado-comercial, que insiste em tratar o problema na lógica do bem x mal, do fato x *fake*, os grupos subalternizados já reclamavam por notícias verossímeis em relação às suas vidas, em particular a população negra, maioria da população

brasileira, vítima das violências raciais de várias origens - do Estado, do Mercado, das instituições - e das violências simbólicas seculares, que repercutem na representação negativa veiculada pela mídia tradicional hegemônica.

Logo, articular “comunicação, informação, tecnologias, raça e racismo” representa um grande desafio de combate à histórica desinformação que incide sob cosmogonias não hegemônicas, formas de comunicação não consideradas e pouco estudadas, assuntos não visualizados, pautas desconsideradas nas rotinas produtivas, fontes não ouvidas nos telejornais. Significa recusar a espiral do silêncio, com bem caracterizou Elisabeth Noelle-Neumann (2017) e considerar as vozes significativas que compõem a nossa história em todos os campos do conhecimento, como propõe Patricia Hill Collins (2019), ao reivindicar para o campo da construção do conhecimento as falas e vivências das mulheres negras nos Estados Unidos, silenciadas pelo patriarcalismo e pelo racismo e encaixotadas em imagens de controle, amplamente incorporada pelas várias expressões da mídia dentro e fora do Brasil.

Buscando refletir sobre essas questões, o presente texto, motivado pelas discussões feitas na atividade “Racismo e desinformação: dos discursos sobre cotas aos algoritmos”<sup>1</sup>, organizada pelo Grupo de Pesquisa Comunicação Antirracista e Pensamento Afrodiaspórico da INTERCOM, representa uma contribuição no sentido de pluralizar o debate sobre desinformação no Brasil, tendo como base o entendimento de que não é possível falar em desinformação ou fake news desconsiderando o racismo e as desigualdades raciais que nos caracterizam.

Buscando caminhar na consecução desse objetivo, o artigo estrutura-se, além desta Introdução, do seguinte modo: (i) inicialmente é feita uma breve apresentação do GP CAPA; (ii) na sequência são assinalados apontamentos sobre a problemática da desinformação, sob uma perspectiva de

---

1. Realizada em 24 de maio de 2022, no âmbito da série de Lives da Cátedra José Marques de Melo da Intercom

centralidade da questão racial; **(iii)** em seguida é discutido como as políticas afirmativas e de cotas raciais nas universidades exemplificam a operação de lógicas racistas em contextos de desinformação; **(iv)** e, por fim, são apresentadas considerações conclusivas.

### **Sobre o GP CAPA**

Historicamente, a implementação de políticas e ideologias racistas no Brasil permitiu a criação de estruturas segregacionistas e excludentes. No campo da comunicação, notadamente pessoas negras e indígenas foram invisibilizadas ou colocadas em papéis de subalternidade, seja nos programas de entretenimento e notícias, seja na ocupação de cargos nos veículos de mídia. Dado que esses veículos transmitiam ideologias dominantes, ainda que sob a perspectiva da “objetividade jornalística”, a mídia corporativa teve papel fundamental na consolidação da ideia de um país racialmente democrático, interditando a possibilidade de debate sobre justiça racial. Esse também foi o cenário nas escolas de jornalismo, inclusive quanto ao ensino apoiado em epistemologias hegemônicas brancas.

No ambiente digital, as plataformas tornaram-se viabilizadoras de desinformação, opressão algorítmica e discurso de ódio, sendo justamente pessoas negras e indígenas as principais prejudicadas por essas tecnologias, sofrendo com a violação ou perda de direitos com as políticas implementadas a partir da contaminação do debate público. As técnicas de controle, manipulação ou modulação de comportamento e discursos pertencem a um restrito e limitado grupo de grandes corporações de informação e tecnologia, muitas vezes mais poderosos até que estados nacionais.

Dentro desse contexto, torna-se cada vez mais necessária a produção de pesquisas para a formulação de conceitos, técnicas, tecnologias e políticas de comunicação que sejam capazes de enfrentar o aprofundamento das

desigualdades e injustiças raciais, sendo essas iniciativas concebidas por pessoas racializadas, com a participação ativa desses sujeitos para a construção de novas epistemes.

Partindo dessa perspectiva e visando congregiar pesquisas e reflexões na área da Comunicação e suas diversas subáreas tendo as hierarquias raciais como principal eixo de análise, foi criado, em 2022, o Grupo de Pesquisa Comunicação Antirracista e Pensamento Afrodiaspórico, no âmbito da INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

Resultado da articulação de quase cem pesquisadoras e pesquisadores, de diversas universidades e instituições de investigação das cinco regiões do Brasil, o GP CAPA se propõe a promover análises das hierarquias raciais estabelecidas na produção, veiculação e recepção de mensagens nos diversos tipos de mídias, em articulação com as relações de classe, gênero e sexualidade, bem como potencializar a realização de estudos sobre as práticas comunicacionais independentes, de caráter antirracista e contra-hegemônico e sobre as relações entre comunicação, tecnologias da informação, raça e racismo – prioritariamente, articuladas a questões territoriais, de gênero, sexualidade e classe.

[O GP] pretende se consolidar como espaço de produção e reflexão coletivas sobre as questões que articulam comunicação, informação, tecnologias, raça e racismo, a partir do acolhimento e encontro de pesquisadoras/es, dos mais variados graus acadêmicos, interessadas/os nestas temáticas. Visa também a contribuir para a construção de novas epistemes, baseadas em alternativas à racionalidade técnica eurocentrada, ampliando o combate ao epistemicídio de teorias racializadas por meio do debate coletivo e dos entrecruzamentos identitários presentes nas pesquisas (PROJETO GP CAPA)<sup>2</sup>.

---

2. Este trecho integra o projeto que foi submetido à Intercom, e aprovado, durante o processo de reclivagem dos Grupos de Pesquisa, iniciado em 2021 e finalizado em 2022.



Em termos teóricos, o GP fundamenta-se em contribuições da Sociologia da Comunicação, dos Estudos Culturais e da Epistemologia Decolonial, que articuladas possibilitam compreender a lógica das relações étnico-raciais engendradas na sociedade brasileira, as quais reservam aos descendentes de africanos e indígenas uma quase exclusão da esfera pública midiática.

As instituições midiáticas não podem ser interpretadas como dispositivos de via únicas, pois são interpeladas pelos diferentes públicos que questionam a hegemonia, interpretações de mundo e produção de subjetividades. É importante ressaltar que as disputas discursivas colocam o jogo do poder em termos relacionais. Isto é, sujeitos que outrora eram os subalternizados e subjugados, hoje, reclamam outras formas de representação para si e sobre si. É nesse sentido que é necessário convocar outras epistemologias. Outras matrizes de pensamento que se aproximam mais desses sujeitos colocados à margem no sistema de representação de existências (PROJETO GP CAPA)<sup>3</sup>.

A proposta também assume como referências as contribuições do pensamento amefricano e indígena, especialmente feminino, visto que, como argumenta Lélia Gonzalez (1988), intelectual negra brasileira, um dos principais entraves para não conectarmos ações políticas libertadoras – não apenas no Brasil, mas em toda a América – é o apagamento de que somos povos diversos, porém atravessados pelas experiências dos povos originários e africanos.

Neste mesmo sentido, como nos diz o escritor indígena Ailton Krenak (2019), é essencial, como ação de resistência, “aproveitar toda a nossa capacidade crítica e criativa para construir paraquedas coloridos”, afinal “há centenas de narrativas de povos que estão vivos, contam histórias, cantam, viajam, conversam e nos ensinam mais do que aprendemos nessa humanidade”.

---

3. Idem.

Outra noção que alicerça o GP CAPA é a da interseccionalidade enquanto paradigma de compreensão das sociedades baseada em opressões de raça, classe, gênero, sexualidade e demais marcadores, além de chave teórico-metodológica que busca capturar os efeitos estruturais e dinâmicas da interação entre dois ou mais eixos da subordinação, no sentido de desmontá-los (CRENSHAW, 2002; COLLINS, 2019).

Acrescenta-se, ainda, os estudos teóricos de Muniz Sodré (2014) sobre comunicação no contexto da sociedade midiaticizada. Em “Ciência do Comum”, o autor afirma que a midiatização é um conceito descritivo de um processo de mudanças qualitativas em termos de configuração social por efeito da articulação da tecnologia eletrônica com a vida humana. Portanto, refletir sobre esse conceito é considerar, ainda, as mudanças socioculturais e atuais no cenário das tecnologias da comunicação, bem como o funcionamento dos códigos tecnológicos que descrevem indivíduos.

Outra perspectiva de estudos sobre comunicação, raça e racismo, que tem se ampliado a partir da expansão da adoção de tecnologias da informação e comunicação por órgãos públicos e empresas privadas na mediação com os/as cidadãos/cidadãs consumidores/as, é a que se dedica a investigar a relação das TIC's com o racismo e processos de racialização, seja abordando o papel do racismo na internet e mídias sociais (HAMILTON, 2020), reflexões sobre mitos pós-raciais na tecnologia (NOBLE e ROBERTS, 2020), estudos críticos raciais da tecnologia (BENJAMIN, 2020), resistências emergentes (LIMA E OLIVEIRA, 2021) e racismo algorítmico (SILVA, 2020).

### **A Desinformação sob olhares antirracistas**

O problema da desinformação ganhou atenção generalizada e ares de urgência devido a seus impactos assombrosos no ganho de poder institucional de aparentes outsiders da política em torno do mundo. No Reino Unido, a opção pela saída da União Europeia impulsionada por

xenofobia e superdimensionamento sobre vantagens ou direitos de migrantes já provou ter consequências desastrosas para a economia, bem-estar social e cultura de toda a nação. Donald Trump, nos EUA, aprofundou as cisões entre posições dos Republicanos e Democratas ao aglutinar apoio explícito de grupos supremacistas declarados. Também inflamando a percepção pública já punitivista contra tráfico de drogas, Duterte abusou de desinformação nas Filipinas. Em El Salvador, o paroxismo na crença do digital pelo novo presidente levou a decisões financeiras focadas em especulação e desinformação: foi o primeiro país a adotar criptomoedas como uma das moedas oficiais, para desastre econômico.

Os exemplos poderiam continuar. Na nossa complexa realidade brasileira, vimos a ascensão de um presidente compromissado com a erosão das instituições e da transparência pública, ainda que tenha emulado – contra todas as evidências – uma postura anticorrupção. Entre os casos de desinformação em sua campanha – chamados de *fake news* no contexto de simularem, com frequência, a estrutura de notícias jornalísticas – vimos a circulação de ficções como a “mamadeira de piroca” (sic) que seria usada em aulas contra discriminação no ensino básico e acusações sobre familiares de seu concorrente serem os verdadeiros donos de famosas empresas bilionárias do país.

Ainda sobre o Brasil, particularmente em relação às eleições presidenciais de 2018, que foram influenciadas diretamente pela desinformação, importa lembrar que dentre as 50 imagens que mais circularam no Whatsapp no primeiro turno das eleições, 46 eram comprovadamente falsas (UFMG, USP e Lupa, 2018)<sup>4</sup>.

A produção estratégica da ignorância, entretanto, não surpreende olhares atentos sobre o país. Especialmente olhares antirracistas que, por definição, lutam contra séculos de impactos dos horrores da elaboração da ideia de raças humanas, pelo colonialismo europeu, usada como

4. <piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/10/17/whatsapp-lupa-usp-ufmg-imagens>.

tática de exploração e violência. Através da validação por instituições como a Igreja Católica ou pelo racismo científico, a desumanização e genocídio de milhões só foi possível através de um compromisso firme do eurocentrismo com a ignorância. Nos termos de Charles Mills, a produção de conhecimento eurocentrado tornou-se uma “estrutura abrangente, e virtualmente intocável, uma convicção de excepcionalismo e superioridade que parece justificada pelos fatos e, por isso, moldando circularmente a percepção dos fatos” (2018, p. 425).

Incidências da colonialidade na nossa construção de conhecimento e a própria negação do racismo se afiliam a esta moldagem dos fatos públicos em prol da aspiração da elite colonialista interna em se afiliar à branquitude. Desinformação no país, portanto, é impulsionada pelos caldos culturais de representações, exposições e apagamentos que são moldados muito além de “gabinetes de ódio” ou desinformação programática estratégica. São moldados também pela mídia tradicional que ainda exclui pessoas negras e indígenas de lugares de representação positiva no jornalismo e na ficção; as representam desproporcionalmente de forma violenta em novelas e séries; e desrespeitam seus direitos humanos, presunção de inocência ou devido processo em programas policiais.

Essa compreensão histórica coaduna com o que Sodré (1998) ressalta sobre o papel da mídia como catalisadora de expressões políticas sobre as relações raciais, em que o racismo é parte da estrutura institucional dos meios de comunicação, a partir de quatro fatores complementares: a) a negação – quando os meios de comunicação tendem a negar a existência do racismo; b) o recalçamento – quando, em seus diferentes modos de produção, os meios de comunicação recalçam aspectos identitários positivos das manifestações simbólicas de origem negra e indígena, por exemplo; c) a estigmatização – referência à distinção entre a identidade social virtual (aquela que se atribui ao outro) e a identidade social real (conferida por traços efetivamente existentes), sendo o estigma a marca

da desqualificação da diferença; e d) a indiferença profissional – com os meios de comunicação contemporâneos pautando-se pelos ditames do comércio e da publicidade, pouco interessados em questões como a discriminação de minorias.

Sabe-se efetivamente que da influência interativa entre elites de diferentes ordens - grupos de alta renda, ministérios, organizações de trabalho, intelectuais e meios de comunicação de massa - resultam os padrões cognitivos e políticos que orientam os componentes da ação social e do julgamento ético presentes no comportamento racista (...) O racismo ostentado pelas elites tradicionais desde séculos atrás pode ser reproduzido logotecnicamente, de modo mais sutil e eficaz, pelo discurso midiático-popularesco, sem distância crítica do tecido da civilização tecnoeconômica, onde se acha incrustada a discriminação em todos os seus níveis (SODRÉ, 1998, p. 1-2).

Assim, os enquadramentos racistas da mídia tradicional criam o clima onde desinformações contra pessoas negras, incluindo jovens e ativistas, são facilmente circulados. A disputa discursiva em torno do assassinato de Marielle Franco (OLIVEIRA *et al*, 2020), ainda não solucionado, foi um exemplo que ganhou notoriedade internacional devido a relevância da parlamentar e as suspeitas de envolvimento de grupos extremistas que conquistaram poder institucional nas últimas eleições. Pesquisa realizada por instituto que honra o legado e missão de Marielle Franco, mostrou que a violência digital é o principal tipo de violência que acomete candidatas negras (INSTITUTO MARIELLE FRANCO, 2020).

Na mesma direção, evidenciando que desinformação e discurso de ódio caminham articuladas na perpetuação do racismo, as mulheres negras são as principais vítimas de agressões nas plataformas digitais (TRINDADE, 2020).

De fato, ao invés de ser um território “colour-blind”, a web é um espaço onde tanto raça quanto racismo

são particularmente significativos; e o maior capital econômico e cultural dos brancos lhes permite maior acesso a esta tecnologia (Kettrey & Laster, 2014). Este acesso mais facilitado significa também que este grupo racial consegue impor sua própria visão de mundo e crenças sobre si próprios e sobre ‘os outros’ a partir de uma perspectiva dominadora e hegemônica (TRINDADE, 2020, p. 33).

Desse modo, entender os impactos das novas tecnologias digitais baseadas em dados e algoritmos na realidade de grupos minorizados envolve lentes que compreendem como ofuscação (COTTOM, 2020) ou “redes difusas de agência” (SILVA, 2020) constroem os sistemas digitais que nos impactam de forma diferencial. Casos emblemáticos de racismo algorítmico como o lançamento desastroso do chatbot Tay (SUAREZ-GONZALO, 2019), a crueldade encarceradora do sistema COMPAS para escore de reincidência criminal (ANGWIN et al, 2016) ou a disparidade interseccional no reconhecimento de faces denunciada pelo projeto Gender Shades (BUOLAMWINI & GEBRU, 2018) são sobretudo indícios de acúmulos de negligência ou leniência com erros quando os prejudicados são grupos minorizados. Em cada um destes casos, podemos ver em retrospectiva como dezenas ou centenas de profissionais envolvidos na cadeia de produção poderiam ter evitado os impactos nocivos.

### **As implicações sociais da desinformação e discursos de ódio em grupos minorizados**

Podemos pensar como os impactos da desinformação que impactos os grupos minorizados foram ampliados durante a recente pandemia que atingiu o mundo inteiro. A disseminação de informações falsas ganhou força no Brasil durante a pandemia de Covid-19. O aumento no fluxo de acesso à internet no Brasil fez com que as tecnologias digitais se tornassem essenciais para o funcionamento da economia, política, da sociedade e especialmente para as atividades

financeiras, educacionais, sociais, de saúde, entretenimento, produção e comercialização. A *infodemia* é resultado do grande volume de informações, algumas precisas e outras não, sobre um assunto específico, com potencial de se multiplicar de forma rápida durante um evento como a pandemia (Organização Mundial da Saúde).

De acordo com dados da pesquisa TIC Domicílios (Edição COVID-19) o Brasil tem 152 milhões de usuários de internet com o aumento de acesso nas áreas urbanas e rurais, em todas as regiões dos domicílios das classes C e DE. O avanço da doença no Brasil e a ampla disseminação de informações falsas sobre a Covid-19 atingindo áreas de vulnerabilidade social, tornou a pandemia mais crítica pela grande circulação de desinformação no âmbito digital dificultando o acesso a informações verdadeiras por uma população que sofre com a desigualdade social sem investimentos em educação, saúde, infraestrutura e habitação.

Com as teorias da conspiração tomando uma relevante proporção no debate público, fazendo a autoridade científica ser substituída por outros saberes e transformando o cenário em disputa pela informação (OLIVEIRA, 2020) se fez necessária a estruturação de medidas realizadas pelos próprios moradores de áreas subdesenvolvidas como mecanismo de autoproteção. O debate de legitimação de autoridades mostra como a relação de poder se estabelece também na disputa pelo discurso e nas práticas comunicacionais.

Narrativas historicamente silenciadas atuaram como resistência através de estratégias no combate à desinformação, discurso de ódio e seus impactos. Para Fallis (2015: 2) quando as pessoas são enganadas sobre tópicos importantes, como oportunidades de investimento, tratamentos médicos ou candidatos políticos, pode causar muitos danos emocionais, financeiros e até físicos. Para falar de desinformação é importante destacar sua intencionalidade e impactos, principalmente em populações vulneráveis.



A pesquisadora Givânia Silva (UNB) ressaltou durante a Cátedra coordenada pelo GP CAPA, que “discursos de ódio e racistas produzidos por pessoas que detêm poder institucional têm um peso muito grande e ferem os direitos humanos.” O mapeamento realizado pela organização “quilombolas contra racistas” aponta que ao todo 94 discursos de ódio racistas por autoridade pública das mais diferentes esferas do poder público (Municipal, Estadual e Federal) entre os anos de 2019 e 2021, focam, majoritariamente, no reforço de estereótipos racistas encorajando outras pessoas a fazerem o mesmo, apontando como a desinformação pode atuar ressoando em discursos de ódio.

Com o advento das tecnologias na contemporaneidade no mundo hiperconectado cada vez mais comportamentos no âmbito digital refletem nas decisões tomadas no dia a dia (FLORIDI, 2014) por isso de forma cada vez mais frequente discursos de ódio e ameaças se transformam em violência física, o mundo digital online está transbordando para o mundo analógico-offline e fundindo-se com ele representando um perigo eminente. Segundo o autor, num futuro próximo, a distinção entre online e offline ficarão cada vez mais desfocados e depois desaparecerão. Sendo assim, certos fenômenos digitais poderão influenciar cada vez mais em decisões tomadas pela população.

### **Desinformação sobre Políticas afirmativas e Lei de Cotas**

O combate à desinformação, quando transversalizado pelas questões raciais e de gênero, passa necessariamente pela efetiva inclusão das populações minorizadas na produção e consumo de informação de qualidade e diversificada, um debate muito caro dentro da perspectiva ampla de democratização da comunicação e das políticas de ações afirmativas. Fazendo uma crítica radical a produção intelectual ocidental, subsidiária, em grande parte ao capital internacional, Spivak (2010) provoca o leitor com a sua pergunta “Pode o subalterno falar”, destacando a ausência de sujeitos e “sujeitas” subaternalizadas na produção

do conhecimento, ou seja, na produção de informação, não só sobre si, mas também sobre o mundo.

As políticas de ações afirmativas, fruto de uma articulação internacional das várias frentes dos movimentos negros, de mulheres e indígenas, e de outros grupos subalternizados, trazem embutida essa lógica, posta por Spivak, obviamente não se limitando a fala, mas a ação no mundo, o direito a circulação e aos bens materiais e imateriais, controlados pela branquitude.

O conceito de ações afirmativas parte das hierarquias raciais presentes nas sociedades ocidentais, como define o professor Wilson Mattos:

Ação afirmativa é um conceito político e social que, em princípio, orienta medidas concretas produtoras de efeitos práticos coletivos na diminuição – no limite, até a liquidação – daquelas hierarquias sociais que se fundamentam em desigualdades e discriminações historicamente instituídas em sociedades que, contemporaneamente, têm nos princípios republicanos da democracia, da justiça social e da cidadania os fundamentos do seu desenvolvimento. Aplicada em grupos étnicos, raciais, a partir de condições de gênero e sexualidade, de condições físicas ou históricas relativamente desvantajosas. Ele se efetiva na organização de políticas públicas.

O professor Carlos Moore Wedderburn desloca a origem das políticas afirmativas dos Estados Unidos, que as implementaram a partir das lutas dos movimentos negros nos anos 50 e 60, para os processos que conduziram “à independência dos países da África, da Ásia, do Caribe e do Pacífico Sul, antes colonizados pela Europa, popularizando se após a Segunda Guerra Mundial” (WEDDERBURN, 2005, p.308).

Wedderburn (2005) localiza a origem do conceito na Índia, através da atuação de “Bhimrao Ramji Ambedkar (1891-1956), jurista, economista e historiador, membro da casta “intocável” Mahar”, que, em 1919 propôs a “representação

diferenciada” dos grupos inferiorizadas na sociedade indiana. “Para ele, quebrar os privilégios historicamente acumulados pelas “castas superiores”, significava instituir políticas públicas diferenciadas e constitucionalmente protegidas em favor da igualdade para todos os segmentos sociais” (WEDDERBURN, 2005, p. 309). O autor também explicita outros países da África e da Ásia que implantaram sistemas de cotas, antes da sua configuração mais conhecida, nos Estados Unidos.

No Ocidente, fruto da luta pelos Direitos Civis conduzidas pelos afroamericanos, irrompidas nos anos 50, os Estados Unidos vão representar o primeiro país a incorporar políticas afirmativas à sua legislação. Porém, as cotas raciais encontram grandes resistências: “O modelo predominante de relações raciais na América Latina é fundamentalmente pigmentocrático e clientelista, baseado na atomização permanente dos segmentos raciais subalternizados” (WEDDERBURN, 2005, p. 319).

No Brasil, não foi diferente. As políticas afirmativas representam pautas recorrentes do movimento negro, desde a década de 40 e sempre enfrentaram fortes oposições das elites do país. Porém, de maneira mais sistemática, a partir da Constituição de 1988, passam a integrar o texto de várias leis. A implementação de cotas raciais nas universidades é resultado de uma ação direta do movimento negro. As primeiras universidades que implementam o sistema de cotas foram, na Bahia, a Universidade do Estado da Bahia, em 2002; a Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), em 2003, com implementação no vestibular de 2004; seguida pela Universidade de Brasília, também em 2004. e outras na sequência. As Instituições de Educação Superior (IES) recorrem ao dispositivo legal que garante autonomia para realizar tais procedimentos, previsto no Artigo 207 da Constituição Federal: “As universidades gozam, na forma da lei, de autonomia didático-científica, administrativa e de gestão financeira e patrimonial e obedecerão ao princípio da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão.” (BRASIL, 1988). Porém, é a

Lei 12.711, de 29 de agosto de 2012, conhecida como Lei de Cotas, que vai efetivamente mudar a cor da universidade brasileira, rompendo com a exclusividade das elites.

Esses breves apontamentos históricos têm o sentido de contextualizar o século XXI, que abrigou importantes conquistas para as populações negra-indígenas, no sentido da institucionalização de políticas públicas e afirmativas, principalmente com a ampliação de vagas no ensino superior e a adoção de cotas. De acordo com o relatório da Andifes (2019, p.5):

O crescimento do número de vagas tem relação direta com a abertura de novas instituições federais de ensino superior. Foram criadas 18 novas IFES no período de 2005 a 2017, contemplando quatro das cinco regiões do país. Houve um crescimento de 40% no percentual de universidades federais no país, com valores mais significativos na região Sul, seguida da região Nordeste. Em termos de novos campi abertos no mesmo processo de expansão, eram 148 em 2002, alcançando 408 em 2017, registrando-se crescimento de 176% em quinze anos. Em termos regionais, o Nordeste e o Norte lideraram a expansão.

Os dados desta pesquisa são abundantes, mas algo é revelador, em relação a mudança de política de ingresso. O percentual de estudantes pertencentes a famílias com renda mensal per capita até um e meio salário mínimo saltou de “44,3%, em 1996, para 66,2% em 2014, alcançando 70,2% em 2018, o maior patamar da série histórica” (ANDIFES, 2019, p. 32).

Os estudantes autodeclarados (as) negros (as) totalizaram 51,2%, pela primeira vez na série histórica realizada pela entidade e o percentual de estudantes oriundos de escolas públicas de ensino médio chegou a 64,7%. O crescimento da população de sexo feminino também tem crescido, passando de 51,4%, em 1996, para 54,6%, em 2018, segundo o relatório.

Assim, o relatório da Andifes é muito importante em suas conclusões, acentuando a presença da diversidade no

ambiente universitário: “Suas famílias, suas visões de mundo, suas rendas, sua inserção no mercado de trabalho, sua leitura da realidade jamais serão as mesmas” (ANDIFES, 2019, p. 232). E para além disso, impactam na leitura da realidade dos campos onde estão inseridos, a exemplo da comunicação, onde já detectamos a emergência de temáticas dessas maiorias minorizadas, que emergem como produtores de conhecimento.

O ingresso de populações negra e indígenas nas universidades brasileiras representam uma forma estrutural de combate a desinformação, dada no âmbito da colonialidade que conduziu ao apagamento desses grupos nos diversos âmbitos de produção do conhecimento, o que vem sendo reiteradamente denominado de epistemicídio. Essa é a faceta estrutural da desinformação, mas que também impacta na desinformação contemporânea que tem ocupado os recentes debates e se relaciona com as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC).

As pesquisas, no âmbito da comunicação produzidas por intelectuais negros e negras, beneficiados pelas políticas de cotas, ou por aqueles que discutem as hierarquias raciais, têm analisado as TICs criticamente, afastando-se do ufanismo que tomou conta desses estudos durante alguns anos, e relacionando-os à engenharia do capital internacional, que se renova através das TICs e tenta controlar e limitar os fluxos comunicacionais, impactando, novamente, nas populações subalternizadas.

## **Considerações**

Para pensarmos desinformação e faces do racismo, inclusive pela lente do racismo algorítmico, reconhecemos a ofuscação da sua realidade pelos poderes hegemônicos é primordial. Pesquisa sobre antirracismo na comunicação pode e deve abraçar conceitos como a ideia de “dupla sociedade” de Beatriz Nascimento (2018). Ao reconhecer que as realidades materiais, econômicas, humanísticas e epistêmicas entre pessoas brancas, sobretudo as diretamente herdeiras da ordem

colonial, e as pessoas não-brancas no Brasil constitui uma cisão ao mesmo tempo abismal e subestimada na compreensão hegemônica do país.

A pesquisa sobre comunicação, desinformação e impactos racializados das tecnologias digitais, em que o GP CAPA se insere e busca fortalecer, é avançada por explicitar o papel das opressões e privilégios nas relações sociotécnicas em cada rede de produção midiática. Num país caracterizado pela determinação do racismo enquanto estruturante das relações políticas, econômicas e sociais, com implicações nas instituições – e, portanto, nos meios de comunicação tradicionais e nas plataformas digitais – essa perspectiva nos parece necessária.

## Referências

ANDIFES. V **Pesquisa Nacional de Perfil Socioeconômico e Cultural dos (as) Graduandos (as) das IFES – 2018**. Brasília: Andifes, 2019.

ANGWIN, Julia; LARSON, Jeff; MATTU, Surya; KIRCHNER, Lauren. Machine Bias, **ProPublica**, 23 mai. 2016. Disponível em: <[propublica.org/article/machine-bias-risk-assessments-in-criminal-sentencing](http://propublica.org/article/machine-bias-risk-assessments-in-criminal-sentencing)>.

BENJAMIN, Ruha. Retomando nosso fôlego: Estudos de Ciência e Tecnologia, Teoria Racial Crítica e a imaginação carcerária. In: SILVA, Tarcizio (org.). **Comunidades, Algoritmos e Ativismos: olhares afrodiaspóricos**. São Paulo: LiteraRUA, 2020. Disponível em: <[bit.ly/ebookcomunidadeszed\\_](http://bit.ly/ebookcomunidadeszed_)>.

BUOLAMWINI, Joy; GEBRU, Timnit. Gender Shades: Intersectional Accuracy Disparities in **Commercial Gender Classification**, **Proceedings of Machine Learning Research** 81:1-15, 2018.

COLLINS, Patrícia Hill. **Pensamento Feminista Negro**. São Paulo: Boitempo, 2019.

COTTOM, Tressie M. Where platform capitalism and racial capitalism meet: The sociology of race and racism in the digital society. **Sociology of Race and Ethnicity**, v. 6, n. 4, p. 441-449, 2020.

Márcia, Paulo, Alice, Ceres, Andrea, Marcelle, Marcus, Tarcízio, Zilda

CRENSHAW, Kimberlé. Documento para o Encontro de Especialistas em aspectos da Discriminação Racial relativos ao Gênero. Versão traduzida (autorizada) de Background Paper for the Expert Meeting on Gender Related Aspects of Race Discrimination. **Revista Estudos Feministas**, n. 171. 2002.

DU BOIS, W. E. B. **The Souls of Black Folk**, Tradução de José Luiz Pereira da Costa. Versão domínio público. 1903. Disponível em: <afrocentricidade.files.wordpress.com/2016/04/as-almas-do-povo-negro-w-e-b-du-bois.pdf>.

GONZALEZ, Lélia. **A categoria político-cultural de amefricanidade**. Tempo Brasileiro, Rio de Janeiro, v. 92, n. 93, 1988.

HAMILTON, Amber M. A genealogy of critical race and digital studies: Past, present, and future. **Sociology of Race and Ethnicity**, v. 6, n. 3, 2020. Disponível em: <journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/2332649220922577>.

INSTITUTO MARIELLE FRANCO. **A Violência Política contra Mulheres Negras**. 2020. Disponível em: <violenciapolitica.org/2020>.

KRENAK, Ailton. **Ideias para adiar o fim do mundo**. Companhia das Letras, 2019.

LIMA, Dulcilei C.; OLIVEIRA, Taís. Negras in tech: apropriação de tecnologias por mulheres negras como estratégias de resistência. **Cadernos Pagu**, 59, 2021. Disponível em: <periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8664487>.

MATTOS, Wilson. Ubuntu: por outra interpretação das ações afirmativas na universidade. In: BERNARDINO-COSTA, Joaze; MALDONADO-TORRES, Nelson; GOSFOGUEL, Ramón. **Decolonialidade e pensamento afrodiaspórico**. Belo Horizonte, Autêntica Editora, 2018. pp. 362-385.

MILLS, Charles W. **Ignorância branca**. Griot: Revista de Filosofia, v. 17, n. 1, 2018, pp. 413-438.

NASCIMENTO, Beatriz. **Possibilidades nos Dias de Destruição**. Diáspora Africana: Editora Filhos da África, 2018.



Márcia, Paulo, Alice, Ceres, Andrea, Marcelle, Marcus, Tarcízio, Zilda

NOBLE, Safiya Umoja; ROBERTS, Sarah T. Elites tecnológicas, meritocracia e mitos pós raciais no Vale do Silício. 6o Vol. 22 N° 1 - janeiro/abril 2020. **Revista Fronteiras** - estudos midiáticos.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. A Espiral do Silêncio: Opinião Pública - nosso tecido social. **Estudos Nacionais**, 2017.

OLIVEIRA, Taís; LIMA, Dulcilei; PENTEADO, Claudio. # QuemMandouMatarMarielle: a mobilização online um ano após o assassinato de Marielle Franco. **LÍBERO**, n. 45, p. 138-157, 2020.

SILVA, Tarcizio. Dos autômatos e robôs às redes difusas de agência no racismo algorítmico. In: TAVARES, A. R. **Vestígios do Futuro**: 100 Anos de Isaac Asimov. Rio de Janeiro: Editora Etheria, 2020.

SPIVAK, Gayatri. **Pode o subalterno falar?**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

SODRÉ, Muniz. Sobre imprensa negra. **Revista Lumina** – FACOM/UFJF, v.1, n.1, p.23-32. 1998. Disponível em: <leccufrj.files.wordpress.com/2008/10/sodre-muniz\_sobre-a-imprensa-negra.pdf>.

\_\_\_\_\_. **Aciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2014.

\_\_\_\_\_. **Claros e escuros**: identidade, povo, mídia e cotas no Brasil. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

SUÁREZ-GONZALO, Sara; MAS-MANCHÓN, Lluís; GUERRERO-SOLÉ, Frederic. Tay is you: The attribution of responsibility in the algorithmic culture, **Observatorio (OBS\*) Journal**, v. 13, n. 2, 2019, pp.01-14.

TRINDADE, Luiz Valério. **Formas contemporâneas de racismo e intolerância nas redes sociais**. It is not that funny. Critical analysis of racial ideologies embedded in racialized humour discourses on social media in Brazil. University of Southampton / UK. 2018. Disponível em <academia.edu/36896372/Formas\_Contempor%C3%A2neas\_de\_Racismo\_e\_Intoler%C3%A2ncia\_nas\_Redес\_Sociais>.

*Márcia, Paulo, Alice, Ceres, Andrea, Marcelle, Marcus, Tarcízio, Zilda*

VAN Dijck, José. **The culture of connectivity**: A critical history of social media. Oxford University Press, 2013.

WEDDERBURN, Carlos Moore. Do marco histórico das políticas de ação afirmativa. In: SANTOS, Sales Augusto dos (org.). **Ações afirmativas e combate ao racismo nas Américas**. – Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade, 2005, p. 307-334.

# **CAPÍTULO II**



# Cultura popular e ativismo midiático em tempos de (des)informação

Betania Maciel  
Marcelo Sabbatini  
Cristina Schmidt Portéro  
Djalma Thürler

## **Entrevista com Cristina Schmidt Portéro e Djalma Thürler 26 de maio de 2022<sup>1</sup>**

**Marcelo Sabbatini:** Sejam todos bem vindos, bem vindas, bem vindes. Pensamos entre todos fazer uma conversa, então adiantamos para nossos convidados um roteiro de perguntas para que se preparassem. Estas questões estão na intersecção da cultura popular e da arte com a desinformação, o que nos levará a discutir também a pandemia. Então iniciando de uma forma panorâmica, gostaria que vocês comentassem como veem o papel da arte e da comunicação como elementos de contestação e, também, de visibilidade das identidades dissidentes na contemporaneidade, suas rupturas, fragmentações e (des)construções?

**Djalma Thürler:** Eu achei que as palavras-chaves, os tópicos frasais do roteiro foram muito pertinentes e eu fiquei

1. Disponível em: <[fb.com/watch/live/?ref=watch\\_permalink&v=3238474419767884](https://fb.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=3238474419767884)>

pensando a respeito dessas questões e esse papel da arte, dessa visibilidade. Ela não só é real ou concreta, como um governo fascista, um governo de direita, entendeu isso. Eu tenho pensado neste fio da meada, em que momento algumas produções artísticas passaram a ser censuradas no país, proibidas. Recentemente, evidentemente, não estou falando de uma memória da ditadura militar, mas da memória de 2016, quando a exposição *Queer Museum* foi proibida no Rio Grande do Sul. E a partir daí uma série de outras produções artísticas, sejam filmes, roteiros LGBT retirados da ANCINE, peças de teatro proibidas em todo país, São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Pernambuco, Eu presenciei colegas que fizeram uma apresentação na Caixa Econômica Cultural de Recife, o *Clown Shakespeare*, um grupo importante do teatro de rua no Brasil, fizeram apresentação num dia, no outro dia foram cancelados, proibidos de continuar a temporada. São vários, inúmeros exemplos. Fiquei pensando que não só a gente que produz ou estuda arte entende este poder que ela tem, de desestabilizar algo tão bem calcado, de questionar as normas, de desfamiliarizar, como o governo percebeu isso. Tanto percebeu que ele atacou. Não é à toa que se acaba com o Ministério da Cultura, não é à toa que se atrofiam as políticas públicas para cultura. Não é por gosto, não é por que é uma pessoa rude, sem acesso à cultura que ele terminou. Não é por achar desimportante. É o contrário, é por entender o tamanho, a potência que a arte tem no enfrentamento destes discursos mais conservadores. Eu fiquei pensando nisso imensamente depois que a gente fechou esse roteiro. E de uns tempos para cá, cerca de dez anos, há um combinado entre a academia, a arte e cultura que todas estas teorias que a gente tem hoje discutido e aprendido na Universidade, o que tenho chamado sob um guarda-chuva de “saberes-desaprendizagens”. A academia e arte tem dialogado muito na construção de um produto altamente crítico, de visibilidade das identidades dissidentes e de maneira geral de crítica às normas. Um guarda-chuva ainda maior, a dissidência vai criticar a questão identitária

hegemônica, de gênero e sexualidade, mas há de maneira geral um conjunto de artistas que têm combatido aquilo que a gente chama de normal. Ou como a Rita Segato fala, aquilo que inventaram como o “natural”. Sendo a Natureza uma invenção sociocultural, ela pode ser reinventada, ela pode ser reescrita e este é nosso papel na contemporaneidade.

**Cristina Schmidt Portéro:** Fiquei pensando muito na Comunicação e no nosso campo, que é a comunicação dos grupos marginalizados, de como é que eles se colocam nesse momento de rupturas e fragmentações, desconstruções. E relembro o lançamento de nosso livro, “A Comunicação dos Marginalizados nas Rupturas Democráticas” (Editora PUCRS, 2022), no qual a gente faz toda uma reflexão de como esses grupos populares, sejam artistas, cantadores, cordelistas, enfim, como eles se colocam nesse processo que está ocorrendo atualmente de fragmentação. E a fragmentação é a do Estado, é política, mas é também das imagens tentando desqualificar a política, desqualificar os movimentos identitários, como o Thürler falou, proibindo determinadas expressões de acontecer. Neste livro nós trazemos a reflexão de como, apesar disso, os movimentos ainda se fazem presentes nas ruas e nas redes. Eles vão se utilizando de outros mecanismos, pois com a pandemia fomos impedidos de estar na rua, mas estávamos nas infovias, articulando de outras maneiras para não perder os gritos que estavam lá acontecendo, que estavam no auge e logo diminuíram. Especificamente sobre identidade, e não enquanto movimento, mas como obra, estava lendo ontem uma matéria do Jeferson Tenório [autor de *O Averso da Pele*, Prêmio Jabuti 2021] sobre o retorno que ele tem tido de leitores, e também de autores, perguntando se ele continuaria colocando nas obras dele essas questões identitárias. E ele falou, como assim? Nós autores negros, mulheres, do grupo LGBTQI+, nós dos grupos subalternizados não levantamos de manhã e dizemos “vamos escrever um livro identitário”; não, nós somos pautados por esta questão de identidade. Então os movimentos

e grupos populares, assim como a arte, são pautados por estas questões. Se o artista está engajado e envolvido, então isso faz parte da vida. Seja em tempos de desconstruções, e até de desinformação, esses grupos e artistas trarão e manterão este compromisso com essas pautas.

**Betania Maciel:** Nós vemos, Cristina, nas pesquisas atuais sobre a participação dessas pessoas que estão à margem da sociedade, que estão nas periferias da cidade, como eles têm se motivado a utilizar as ferramentas possíveis, expressando-se através da arte como forma de resistência. Pintando muros, criando murais, saindo às ruas, de forma que a cidade acaba acompanhando estas pautas. Eu lembro de Barbero [Jesús Martín], quando você chega numa cidade ela fala o que está acontecendo dentro de sua realidade. A cidade, ela comunica e a cidade tem comunicado estas desorganizações sociais. As classes subalternas e periféricas buscam essa linguagem, com suas expressões artísticas. Baseada nisso, gostaria de saber de vocês como esta arte é compreendida em relação à ciência? A arte seria uma forma de expressar conhecimento, nesta perspectiva?

**Djalma Thürler:** Nós temos resgatado esta ideia há algum tempo, e muito por conta dessa perspectiva interdisciplinar. Preciso dizer, para quem nos ouve, que minha formação, mais do que interdisciplinar, é um investimento no cruzamento, nas fronteiras do conhecimento. Eu fiz Universidade de artes, mas hoje estou vinculado a um programa de pós-graduação interdisciplinar que obrigatoriamente me coloca neste lugar de “cruzo”. E pensar a encruzilhada a partir dessa perspectiva interdisciplinar nos faz pensar como a Universidade elegeu aquilo que seria “científico”. Quando você para e pensa sobre a história da ciência, você entende aquilo que foi defenestrado desse espectro científico: tudo aquilo que não era objetivo, que não era racional, que não tinha comprovação lógica. Com isso, saímos todos nós, os artistas, os religiosos...agora



é um momento importante, pois temos resgatado aquela que podemos dizer que é uma nova ciência, um novo movimento. Você tem toda razão, a arte precisa ser reconstruída, vista com este olhar de produção de conhecimento. Logicamente não estamos falando de um conhecimento lógico, mas de um conhecimento que ajuda, colabora no entendimento de uma sociedade tão complexa quanto a nossa. Este é o caminho que vamos trilhar nesse entendimento de como diante de uma produção artística ela consegue, por uma epifania, aproximar-se de conceitos, de compreensões sobre nós, sobre o mundo, sobre a vida, que não é a de um artigo científico, não é a de uma consulta médica. Eu acredito muito nessa potência subjetiva da arte. É um caminho enviesado que ela possui de chegar até você e de fazer você pensar, de tirar você de um espaço de conforto. É esperar que o conhecimento chega de uma forma lógica, racional e previsível e ser surpreendido. Eu já vi pessoas falarem, saindo de espetáculos meus, dizendo “seu trabalho me salvou” ou “seu trabalho me fez pensar em coisas que não tinha pensado”. Acho genial a arte chegar onde um artigo científico não chega. Meu artigo científico mais lido tem, sei lá, trezentos *downloads*. Mas penso numa peça em cartaz: na semana passada fizemos quatro sessões num teatro que tem 150 lugares, então num final de semana atingi 600 pessoas. Num final de semana atingi mais “leitores” do que em 11 anos em que o artigo está publicado. Acho fascinante pensar em divulgação científica através da arte, seja no teatro, no cinema muito mais, ou nas transmídias. Mas é muito interessante o casamento entre a arte e a ciência para produzir conhecimentos mais libertadores.

**Cristina Schmidt Portéro:** eu pensei muito numa experiência que eu vivenciei quando fui para Tocantins, para uma cidade do interior junto com dois pesquisadores da Folkcomunicação. Fomos a um seminário e conhecemos pessoas da cidade, pois o evento não era na Universidade, era na rua; tinha lá o padre, o vereador, tinha a benzedeira, fora os estudantes e professores, todo mundo. E justamente fui falar sobre a transmissão de

saberes da cultura popular, dessa importância em reconhecer esse conhecimento não-formal. Exemplifiquei com as benzedeadas e um padre conservador que estava lá achava uma abominação “jogar uma aguinha” ser uma bênção divina e uma aberração maior ainda fazer o papel do médico, curar. “Uma pessoa que faz papel do padre, faz papel de médico e é uma pessoa sem conhecimento algum”. Quando fui construindo essa ideia do saber e do conhecimento, a benzedeadora ficou toda potencializada, digamos assim, dizendo “olha, é isso mesmo” e o padre foi pensando “puxa, não é tão como eu pensava”. No final ele veio e disse “tenho que pedir desculpas publicamente para as senhoras benzedeadas aqui da cidade porque eu nunca tinha visto por este lado”, dessa mediação. Pois até onde não se tem uma medicina, às vezes estas coisas resolvem ou são um amparo emocional e afetivo. Tempos depois vi uma reportagem no Globo Rural mostrando as benzedeadas do Paraná que fazem este trabalho junto com o pessoal dos cursos de Farmácia e Medicina, identificando as ervas, entendendo as funções. As benzedeadas integrando com os médicos e farmacêuticos numa prática multidisciplinar. Temos procurado fazer muito isso na Folkcomunicação, valorizar esse conhecimento não-tradicional, mas como um conhecimento importante como compreensão da vida e da realidade. Como Djalma falou em relação à peça de teatro, você vivencia uma procissão religiosa, uma festa junina e pode mudar seu entendimento da vida. Temos feito disso na Folkcomunicação, fazer essa interação de disciplina formal com disciplina não-formal. Além de um esforço de fazer a interdisciplinariedade científica, dialogar com diferentes áreas do conhecimento, buscar que a Folkcomunicação também seja entendida como uma disciplina. Por que na área da Comunicação as pessoas entendem, por exemplo a Psicologia ou a Sociologia da Comunicação, num diálogo tranquilo, mas quando você faz esse diálogo com a Folkcomunicação, o pessoal estranha, começa a questionar pelo nome: “é Folklore, é Comunicação, o que é isso?”. O próprio nome já propõe uma reflexão interdisciplinar e viemos

construindo, nesse cenário científico-acadêmico, este processo de diálogo interdisciplinar. Em campo, também, temos procurado fazer este diálogo “vivido”.

**Betania Maciel:** A questão dessa nossa herança colonial que valoriza tanto esse tipo de ciências mais formais, nós sentimos tanto isso na Folkcomunicação. E ao mesmo tempo vemos nosso grupo trazendo o estudo da cultura, o estudo das expressões e das manifestações populares para a ciência, fazendo comunicação científica, mostrando que através desta linguagem plural podemos trazer conhecimento. E o teatro, aí entra a arte, trazendo esta conexão. Escutamos que a arte salva e vivenciamos isto, você sai de uma experiência artística e não sai somente mais informado, sai também feliz, pois é uma forma lúdica do conhecimento.

**Marcelo Sabbatini:** Nas pesquisas que Betania Maciel e eu, separadamente, fizemos sobre a arte de rua e o grafite no contexto pandêmico detectamos algo comum: um grande alinhamento destes artistas com o discurso oficial adotado pelas agências de saúde e pela maior parte dos governos, no sentido de promover as medidas de prevenção e o isolamento social. Ainda que muitas vezes mobilizassem o emocional, através de imagens poderosas, a arte de rua não foi domesticada, seu caráter tradicionalmente contestador não ficou diminuído ou prejudicado?

**Cristina Schmidt Portéro:** Fiquei pensando muito nisso, pois tenho um aluno, um ex-orientando que trabalha com grafite, ele organiza um evento de cultura *hip hop* há quase 20 anos e inclusive o movimento dele que se chama “Arte e Cultura na Quebrada” foi reconhecido como Patrimônio Imaterial pela Câmara da cidade São Paulo. E segundo ele foi isso, foram muitos grafiteiros e *rappers* fazendo eventos e obras voltados para a Covid, para se cuidar, para se vacinar, figuras com máscara. Mas tinha outras expressões paralelas, tinha este

discurso para se envolver na campanha [sanitária] e tinha outros que não podiam ir muito longe e grafitavam temas do bairro, valorizando mais as temáticas locais. Refletindo, não vejo isso como “pegando” o discurso oficial, mas como um processo folkcomunicacional legítimo. Pois quando o Luiz Beltrão fala sobre Folkcomunicação, ele fala justamente disso, de um meio apropriado pelos grupos populares, que são meios próprios e conectados e familiarizados com o receptor. O que eles estão fazendo desse grafite ou do *hip hop* ou do cordel, pois teve muito cordel sobre a pandemia, eles estão simplesmente usando isso como um veículo jornalístico. Na perspectiva de Beltrão, Folkcomunicação como um veículo jornalístico, vejo esse sentido, o de divulgar para seu público esse momento que estamos vivenciando. Ao invés dos grandes meios de comunicação, seu próprio grupo está lhe informando numa familiaridade do mundo ao qual você pertence.

**Djalma Thürler:** Marcelo, acho essa sua pergunta uma pegadinha, sabia? Precisamos pensar sobre ela e vivemos esses dois anos de maneira muito intensa, agora um pouco menos e atenuado, mas vivemos nesses dois anos uma política de morte. Como se pudéssemos ler aquela máxima do Foucault, o Estado decide quem morre e quem vive, parece que ele decidiu que agora todo mundo morre. Quando o movimento dos artistas de rua fica do lado da vida, eu acho que eles estão contestando um discurso oficial, pois podemos pensar em macropolíticas. Tivemos diferentes maneiras de lidar com o caos proporcionado pela Covid-19, mas no Brasil a política adotada foi política de morte, oficial, com todos indicadores postos. A demora na compra da vacina, a minimização da pandemia, são indicadores que podem ser localizados nas falas destas pessoas, nas cabeças de matéria de jornal. Então me parece que o discurso a favor da saúde era contestador. É preciso entender este contexto, estas pessoas fizeram foi se colocarem contra o *establishment*, contra a ordem oficial necropolítica do governo; neste sentido eles são absolutamente contestadores. Curioso isso, ficar ao lado

da ciência, ficar ao lado da vida ser uma atitude contestadora, neste contexto claramente a favor da morte coletiva.

**Cristina Schmidt Portéro:** Eles não representaram o discurso governamental, eles representaram o discurso da ciência, que era contrário ao governamental.

**Djalma Thürler:** E nesse sentido, sabíamos quem precisaria ir para a fila do ônibus lotado, quem ficaria em casa, de quarentena. Quem se ferrou nesse contexto todo foram as pessoas subalternizadas, elas perderam seus empregos. O saldo deste caos acabou nas costas delas. Tinha isolamento social, mas como, no ônibus lotado? “Vá, mas vá de máscara, vá e siga as regras de saúde”, era muito contestador isso. Por que o discurso oficial era o contrário, “não precisa de máscara, é uma ‘gripezinha’, é uma frescurada tudo isso”. Ser a favor da vida foi a pauta contestatória destes grupos.

**Cristina Schmidt Portéro:** As charges foram brilhantes. Neste sentido, trouxeram toda essa discussão, da morte, de quem matava, de quem sobrevivia. O próprio Boaventura [de Souza Santos] dizia que esta pandemia não é tão indiscriminada, ela tem um público que é mais atingido.

**Djalma Thürler:** Ela tem um CEP e um CPF.

**Betania Maciel:** Observamos que o uso destas imagens que foram apresentadas tanto nas ruas como nas redes sociais elas definem estes lugares de fala destes grupos marginalizados, através das danças, das *Iives* que se faziam e ainda se fazem. Considerando meu lócus de pesquisa, aqui na cidade do Recife, teve um incêndio nas palafitas perto de um shopping classe A. E então esse *youtuber*, um popular, um jovem marginalizado dentro da sociedade, fez uma reportagem e colocou a indignação coletiva, mostrando os problemas da cidade. Ao mesmo tempo que existe o lado do negacionismo, das *fake news*, tem o lado

do acesso destes jovens que não têm acesso à sociedade, mas tem acesso a um celular e com ele criam conteúdo que divulgam e alcançam longe. Chegam a nós, da Universidade, pesquisadores da área de cultura popular. E nosso papel seria politizar esta arte, mesmo não estando no lugar de fala. E vocês, que pesquisam e também atuam, como veem a arte e a política num ano eleitoral, num ano de pandemia e negacionismo?

**Djalma Thürler:** Concordo com você, Betania, sobre este papel preponderante [da cultura] e pensei muito. Neste ano eleitoral deveria sair para o pós-doutorado, mas refletindo decidi fazer todos esforços possíveis para pautar essa eleição que será importante. Estou mobilizado pessoalmente, mas também profissionalmente. Quero colocar em cartaz, ainda antes das eleições, dois trabalhos. Estou muito próximo da cultura espanhola atualmente e adaptei dois textos do Paul Preciado, um filósofo espanhol importante, para o teatro, numa modalidade que estou chamando de “peça conferência”. É uma conferência com algum esplendor alegórico, ficcional. Vamos apresentar “A Ira do Cordeiro” e “O Modo Superior da Filosofia”, são textos que mobilizam o pensamento do público e do espectador a respeito de algumas questões fundamentais para nossa existência. Não são questões, diria, muito imediatas, são trabalhos que nestes desvios ficcionais conduzem o espectador a pensar sobre a importância das eleições, sobre as pessoas, diferenças, subalternização. Tentando responder a sua indagação, tentando juntar a arte associada a um bem comum. Acredito, deveria ter dito antes, que essa encruzilhada do conhecimento tem um papel importante para entendermos as complexidades da contemporaneidade. Esses últimos três anos nos ensinaram a vivenciar a complexidade de algumas questões. Não é só uma ciência, só uma área, só uma pessoa que daria conta de justificar o caos no qual nos encontramos. Essa encruzilhada das artes com as Ciências Sociais e Humanas pode fortalecer nossa vontade de mudar o mundo, este propósito ambicioso, prepotente, é isso que me anima, que me dá força e fôlego para

continuar trabalhando. Sou um pesquisador de gabinete da Universidade, mas de repente este gabinete é o camarim do teatro também. Essa chance que tive na Universidade Federal da Bahia para fazer uma teia de produção, na qual minha produção artística é vinculada a minha produção intelectual é uma chance rara que tenho abraçado muito fortemente para poder dar conta do desafio que me propus.

**Betania Maciel:** Temos uma pergunta da audiência, como vocês veem as bolhas de desinformação e como furá-las?

**Cristina Schmidt Portéro:** Estava pensando naquilo que você colocou, como contribuimos como pesquisadores-ativistas-professores e como assumimos nosso lugar de fala. Senti que essa pandemia, quando ficamos em aulas virtuais, acentuou muito a questão das bolhas, dividiu os grupos e aí a maioria ficou muito próximo daquilo que lhe aceitava, que lhe confortava. Agora que voltamos aos poucos, a maneira que temos de contribuir para esse diálogo, de aproximar, é gerar contradições. Pois estas diferenças precisam ser confrontadas para poder, para que possamos perceber o que é diferente. E como professores, precisamos fazer mais, pois nossas aulas tradicionais já não têm funcionado tanto. Os alunos chegam com outros “vazios”, de emoção e sentimento inclusive, de entender o que está acontecendo. E podemos contribuir aproximando os alunos dos eventos e da realidade. Por exemplo em Bertioiga tivemos um festival indígena acompanhado de um seminário, conversamos com os indígenas sobre a vivência na pandemia. E nesse sentido podemos fazer essa ponte, não só mostrando um espetáculo ou um festival que são impactantes, mas depois dialogando sobre isso, amarrando com outras questões em sala de aula. Nossos eventos, uma *live* como essa, contribuem muito para romper com estas desinformações e fazer com que nos comprometamos com estas reflexões. Não tenho uma fórmula para romper as bolhas, mas procuro trazer um diálogo, um debate, um embate até, entre diferentes grupos para que eles



se olhem e se enxerguem na sociedade, num momento que é crucial. Um momento que não é só de vida e morte da saúde, mas vida e morte da História. Precisamos fazer esse diálogo, essa provocação, esse confronto construtivo e reflexivo.

**Djalma Thürler:** Queria dizer que essa desinformação é um projeto político. Tentar entender como ela se constitui e tentar de alguma forma romper...essas bolhas sempre existiram, a bagagem cultural é muito forte, o Brasil é atlântico. Recentemente quando morreu um cantor sertanejo me flagrei pensando, “Meu Deus, não sei quem é essa pessoa”. A bolha é muito poderosa. Precisamos, para nosso bem, para nós que trabalhamos com culturas populares, furar essa bolha: “Eu não conheço, mas preciso conhecer”, é um movimento, uma agência pessoal. Mais do que furar essa bolha de fora para dentro, nós da Universidade, com essa política de formação, precisamos que as pessoas queiram romper as suas bolhas. Reconhecer que elas existem, é um primeiro passo. Um segundo passo é agenciar a vontade de ruptura. Nosso papel na Universidade, na escola de Ensino Fundamental e Médio, é muito importante. A categoria professor, nesse momento, é valiosa para que a gente saia da desinformação.

**Cristina Schmidt Portéro:** Não à toa ela está sendo desestruturada. Como você disse, é um projeto político.

**Djalma Thürler:** É pelo exato reconhecimento de nossa potência que neste momento estejamos sucateados. O sucateamento da cultura, o sucateamento da educação e da ciência é um projeto político altamente refinado.

**Marcelo Sabbatini:** Entrando realmente no tema, que é o tema do congresso da Intercom deste ano, a desinformação. Segundo a pesquisadora Leda Gitahy, do Departamento de Política Científica e Tecnológica Instituto de Geociências da Unicamp, existe um “ecossistema da desinformação” que atua de forma

deliberada para alcançar objetivos econômicos ou políticos. Como no filme “Contágio”, de Steven Soderbergh, a negação da vacina durante a pandemia do Covid-19 enriqueceu os vendedores das “curas mágicas”, inclusive os da classe médica. Num determinado momento aparece o negacionismo, na figura de um jornalista que desacredita as informações oficiais e comercializa um remédio alternativo. Como o *ativismo* pode se situar diante destes fluxos desinformacionais que contam com muita estrutura, financiamento e apoio?

**Djalma Thürler:** O Marcelo faz umas perguntas tão difíceis... [risos] me ajuda, Cristina, você pode começar?

**Cristina Schmidt Portéro:** Vamos pensar primeiro teoricamente, Consultando Trigueiro [Osvaldo], importante teórico da Folkcomunicação, o livro dele é de 2006 e fala de algo que estamos repetindo há tempos: “os ativistas atuam e devem atuar em movimentos participativos de cidadania como agentes comunicadores vinculados aos movimentos culturais com estratégias que legitimam a participação”. Ou seja, como os ativistas artísticos, populares, acadêmicos, devem se envolver? Primeiro, pautarem-se por questões de cidadania e logo utilizar estratégias. E que estratégias os ativistas estão elaborando para poderem atuar neste cenário, não só de receitas mágicas, mas do ecossistema de desinformação? O que temos feito para ir contra esse processo, para poder trazer à tona a informação, efetivamente? Na Folkcomunicação vemos os ativistas populares trazendo suas realidades de grupo. Vemos, por exemplo, o cordel contando como foi a vacina, como foi a venda de curas mágicas. Então nosso papel como ativista é trazer à tona esse uso, essa tentativa de manipulação da informação. Nós como líderes de opinião, ou como artistas, ou como benzedoras, ou como cordelistas é mostrar: “olha essa mentira deslavada”, “olha esse curador milagreiro”, “olha essa gripezinha que não é gripezinha”, separar o que é *fake* do

que é fato. E vejo nos movimentos populares e, mesmo na arte, como se faz isso bem, essa tentativa de romper com o processo de desinformação, desmascarar, rindo. Como diz o professor Trigueiro, precisamos estar conscientemente vinculados a estes movimentos. O ativista não é “mais um” dentro dos grupos, é uma liderança que vem se destacando e enquanto liderança cria estratégias culturais, artísticas para desmascarar esse ecossistema.

**Djalma Thürler:** Ano passado fui ser comentador de um festival de cenas curtas de teatro. E em 13 das 14 cenas, eram cenas muito, diria assim, artivistas. Eram cenas que não tinham muita elaboração artística, eram cenas diretas. Tem uma coisa que o Rancière fala da imediatez ética, elas se colocavam muito rapidamente, claramente para dizer algo, sem metáforas, para dizer algo sobre aqueles corpos, quase sempre corpos subalternizados. No final a gente conversava junto e uma destas pessoas tentando dar alguma razão para esta estética dizia, “a gente sai na rua e a gente morre, então a gente tem pressa, não dá para trabalhar com um código que o público demore a entender. A comunicação tem que ser direta. Olha, um corpo como o meu está morrendo nas ruas todos os dias”. Era uma atriz travesti que dizia isso. “Então não tem tempo para decupar, de ir para um bar e para pensar nas metáforas, o que foi dito ali, o que estava por trás. Não! É direto, é curto, é grosso”. Isso me faz lembrar que esse campo é muito vasto, ao mesmo tempo que temos essa imediatez ética do Rancière temos produções hegemônicas que conseguem fazer um trabalho parecido de desconforto, de desfamiliarização ou de ampliação subjetiva, de pautar uma questão que aparentemente você acha que não deveria ser pautada ou que nem conhecia. Mas me ponho a ler o Luiz Antônio Simas, o Rafael Haddock Lobo, o Luiz Rufino, e se fosse reduzir tudo o que eles falam numa única frase, nisso que estamos falando de derrotar o ecossistema da desinformação, seria: a gente precisa fazer o Brasil dar errado. Todas estas forças múltiplas e diversas precisam conjuntamente fazer esse

[ênfase] Brasil dar errado. Essa mobilização para podermos sabotar a desinformação. E parafraseando essa atriz travesti de Niterói, sem papas na língua, direto ao assunto.

**Cristina Schmidt Portéro:** Como Lenin falava, para fazer a transformação social é preciso acirrar as contradições. Tem uma coisa que é muito importante para chegarmos pela arte, pela expressão popular, que é o afeto. O pessoal fala “estamos vivendo numa sociedade do afeto”. Mas não da questão de acolhimento, mas daquilo que lhe afeta [ênfase]. Quando você traz algo que afeta aquela pessoa, de modo positivo ou negativo, existe uma reação e com ela vamos rompendo esse ecossistema de desinformação. Pelo afeto.

**Betania Maciel:** Gostaria de agradecê-los e parabenizá-los pelas pesquisas e conhecimentos que trouxeram para nós e dizer que essa forma de pensarmos, acredito nela. Uma forma de desconstrução, mas também de fortalecer uma juventude, no sentido dos aprendizes independente de idade. E lembrar que nós temos esse papel preponderante, quebramos vários paradigmas quando usamos nossa teoria e nossa prática.

**Marcelo Sabbatini:** Agradecendo em nome do GP Folkcomunicação as excelentes reflexões. A Folkcomunicação, tenho visto ela em tudo, sob o risco de que ela deixe de ser alguma coisa. Mas onde temos processos, lutas, preconceito, busca de identidade temos utilizado este referencial, incluindo a questão no negacionismo.

**Djalma Thürler:** Agradecer a gentileza de sempre, pela formação doce de condução dos trabalhos, agradeço muito o convívio. Prazer de conhecer Cristina e todos que nos ouvem.

**Cristina Schmidt Portéro:** Também agradeço muito, o prazer de estar com o grupo da Folkcomunicação e conhecer gente nova. Thürler, quero muito assistir uma peça sua. E posso

terminar com uma frase do Beltrão? O Marcelo disse que a Folkcomunicação pode ser tudo e corre o risco de não ser nada. O Beltrão dizia que “a Folkcomunicação preenche o hiato, quando senão o vazio, da comunicação jornalística como de todas demais funções de comunicação: na educação, a promoção e diversão, refletindo o viver, o querer e o sonhar das massas populares excluídas”. É isso!

# **CAPÍTULO 12**



# Aníbal Bragança e a história do GP de Produção Editorial

Isabel Travancas  
Márcio Souza Gonçalves  
Marialva Barbosa  
Marília de Araujo Barcellos  
Sandra Reimão

## **A criação do Grupo de Pesquisa de Produção Editorial**

A Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação foi fundada em 12 de dezembro de 1977, em reunião realizada na sala de professores da Faculdade Cásper Líbero, em São Paulo, SP.

O Grupo de Pesquisa Produção Editorial da INTERCOM foi criado em 1994. Para falarmos sobre essa fundação é preciso voltarmos ao ano anterior, 1993, quando Aníbal Bragança, Sandra Reimão e Luis Guilherme Pontes Tavares, observando os rumos e desenvolvimentos de seus próprios trabalhos de pesquisa acadêmica, e atentos também para a bibliografia internacional, começaram a notar a configuração do campo de estudos de história social do livro e do impresso no âmbito da pesquisa universitária e decidiram propor a montagem de uma agregação de pesquisadores voltados a essa temática junto à Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, INTERCOM – o que ocorreu no congresso do ano seguinte.



Em 2022, o Grupo de Pesquisa Produção Editorial da INTERCOM comemora seus 28 anos de existência. Sem dúvida, trata-se de um espaço ao mesmo tempo consolidado e inovador. Consolidado como lugar de trocas acadêmicas em torno do livro e da leitura e inovador como um lugar de apresentação de trabalhos e discussões sobre o tema. Neste artigo é possível conhecer e acompanhar a trajetória de quase três décadas de pesquisa e discussão do campo editorial.

Ao longo da história do GP Produção Editorial o grupo manteve três características:

**1** – Grande amplitude de abrangência dos materiais envolvidos, ou seja, comportar estudos de diferentes suportes materiais da comunicação do universo da leitura e do impresso. Apesar da ênfase no livro em papel como o mais destacado espaço da cultura impressa, o Núcleo Produção Editorial abrange estudos em todos os suportes materiais do universo da leitura como, por exemplo, fotonovelas, panfletos, revistas e livretos de banca de jornal. Como exemplos da variedade de abrangência temática, citemos o estudo: o texto “A Revista da Semana em perspectiva”, de João Elias Nery e “Jardim Fechado: zum-zum da tagarelice das dezenas de leitoras”, de Barbara Heller, apresentado no mesmo congresso e que aborda a seção das cartas de leitores de uma revista.

**2** – A promoção da diversidade dos métodos com a possibilidade de adoção de diferentes métodos de procedimentos de pesquisa e enfoques multidisciplinares. Quanto à multidisciplinariedade, essa é uma abordagem inescapável devido à complexidade do objeto livro e do ato de leitura. Ou seja, pelo fato de a cultura impressa ser elemento central em todo o conjunto das práticas sociais, culturais e educacionais, conseqüentemente falar sobre ela implica uma abordagem multidisciplinar – indo de questões de políticas públicas governamentais sobre livro e leitura até a economia do circuito do livro; indo desde o estudo do uso da cor nas capas de best-sellers até temas relativos à representação dos

livros em outros meios de comunicação, por exemplo. Como exemplos de estudos que abordam os livros em correlações com outros universos de cultura, citemos dois trabalhos apresentados também Congresso de 2005: “O Periódico científico na área de Humanidades: critérios de avaliação”, de Antônio Marcos Sanseverino e Ana Claudia Gruszynski e “Políticas públicas para o livro e a leitura na Sociedade da Informação e sua influência na indústria editorial de Salvador”, de Othon Jambeiro e coautores, enfocando, respectivamente, impressos e o universo da avaliação acadêmica, e livros e informação na contemporaneidade e na indústria gráfica em um cidade específica.

3 – Encampar como tema de estudo, além de questões teóricas e conceituais, estudos e relatos das práticas profissionais do universo do livro. Sobre as práticas profissionais relacionadas à produção do livro – como revisão, diagramação, direção de ações editoriais, funções em empresas editoriais – notemos que GP Produção Editorial da INTERCOM sempre deu espaço para suas discussões por considerar que essas práticas são profundamente inter-relacionadas com questões teóricas e históricas do universo do livro e da leitura. Para nomearmos apenas um trabalho apresentado nos Congressos da INTERCOM que se perfilam nessa interface reflexão e fazeres profissionais na área do livro, lembremos do texto “Modos de formalização do projeto gráfico: a questão do estilo”, de autoria de Washington D. Lessa, apresentado no Congresso de 2005.

O antigo **Grupo de Trabalho Produção Editorial, Livro e Leitura**, atual **Grupo de Pesquisa Produção Editorial**, manteve regularmente sua reunião anual nos Congressos da INTERCOM até o presente momento; seus membros também participam durante o ano de outras formas de encontros e seminários mostrando o dinamismo do grupo e seu objetivo de conhecer a história do livro e da cultura impressa no nosso país.

O que se percebe na linhagem Aníbal Bragança em relação aos estudos sobre história do livro, história editorial e história da leitura é um permanente desdobramento com alcance metodológico, epistêmico e de conteúdo repassado entre gerações. No caso do GP Produção Editorial, desde o surgimento até os dias atuais percebe-se o desenvolvimento de pesquisas inovadoras ao mesmo tempo complementares que aprofundam conceitos e práticas levadas ao cabo por componentes do grupo. Alguns com participação constante, outros adentrando como uma geração vindoura proveniente de orientações e formação em Pós-Graduação para desvendar novos desafios no campo editorial. É o saber do intelectual, editor e professor Aníbal Bragança influenciando gerações, daí a relevância desse homem dos livros, cuja história pessoal se confunde com a ampliação do campo no Brasil.

### **O GP de Produção Editorial no século XX**

Em 1994, o grupo realizou sua primeira reunião oficial na Universidade Metodista de Piracicaba, São Paulo, com a denominação Grupo de Trabalho **Produção Editorial, Livro e Leitura** durante o Congresso INTERCOM. Em 2001, ela foi alterada para Núcleo de Pesquisa em Produção Editorial; e em 2008 foi modificada novamente para Grupo de Pesquisa Produção Editorial.

O primeiro encontro do grupo coordenado por Luís Guilherme Tavares Pontes fez parte do 17º Congresso Brasileiro de Pesquisadores da Comunicação realizado em Piracicaba, São Paulo. Neste primeiro ano de atividade - 1994 - o GP estava estreando na INTERCOM e reuniu poucos pesquisadores que apresentaram cinco trabalhos. Foram eles: *Curso de Produção Editorial* de Maria Aparecida Viviani Ferraz, da Fundesp-BA; Normalização de publicações periódicas na área médica que teve uma apresentação coletiva coordenada pela professora Dinah Población, da Escola Paulista de Medicina – SP; *O gráfico Arthur Arézio*, de Luís Guilherme Pontes Tavares, do IBL-BA; *As editoras de fascículos de literatura de massa no Brasil na primeira*

*metade do século XX* de Athos Cardoso, da UNB. O último artigo apresentado foi o de Conceição Aparecida Cabrini, da ECA-USP e intitulado *Os livros de didáticos de Felisberto Carvalho*.

Em 1995 o congresso teve como sede a Universidade Federal de Sergipe, em Aracaju e contou a coordenação de Luís Guilherme Tavares e com a participação de sete pesquisadores que debateram os seguintes artigos: *Perfil das editoras universitárias*, de Gustavo Falcon da UFBA; *Produção Editorial em Pós-Graduação: estudos preliminares*, de Nanci Oddone também da UFBA; *Editoria Ática: padrão de mercado, padrão de qualidade* de Sílvia Borelli da PUC-SP; *Rumos da produção editorial brasileira – 1935-1966* de Sandra Reimão; *A trajetória de um imigrante italiano, do cordel à bibliofilia, 1935-1966* de Aníbal Bragança e o último estudo apresentado foi *Considerações sobre mercado editorial, inflação e crise cultural* de Tupi Correa, da ECA-USP.

No III Encontro de pesquisadores da área em 1996 o GP ganhava um novo nome: Grupo Produção Editorial, Livro e Leitura. Ele se reuniu na UEL-Londrina, Paraná com a coordenação de Aníbal Bragança. O GT seguia crescendo: neste ano contou com a participação de nove pesquisadores apresentando seus estudos. Foram eles: Maria Celeste Mira da PUC-SP com o trabalho: *Mercado editorial no Brasil*; Sílvia Borrelli também da PUC- SP que apresentou o estudo: *Best-sellers – Identidade, peritextualidades* e Gisela Creni da Anhembi/Morumbi-SP apresentou: *Os editores artesanais na contramão do mercado. Leitor, esse ilustre conhecido* de Marialva Barbosa da UFF e *Consumo, identidade e bibliofilia* de Aníbal Bragança da UFF encerraram o GP.

Os anos de 1997 e 1998 tiveram como Coordenador Aníbal Bragança e também 13 artigos. De 1997 destacamos: *Memória do GT e percursos atuais das pesquisas na área*, de Aníbal Bragança; *O primeiro dicionário de artes gráficas no Brasil* de autoria de Luís Guilherme Pontes Tavares; *O livro no Brasil*, de Tânia Bessone ; o artigo *Leitura: para uma história dos sistemas de comunicação*, de Marialva Barbosa e o trabalho *A fala errante*

– *Uma leitura do livro das Mil e uma noite* – de Mariza Werneck. Márcia Abreu apresentou o estudo *Circulação de livros no Brasil nos séculos XVIII e XIX*, enquanto outros pesquisadores abordaram assuntos diversos como: a teoria do livro, o fim do livro, livros e leitores nos anos 1800, edição de livros de negócios e até telenovelas, como foi o caso de Sandra Reimão e seu artigo: *Telenovelas e romances brasileiros*.

O VI Encontro do GT no Congresso da INTERCOM de 1999, realizado na Universidade Gama Filho, no Rio de Janeiro foi coordenado por Aníbal Bragança. Foram apresentados 10 trabalhos. Alguns abordavam a imprensa: *O projeto gráfico do jornal - elementos para a preservação da identidade visual sem prescindir das inovações tecnológicas*, de Amarildo Carnice e *O livro no jornal*, de Isabel Travancas que abordou os suplementos literários de jornais franceses e brasileiros. Os outros artigos trataram de temas como: *Leituras literárias no Rio de Janeiro* de Márcia Abreu; *Um arquipélago francês no Brasil: as bibliotecas profissionais no Rio de Janeiro ao longo do século XIX* das pesquisadoras Lúcia P. Neves e Tania Bessone e por último *O livro e o poeta* de Aníbal Bragança.

## **O GP no século XXI**

Os primeiros cinco anos do século XXI, no GP, foram marcados pela passagem da coordenação de Aníbal Bragança para a Sandra Reimão a partir de 200 e o início da denominação Núcleo de Pesquisa, quando realizado na cidade de Campo Grande. O grupo reuniu 11 trabalhos abordaram temáticas como dispositivos, suportes e novas modalidades de publicação. O núcleo também contou com discussões em que as palavras-chave foram livro eletrônico, a web, design gráfico assim como as práticas de leitura e *best-sellers* discutidas no *O estudo de leitores empíricos contemporâneos a partir de uma perspectiva sociocultural: uma tradição emergente*, de Richard Romancini no artigo de Sandra Reimão, *Os best-sellers de ficção no Brasil - 1990-2000*. Aníbal Bragança - na esteira da discussão sobre o papel do editor- abre o debate

utilizando como fio condutor a relevância do livro no processo de ensino-aprendizagem em *A função editor de livros escolares* onde apresenta um breve histórico da função editor de livros escolares na Europa e no Brasil do século XIX.

Em 2002 o grupo se amplia com novos componentes e reuniu duas dezenas de trabalhos apresentados na cidade de Salvador. No encontro a história da leitura, editorial e do livro continuou como foco das investigações, a exemplo do trabalho de Márcia Abreu *Censores lêem romances*, o artigo de Marília Barcellos *O editor Erico Veríssimo e a produção editorial da Globo* e o de Aníbal Bragança com *Por que foi, mesmo, revolucionária a invenção da tipografia? O editor-impressor e a construção do mundo moderno*. As vinte apresentações consolidaram o Núcleo com as discussões e a chegada de novos participantes. O debate foi ampliado com a presença de pesquisadores como: Nízia Villaça; Richard Romancini; Rudinei Kopp, e Sandra Guardini T. Vasconcelos.

Em 2003 foram 15 apresentações que abordaram a história editorial, o mercado e a leitura. Aníbal Bragança expôs a pesquisa *Frei Veloso, a Casa Literária do Arco do Cego e as origens da indústria editorial brasileira*. Os trabalhos versaram sobre temas como: livros, leitores, livro eletrônico, relações Brasil-Portugal, autores, editoras, narrativas oralizadas, revistas femininas, leituras Infantis, dentre outros assuntos debatidos ao longo do encontro.

Destacamos Porto Alegre, em 2004, como sede do Congresso com o tema *Comunicação, acontecimento e memória*, no qual Bragança debruçou-se não somente na organização como diretor científico da INTERCOM, mas também, atuou como palestrante além da apresentação no NP. Ele apresentou a palestra *A constituição do campo interdisciplinar de estudos do livro e da história editorial no Brasil* na mesa *A memória e a construção do campo da Comunicação no Brasil*. Na ocasião o NP reuniu 21 apresentações na PUCRS. Dele participaram Lucia Bastos das Neves e Isabel Frade com estudos sobre bibliotecas na Idade Média e imagens de Napoleão Bonaparte

em impressos brasileiros. *Francisco Alves: uma editora brasileira sesquicentenária (1854 – 2004)*, foi o objeto do trabalho de Aníbal Bragança.

Em 2005, o Rio de Janeiro sedia o Encontro com 22 trabalhos no Núcleo de Pesquisa em Produção Editorial. Tal quantidade demonstra o crescente interesse e a aglutinação de textos provenientes de várias áreas. A multidisciplinaridade no GP configura uma de suas especificidades ao abranger estudos provenientes do campo da história, como os abordados por Marisa Midori Deaecto com *Anatole Louis Garraux e o comércio da livraria francesa em São Paulo (1860-1890)*. A política surge como eixo presente em vários dos estudos como, por exemplo, em *A Trajetória de Lula nos livros*, Gisele Taboada e João Elias Nery; *Fases do Ciclo Militar e censura a livros – Brasil, 1964-1978*, de Sandra Reimão. Enquanto Aníbal Bragança apresentou o artigo *Tendências do mercado do livro no Brasil: democratização ou elitização? Notas preliminares*.

Em 2006 o Grupo de Pesquisa, sob a coordenação de Sandra Reimão, reuniu-se na UNB em Brasília e foram apresentados 17 trabalhos. No encontro foram abordadas questões que refletiam sobre algum aspecto da produção editorial no país como: o papel do Estado como é o caso do artigo de Aníbal Bragança e Maria Lizete do Santos intitulado *O estado brasileiro e as políticas públicas para o livro e leitura: uma abordagem histórica*. Por sua vez, as HQs foram abordadas no artigo: *as HQs brasileiras: memórias do desenhista, do roteirista e do editor*, de Elydio dos Santos Neto. Além disso, *A eficácia comunicacional e gráfica na divulgação da ciência: apontamentos para estudo-piloto de periódicos científicos da UFRGS*, de Ana Gruszynski e Cida Golin, ajudou a compor um leque heterogêneo de trabalhos sobre a produção editorial no Brasil.

A Unisantos na cidade paulista de Santos foi a sede da INTERCOM em 2007 e Aníbal Bragança assumiu a Coordenação do GP. O número de trabalhos apresentados cresceu para 21. O conjunto de textos expressou uma grande diversidade de temas e períodos. Bragança abriu o GP com



um artigo sobre Antonio Isidoro da Fonseca e Frei Veloso, protagonistas do começo da história do livro no Brasil e foi seguido do estudo sobre a genealogia dos primeiros impressos de Isabel Frade. Periódicos de diferentes tipos: jornalísticos e científicos foram analisados em artigos como o de Raquel Castedo e Ana Gruszynski. Os quadrinhos também estiveram presentes em quatro trabalhos de autoria de: Elydio dos Santos Neto, André Souza da Silva, Gazy Andrau e Roberto Elisio dos Santos.

Em 2008 o encontro da INTERCOM foi realizado na UFRN em Natal e contou com a participação de 30 estudiosos do tema que apresentaram no total 24 trabalhos. Os principais temas abordados foram: romances, políticas de aquisição de livros e de estímulo a leitura, fan fictions e HQs, jornais e revistas. *A encomenda de obras para coleções ficcionais temáticas na literatura brasileira das décadas de 1990 e 2000*, de Teodoro Koracakis; *Ver com olhos e lamber com a testa: a experiência estética em Vogue*, de Paulo Bernardo Ferreira Vaz. Aníbal Bragança participou com o artigo *O arco do cego e impressão régia (Lisboa e Rio de Janeiro): sobre rupturas e continuidades na implantação da imprensa no Brasil*.

Curitiba foi a sede do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação em 2009. O GP de Produção Editorial reuniu 24 textos de 31 autores. A censura foi tema de três estudos: o controle e a proibição a partir do arquivo de Miroel Silveira de Ferdinando Martins e Barbara Leitão; *O Departamento de censura de autores brasileiros na ditadura 1970-1988*, de Sandra Reimão e a censura de Perdoa-me por me traíres, de Barbara Heller. O trabalho de edição e preparação de originais foi debatido por: José Muniz Júnior que se deteve na intervenção textual como uma atividade discursiva; Ana Elisa Ribeiro que analisou a revisão de textos em diálogo com o auto e as revistas científicas on-line de Ana Cláudia Gruszynski.

Em 2010 os participantes do XXXIII encontro da INTERCOM se reuniram na Universidade de Caxias do Sul

para apresentação e discussão de trabalhos. Ana Cláudia Gruszynski e Márcio Souza Gonçalves eram, respectivamente, coordenadora e vice. O GP reuniu 21 participantes entre estudantes e pesquisadores que apresentaram 16 artigos. As HQ foram um dos principais temas e analisadas em cinco trabalhos de: Juscelino Souza Júnior; Fabio Mourilhe Silva; Roberto Elísio dos Santos, Flávio Padovani e Osvaldo Costa; José Franco; Anielly Dias e Paulo Ramos. Os temas foram: a reportagem em HQ, o balão das HQs, o quadrinho de Laerte, Superman e Samurai nas HQs; a estética das histórias da Mafalda e tiras livres.

Recife foi a sede do XXXIV congresso da INTERCOM realizado na UNICAR em 2011. O GP de Produção Editorial reuniu mais de 40 estudiosos que apresentaram 30 trabalhos. Foi um GP marcado por pesquisas sobre a imprensa com análise de capas de revistas no artigo de Paulo Bernardo Vaz, o estudo do projeto gráfico na contemporaneidade de Ana Gruszynski, o artigo de Luis Guilherme Tavares sobre a revista *As Variedades* e o de Ana Elisa Ribeiro focado no livro digital na imprensa. Os artigos sobre as Histórias em Quadrinho abordaram: o discurso americano para minorias raciais, de Romildo Lopes; a representação dos nerds nas HQ de Lucio da Silva e os sistemas modelizantes das HQ, de Anielly Dias. A questão da leitura abordada nos textos de Roberta Andrade e Márcio Gonçalves encerraram o GP.

Em 2012 a cidade que abrigou o XXXV Congresso da INTERCOM foi Fortaleza. No GP de Produção Editorial foram apresentados 34 trabalhos divididos em seis sessões. A primeira delas intitulada “Quadrinhos” reuniu oito pesquisadores que discutiram temas como a proto-história dos quadrinhos no século XVIII, de Athos Cardoso; a representação dos negros nos quadrinhos norte-americanos, de Romildo Lopes e o fenômeno de *rage comics* e os quadrinhos analisado por Lucio da Silva. As estratégias editoriais no século XXI a partir de estudos sobre políticas editoriais, *crownfunding*, o papel do editor, os e-books e produtos como livro clip e audiolivros

foram temas relevantes do segundo encontro do GP. As práticas editoriais e de leitura foram analisadas em duas sessões que abordaram a edição científica no país, a pesquisa *Retratos da Leitura*, a leitura no digital e a experiência leitora de adolescentes.

Manaus foi a cidade escolhida pela INTERCOM para sediar o congresso em 2013. O GP de Produção Editorial reuniu estudantes, professores e pesquisadores que apresentaram 27 trabalhos. Os temas foram mais diversificados com análises em uma perspectiva histórica, tanto de editoras e livros como de revistas. A leitura no Brasil e a questão da tecnologia também foram abordadas em diversos artigos como: *Por aí: a crônica jornalística inter meios*, de Ana Cláudia Munari, *A parte pelo todo? Textos, tecnologias e confiabilidade*, de Júlio Monteiro e *Livros digitais e materialidade: reflexões acerca das estratégias gráficas em diferentes capas de Memórias Póstumas de Brás Cubas*, de Raquel Castedo.

Sob a coordenação de Márcio Gonçalves e Ana Elisa Ribeiro, em 2014, o GP registrou 25 trabalhos no encontro em Foz do Iguaçu. Os textos abordaram temas como: edição e política, mercado editorial, entre outros. Participaram do grupo Bruno Guimarães Martins com o texto *Artífices, tipógrafos, editores: (re)visitar a história da imprensa na província de Minas Gerais*, Ana Elisa Ribeiro e Pablo Guimarães analisando Livrarias-editoras em Belo Horizonte-MG; José Muniz Jr. *Intelectuais do livro: espaços de formação e autorreflexão do espaço editorial no brasil e na argentina* e Roberta de Andrade e Erotilde Silva apresentaram *O que é um romance inesquecível? Os processos de apropriação cultural dos livros do coração*.

No ano de 2015 o encontro foi no Rio de Janeiro e o GP foi recordista em quantidade de apresentações. Ele reuniu 36 trabalhos na gestão de Márcio Gonçalves e Ana Elisa Ribeiro. Foi um ano de muitas conquistas para o Grupo com três premiações: Thays Guimarães ficou em primeiro lugar no Prêmio Vera Giangrande de Iniciação Científica, José Muniz Jr. foi agraciado com o Prêmio Freitas Nobre de melhor

trabalho em nível de doutorado e Aníbal Bragança recebeu o Troféu José Marques de Melo – Maturidade Acadêmica Regional. Os trabalhos, com temas bastante diversos, foram distribuídos em quatro sessões: “Edição, editor, editora e curadoria”; “Edição multiplataforma”; “Estudos de caso em produção editorial” e “Produção editorial, leitura e consumo”.

Em 2016 a coordenação do GP estava a cargo de Márcio Gonçalves e Bruno Martins. O congresso foi realizado em São Paulo e foram apresentados 28 trabalhos distribuídos em sessões por eixos temáticos como “Pesquisar, ensinar, formatar” no qual se encontra *Autoria em Periódicos Científicos de Ciências da Comunicação – uma avaliação das revistas Qualis A2*, de Renata Carvalho da Costa; na sequência no eixo “Escrever e Editar” dentre os textos *Minha luta no Brasil: Editora Globo, 1934-1942*, de Eliane Paz; em seguida na sessão “Meios e Matérias” abordando *O Sentido: Elementos Materiais e Humanos*, de Márcio Gonçalves, finalizando com a sessão “Livros de Ajuda & Leitor” *Seme e Uke: Estratégias para Mobilizar o Leitor-Modelo no Manga Blood Honey*, traz Fernanda Kushima.

No ano seguinte, Curitiba foi a sede do Congresso. Em 2017 o evento reuniu 19 artigos. *É dia de feira: a cena dos microeditores na cidade de São Paulo*, de José de Souza Muniz Júnior, *De volta para o futuro: textos e leituras ontem e hoje*, de Taynee Vieira em coautoria com Márcio Souza Gonçalves e *Da minha língua vê-se o mar: os editores independentes e as imagens de si*, de Letícia Gomes são exemplos dos temas explorados. Na ocasião, Aníbal Bragança acompanhou o GP, mesmo sem apresentar trabalho, contribuindo com a discussão. Nesse ano chegam ao grupo jovens pesquisadores e a partir daí há um aumento do número de participantes que permanecem no debate nas versões atuais do grupo.

Joinville foi a sede do Congresso em 2018. Nele estão presentes jovens pesquisadores como Samara Coutinho com o artigo *O mercado da bibliodiversidade: uma breve análise da dinâmica de capitais das Editoras Patuá e Lote 42*. Também a aproximação de profissionais da área como o tradutor Sérgio

Karam que em coautoria com Ana Elisa Ribeiro, escreveu *Circo de letras: registro e breve história de uma coleção da editora Brasiliense*.

2018 também foi o ano em que o GP reuniu, no *Edição: agentes e objetos* a obra foi organizada por Ana Claudia Gruszynski, Bruno Guimarães Martins e Márcio Souza Gonçalves editado pela PPGCOM/ UFMG-, a produção científica do GP. A publicação tem prefácio de Aníbal Bragança e nele o autor enfatiza a maturidade acadêmica do Grupo. Em formato e-book a obra apresenta um retrato da diversidade de temas, períodos e metodologias e os textos estão agrupados em quatro eixos distintos: “Leitura e leitores”, “Materialidades e produção de sentidos”, “Editoras e edição” e “Aproximações históricas”.

O encontro em Belém, em 2019 foi o último presencial da INTERCOM. Nele foram debatidos 14 trabalhos com temas múltiplos como editores, correspondências, algoritmo e digitalização de manuscritos, experiência literária, livrarias e periódicos literários como, no artigo de Paula Renata Moreira sobre a *Pesquisa em revistas literárias no panorama dos estudos de edição: o caso dos anos 1970* e texto de Ana Carolina Slade *Do vazio cultural à abertura: a expansão do mercado editorial brasileiro e as estratégias da editora brasiliense nas décadas de 1970-1980*.

Realizado no período pandêmico da Covid-19, o Congresso de 2020 foi organizado na Bahia e teve sua primeira versão na modalidade virtual como no ano seguinte. Bruno Guimarães Martins e José de Souza Muniz Júnior foram os coordenadores. Os 28 estudos foram divididos nos eixos: “Mercado editorial, infâncias e juventudes”; “Edição e práticas literárias”; “Autorias e tecnologias; Livro, edição e marcadores da diferença”; “Materialidades e visualidades”; “Mercado editorial, mundo digital e tempos pandêmicos” e “Processos editoriais e seus protagonistas”. Apresentações como *Livro artesanal: possibilidades de produção de um livro-reportagem sobre e com artesãos*, de Mariely DalMônic e Ivanise de Andrade; *A literatura sick-lit no mercado editorial brasileiro*,

Daniele Novaes e Isabel Travancas; foram alguns dos trabalhos que discutiram o campo.

O ano de 2021 consolida o grupo com 26 apresentações nas quais encontram-se pesquisadores antigos e jovens iniciantes como Jean Rossi em *Investigando a leitura no Brasil: um mapeamento de pesquisas com leitores na comunicação (2015-2020)* e de estudos sobre clubes de leitura (1990-2020), e novos participantes como Marcio Castilho com *Narrativas da transição: o papel dos livros nas “batalhas de memória” sobre a ditadura no Brasil* e outros como *Olhar digital: um mapa editorial para avaliar a presença do livro digital no Brasil*, de Whaner Endo e *Editar e Acreditar: Materialidade Midiática e a Produção de Crenças na Contemporaneidade, sobre fake news*, de Bruno Martins e Márcio Souza.

### **Um homem que amava os livros, por Marialva Barbosa**

Falar da trajetória acadêmica de Aníbal Bragança é se referir a uma vida dedicada aos livros Sua vida e sua expressão pública como intelectual sintetizavam o vívido e esplêndido amor por eles.

Não sabemos ao certo quando este amor começou, mas pela sua intensidade podemos antever que foi muito cedo. Chegando ao Brasil, de Santa Maria da Feira (Portugal) aos 12 anos de idade, levou algum tempo para conseguir tornar público seu incondicional amor pelos livros. Mas logo isso se daria.

Em Niterói, onde fixou residência, criou livrarias: a primeira com o expressivo nome Encontro, que passaria a se chamar Diálogo. A mais famosa na cidade, pelo pioneirismo de ser também um espaço para das trocas e conversas e apresentações artísticas - já que lá também funcionavam uma casa de chá e um auditório, foi a Passárgada. Tinha apenas 21 anos quando as suas livrarias tornaram público seu incondicional amor pelos livros. Como disse certa vez em entrevista à Associação Estadual de Livrarias do Rio de Janeiro, na sua vida o livro foi o rei.

Toda a sua trajetória acadêmica sempre esteve em conexão com o estudo dos livros, leituras e mercado editorial. Na Universidade Federal Fluminense, onde começou a dar aulas em 1985, no Instituto de Artes e Comunicação Social (IACS) ficando lá até a sua aposentadoria, era professor de História da Comunicação, logo nos primeiros tempos. Quando o Departamento de Estudos de Mídia foi criado, na primeira década do século XXI, História da cultura do impresso e Editoras e mercado editorial, entre outras, passaram a ser suas disciplinas do curso de Graduação. Na pós-graduação em Comunicação da UFF, era responsável pelo Núcleo de Pesquisa Livro e História Editorial no Brasil (LIHED).

Seu esforço em adensar as pesquisas em torno dos estudos sobre livros ampliou-se em direção a uma multiplicidade de atividades, com destaque para o período em que foi Diretor Científico da INTERCOM e coordenador do Núcleo de Pesquisa de Produção Editorial, Livro e Leitura posteriormente chamado de Grupo de Pesquisa. Foi também Coordenador de Pesquisa e Editoração da Fundação Biblioteca Nacional e Secretário de Cultura de Niterói. Quando de seu falecimento em 2022, a Prefeitura de Niterói decretou luto oficial de três dias. Nada mais justo para alguém que fincou suas raízes na cidade e desempenhou importante papel intelectual durante toda a sua vivência ali.

Mas a importância de Aníbal Bragança em relação às pesquisas sobre o livro e as leituras não se restringiram à publicação de livros, capítulos e artigos. Entre os muitos eventos que organizou um se destaca pelo menos na memória de quem escreve estas linhas: o I Seminário Brasileiro sobre o Livro e a História Editorial, realizado em 2004, na Fundação Casa de Rui Barbosa, em que trouxe como conferencistas alguns dos principais nomes da pesquisa sobre tema na Inglaterra, na França, no Brasil e em Portugal. O historiador inglês Laurence Hallewell, autor do pioneiro *O livro no Brasil - sua história*, publicado em 1982, foi um dos conferencistas do memorável encontro, ao lado dos pesquisadores franceses



Jean-Yves Mollier e Diana Cooper-Richet; Manuela D. Domingos, pesquisadora da Biblioteca Nacional Portuguesa; e do antropólogo argentino Gustavo Sorá. Como diretor científico da INTERCOM, organizou o memorável Congresso Nacional realizado, em 2004, na PUC do Rio Grande do Sul, em Porto Alegre, com o tema “Comunicação, acontecimento e memória”. Na ocasião, convidou para conferencista de abertura Andreas Huyssen, que é reconhecido, hoje, como um dos mais importantes pesquisadores de memória do século XX.

Muito se poderia dizer de Aníbal Bragança, uma pessoa dócil, amiga, delicada, afetuosa e um pesquisador com uma trajetória coerente e que não mediu esforços em incentivar e promover os estudos em torno dos livros e das leituras. Mas, neste pedaço final deste trecho, que tem como objetivo apresentar a trajetória acadêmica deste homem que dedicava um amor incondicional aos livros, seguiremos outro caminho que, certamente, expressa melhor o retrato, que será sempre incompleto, deste intelectual que foi de cada um dos que o conheceu de forma mais profunda, sobretudo, um amigo inesquecível. Daqueles que ficam para sempre.

### **Imagens em tramas da minha memória**

Nas tramas narrativas que constroem um texto que procura fixar também no formato livro a trajetória acadêmica de Aníbal Bragança muitas imagens emergem da memória de alguém que cruzou sua vida com a dele durante mais de 20 anos no Instituto de Artes e Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense. Sua trajetória acadêmica percorreria também um caminho vitorioso a partir daquele ano de 1985 quando começou a lecionar no Curso de Comunicação Social. Os livros, que seriam pontos de partida e chegada de seu destino, se tornaram temas recorrentes de suas aulas e, posteriormente, de suas pesquisas, tanto no Mestrado, estudando a trajetória do livreiro Silvestre Mônaco, como no Doutorado em Comunicação, quando seu objeto foi a trajetória do livreiro Francisco Alves. Ambos os cursos

foram realizados na ECA-USP. As duas pesquisas também se tornaram livros referências nos estudos sobre a temática. O primeiro *Livraria Ideal*, em que remonta com argúcia histórica a trajetória de Silvestre Mônaco e sua livraria fundada em Niterói, em 1946, foi editado pela Editora da Universidade de São Paulo (EDUSP). A rigor, a trajetória do livreiro italiano que chega ao Brasil no início do século XX é uma espécie de pretexto para o autor refletir sobre a ampliação dos leitores do final do século XIX até meados da década de 1940, com ênfase na análise da indústria editorial brasileira. Na obra seguinte, denominada *O Rei do Livro*, Francisco Alves na História do Livro e da Leitura no Brasil (Edusp, Lihed, 2016) remonta a trajetória do editor Francisco Alves, a quem ele considerava o primeiro grande editor brasileiro, apesar de, tal como ele, ser português. Para ele, Francisco Alves não era um estrangeiro. Certamente, por ter sido, tal como o rei do livro, um brasileiro, mesmo tendo nascido em Portugal. Tal como Francisco Alves que aqui chegara com apenas 15 anos, também Aníbal chegou ao Brasil com 12 anos. Outra obra sua foi o *Impresso no Brasil. Dois séculos de livros brasileiros*, organizada em conjunto com Márcia Abreu, da Universidade de Campinas (UNICAMP) e publicado em 2010. O livro, que ganhou o Prêmio Jabuti na categoria Comunicação em 2011, sintetiza muitas reflexões em torno da produção editorial brasileira, tornando-se referência sobre o tema.

Aníbal se aposentou na Universidade Federal Fluminense, em 2014, depois de 29 anos dedicados ao ensino e à pesquisa sempre tendo com objetivo reflexivo o livro em múltiplas conexões: o mercado editorial, as leituras, os livreiros, os editores, numa infinita gama de proposições em torno das imagens/imaginações desse universo teórico. A aposentadoria não significou, de imediato, o seu afastamento da UFF. Foi ainda diretor da Editora da Universidade Federal Fluminense (EDUFF), como último grande ato de uma paixão que tornava os livros parte integrante dele mesmo. Foi uma das últimas vezes que falamos mais detidamente. Eu como

autora, ele como editor, em busca de fórmulas para tornar uma obra que organizei mais atrativa para o público. O belo título do livro foi de sua autoria: *Os manuscritos do Brasil. Uma rede de textos no longo século XIX*. Um título que era não apenas sintético e informativo, mas poético e com profundidade teórica. O longo século XX tão referido na história, tornava-se agora o século, igualmente longo, o XIX que deixava a ver textualidades manuscritas como uma rede de textos que conviviam lado a lado com os impressos. Os manuscritos tornaram-se impressos pelas mãos de Aníbal e como tal foram imortalizados em livro.

As imagens das tramas da memória também ligam aquele que é considerado o mais importante teórico sobre as práticas de leitura sob a perspectiva da história cultural, Roger Chartier, à Aníbal Bragança. Foi ele que nos apresentou numa tarde qualquer na entrada do auditório do prédio do Instituto de Letras da UFF, no campus do Gragoatá. Tinha levado meus alunos de pós-graduação para assistir a uma aula de Roger Chartier, organizada por Aníbal Bragança. Na estante, o livro autografado do pesquisador francês, *A história ou a leitura do tempo*, mostra ainda hoje, anos depois, que um livro pode guardar memórias afetivas em camadas que não cessam de ser sobrepostas e ressignificadas em vivências que se conectam e que, ao fim, se rompem diante do inexorável fim de uma vida.

Na EDUFF lutou de maneira incessante para que os livros das editoras universitárias tivessem maior protagonismo no mercado editorial brasileiro. Em 2021, já no contexto da pandemia, participou de maneira virtual do 1º Encontro internacional da rede de investigação bibliotecas, políticas, leitura organizado pela Universidade de Coimbra no qual participaram Paula Sequeiros e Maria José Fernandes Carvalho, Cláudia Pereira, Margarita Pulido e Nuno Medeiros.

Um certo desânimo marcou sua fala diante das dificuldades de fazer os livros editados pelas universidades chegarem até o público. Além disso, as mazelas cotidianas

de um Brasil quase irreconhecível diante de um governo antidemocrático e completamente sem rumo, o mundo, a pandemia, o distanciamento social, enfim, tudo concorria para uma mudança total de perspectiva. O novo milênio trouxera desânimo, mudanças incomensuráveis, um mundo profundamente diferente, desconhecido e menos amável e gentil. Não combinava com as características mais recônditas deste homem que amava profundamente os livros, mas também seus incontáveis amigos.

Inúmeras vezes estivemos lado a lado como fraternos amigos que éramos. Falar de sua trajetória é se referir obrigatoriamente a uma amizade profunda, que atravessou décadas e só fez crescer a admiração ao longo do tempo. Generoso, amável, gentil, defensor e fiel aos seus amigos. Eram tantas as qualidades de Aníbal no dia a dia, na vida vivida, que esta dimensão do afeto infinito em torno de múltiplas qualidades como ser humano se sobrepõem a qualquer coisa que se queira dizer sobre sua trajetória profissional.

Quando soube de sua morte, em fevereiro de 2022, estava em Portugal. Tinha no período que lá ficara passado algumas vezes no caminho de Santa Maria da Feira e todas as vezes lembrava dele e dele falava. Meu querido amigo se foi num dia que estava nublado em Santa Maria da Feira. Uma lágrima escorreu do meu rosto. Expressão da saudade infinita do meu gentil e adorável querido amigo. Para todo o sempre.

### **Aníbal Bragança – um intelectual múltiplo, por Márcio Gonçalves**

Fazemos um interregno afetivo para nos determos carinhosamente sobre uma pessoa sem a qual o GP não existiria.

Aníbal Bragança era certamente um intelectual, um dos grandes, em sua defesa do livro no Brasil. Na realidade não era um, era vários: intelectual, professor, editor, livreiro etc etc. Mas era, também, e é disso que nos ocupamos agora,

um amigo atento e cuidadoso.

A amizade sempre esteve ligada à atividade intelectual. Pense-se, primordialmente, na relação grega entre filia e sofia, na filosofia, para a compreensão da importância dessa ligação. No caso de Aníbal Bragança, a atenção e a delicadeza que dispensava aos que privavam da sua amizade era profunda.

Um dos autores do presente texto se permite, neste momento, dada a natureza do que vai tratar, um tom confessional e pessoal e tomará a liberdade de escrever na primeira pessoa do singular.

O que se segue, nesse sentido, pode bem vir entre aspas, como a citação de um relato pessoal de carinho, amizade e admiração.

Conheci Aníbal há muito tempo no INTERCOM, na primeira vez em que enviei um trabalho para o grupo de Produção Editorial. Eu, muito mais jovem do que agora e em início de carreira, fui extremamente bem acolhido por Aníbal, então coordenador. A facilidade de comunicação e a fluidez das trocas intelectuais com Aníbal me tocaram imediatamente. Acabamos ficando próximos mais ou menos rapidamente. Ele, conforme me disse depois, achava que eu trazia uma boa pegada teórica ao grupo e que isso era, naquele momento, uma lacuna importante.

Não muito tempo depois, Aníbal me convoca, é a palavra, para ser vice-coordenador, ao lado da Professora Ana Gruszynski, tendo sido posteriormente colocado no posto de coordenador. Na realidade essa coordenação era o tempo todo partilhada com Aníbal, que sempre, mesmo quando não estava presente, estava, paradoxalmente, presente. Era um apoio constante e necessário, onipresente. Um traço marcante dessa amizade de Aníbal era impulsionar os jovens para novos lugares e posições no campo intelectual.

Quando criei meu grupo de pesquisa, no âmbito de minha universidade, tinha um problema de batismo: como

chamar o grupo. Entrei em contato com Aníbal para duas coisas: para pedir sugestões de nome para o recém-nascido grupo e, sobretudo, para convidá-lo a ser uma espécie de coordenador de honra. Era uma forma de homenagem, uma forma muito verdadeira de homenagem, pois minha trajetória intelectual no campo da história da comunicação e dos livros foi indelevelmente marcada por Aníbal.

Apreendi muito com ele, tanto acadêmica quanto pessoalmente.

Éramos diametralmente opostos teoricamente, apesar do campo de curiosidades comum. Nossos pressupostos teóricos, nossos paradigmas de base, se assim se pode falar, eram diferentes, talvez mesmo contraditórios. Essa distância pode ser apreendida considerando-se nossas respectivas posições acerca de McLuhan.

Aníbal era, pode-se afirmar, um grande admirador do canadense. Em uma bastante citada entrevista feita por quatro pesquisadores brasileiros, publicada na Revista Brasileira de Ciências de Comunicação em 2005, Aníbal faz uma pergunta direta a Chartier sobre a importância das ideias de McLuhan sobre o livro e a cultura letrada. Tal pergunta é um dos sinais da afinidade entre eles. Eu mesmo, de modo oposto, tendo a ver a posição de pensador canadense como uma simplificação falseadora de uma realidade bastante mais complexa. Pois bem, eu e Aníbal, em um determinado momento, há muitos anos, consideramos seriamente escrever um artigo juntos sobre... McLuhan. O artigo não prosperou por motivos outros que não nossa diferença de posição, mas o que importa aqui é antes de tudo o fato de termos começado o projeto. Nada na diferença teórica impedia a troca, a discussão, o trabalho conjunto. Eis aí mais um traço da grande generosidade de Aníbal.

Essa pequena anedota coloca em cena, além da generosidade, um traço profundo da amizade tal como a vivi com Aníbal: amizade na diferença. Não se trata de ser amigo do semelhante, com quem concordamos em tudo, com

quem compartilhamos todas as afinidades. O mais profundo é a amizade com diferenças, o que indica que diferenças são conciliáveis e podem existir junto a vínculos, não são impedimento. São, ao contrário, provavelmente, condição.

Eu, por meu lado, prestava extrema atenção a qualquer crítica que Aníbal fazia a textos e falas minhas. Lembro-me claramente dos comentários dele sobre um trabalho meu apresentado em um evento do GP (não me lembro do trabalho, mas sim dos comentários!), detonando, arrasando, explodindo as teses que eu defendia. Ana Gru, como era carinhosamente chamada, olhou para mim no final e disse: “e agora?”. Eu me pus então a responder a cada um dos pontos que ele havia levantado, o que foi ótimo, pois responder me obrigou a ter mais clareza e segurança de minha própria posição (que não mudou). Aníbal, com suas críticas ferrenhas e ao mesmo tempo educadas, me ensinou a importância de sustentar, delicada mas fortemente, o que eu dizia, me fez perceber a necessidade da argumentação ponderada e firme. Eu adorava essas trocas. Sustentar o que se diz é um aprendizado e sempre cresci com Aníbal.

Aníbal era a elegância absoluta, a educação absoluta, a doçura absoluta. Mas, ao mesmo tempo, alguém que dizia tudo que queria dizer, não fazendo concessões. A elegância, a educação e a doçura, além de qualidades humanas fundamentais, eram, no seu caso, o caminho para que se colocasse de modo correto, sem barulho, sem grosseria, indo aos pontos essenciais.

Aníbal, como dito acima, sempre estimulou e ajudou pesquisadores, mais jovens que ele ou não. Mais uma pequena anedota: no segundo LIHED eu estava com ele praticamente o tempo todo, agindo como uma espécie de imediato. O que ele pedisse eu fazia e resolvia. Ficamos eu e Marisa Midori Deaecto, competentíssima professora da USP, ciceroneando os pesquisadores franceses a pedido do Aníbal. Em um momento do congresso, Aníbal devia apresentar uma mesa internacional, mas estava muito cansado da rotina do evento



que já contava alguns dias. Se virou então pra mim e disse: estou cansado, vá lá e apresente a mesa, o que para mim foi um choque pois eu não havia preparado uma fala de abertura, não estava psicologicamente advertido, mas... tive que ir, pois Aníbal pediu. Em um certo sentido foi uma aposta dele. Aposta que para mim foi preciosa, pois lá fui, apresentei a mesa e ganhei uma dose importante de confiança em minha própria capacidade de falar. Um ato bobo, um detalhe burocrático em um congresso, mas que para mim foi um marco pessoal de amizade.

Tivemos muitos e ótimos almoços e jantares nos eventos e fora dos eventos. Era alguém que amava o cotidiano, a boa mesa, a boa conversa, a boa convivência, amigas e amigos. Me mostrou alguns pedaços de Niterói que eu não conhecia e de que passei a gostar através dos seus olhos. As pequenas coisas da vida não eram para ele pequenas, eram fundamentais, de modo que à boa atividade intelectual estava totalmente aderida uma boa prática vital, as duas coisas sendo inseparáveis.

Aníbal era, como todos sabem, uma enciclopédia viva da história do livro. Certa vez preferi ligar para Aníbal do que fazer buscas na Internet, pois tinha mais confiança nele do que no universo incontrollável do digital.

Aníbal amava os livros como poucos, o que é mais do que sabido. E pessoalmente, em diversos momentos, enfatizava o caráter impresso do que considerava “livro” - talvez uma herança vagamente mcluhaniana -, tendo dificuldade em aceitar a ideia de um livro digital, o que seria, para ele, e o depreendo a partir das conversas, uma forma de oxímoro. Não que houvesse algum problema ou impedimento ao consumo de textos em plataformas digitais, a questão era a da atribuição do termo “livro”, seguido por digital ou termo semelhante, a qualquer uma dessas plataformas. Acredito, a partir de nossas conversas, que para Aníbal o termo “livro” estava reservado a algo com a materialidade do impresso, ou do manuscrito, mas nunca do eletrônico e que o amor que ao livro ele reservava era, portanto, seletivo.

Um aspecto que merece ser destacado é a dimensão internacional do Aníbal. Em primeiro lugar por sua própria história pessoal, de português-brasileiro, o que indica uma posição que é ao mesmo tempo ponte e um interlugar que não se confunde com nenhum dos dois. Mas, profissionalmente, dimensão internacional de sua atividade intelectual, materializada, de forma mais viva, nos eventos do LIHED. O rol de pesquisadores de outros países, de vários lugares do mundo, que Aníbal convidou e recebeu, com quem teve trocas intelectuais e que tornou acessíveis a diversos pesquisadores brasileiros para um contato direto, é impossível de ser escrito. Seria uma lista sempre injusta pois incompleta, de modo que aqui apenas indicamos que conteria o primeiro time de pensadores mundiais acerca do livro, da edição, da leitura e temas afins.

Tivemos a oportunidade, a felicidade e a honra de fazer a Aníbal e a Sandra Reimão uma homenagem especial no GP Produção Editorial da INTERCOM no ano de 2017. Foi um modo de marcar a importância de ambos para o GP, para o campo de pesquisa envolvendo livros no Brasil e, mais do que isso, para cada um de nós, participantes do grupo. Cada um teve sua própria história com Aníbal, assim como com Sandra. Retrospectivamente, nesse momento em que Aníbal faz tanta falta, o fato de termos feito a homenagem durante sua vida, o fato de ele ter recebido e participado da cerimônia, traz certo conforto e calor ao coração. Foi um evento muito tocante, tanto para os homenageados quanto para todas e todos os presentes.

“Aníbal Bragança: um intelectual na defesa do livro no Brasil”, mas enfatizando: em defesa do livro, ele amava livros; do Brasil, ele era um português brasileiro; e, mais do que isso, da vida, era alguém que amava viver.

O melhor modo de prestar uma homenagem é continuar o que ele sempre fez. Eu sempre o trago comigo. Se estou até hoje no campo de estudo dos livros é em grande parte por causa de Aníbal.

## Considerações

Como vimos as abordagens no Grupo de Pesquisa expressam uma diversidade de temáticas. Aníbal Bragança esteve presente em 15 edições do evento e seu primeiro texto é de 1995 *A trajetória de um imigrante italiano, do cordel à bibliofilia, 1935-1966* e seu último artigo, em 2010, intitula-se *Um espaço multidisciplinar para os estudos do livro e da leitura no Brasil (1994-2009): uma aproximação quantitativa*.

O Grupo de Trabalho se tornou nesses 28 anos um espaço fundamental para a troca de ideias, descobertas e aprofundamento de temas ligados ao mundo do livro e da leitura além de um espaço de discussão dentro de um espírito de cordialidade e consistência: marcas da personalidade de Aníbal Bragança.

Era o homem dos livros no Brasil. Referência no país e também fora dele. Cabe destacar que a alegria a qual dedicava seus estudos, como declara, em entrevista: “Eu gostaria de saber se aqueles alunos que me convidaram para dar a aula inaugural [no Curso de Comunicação Social – Produção Editorial UFSM] estão muito bem, estão trabalhando, estão felizes com o trabalho como editores” (BRAGANÇA, 2017, p. 35).

Como um dos fundadores, *expert* no tema e participante ativo, a cada evento Aníbal salientava as referências utilizadas anteriormente, articulando os textos apresentados ao longo do Grupo de Pesquisa Produção Editorial. Isso permitiu que não somente bibliografias estrangeiras vigorassem nos trabalhos, como a história do GP fosse fundamentada com autores brasileiros.

Aníbal nos fez crer que há espaço para desenvolver pesquisas sobre o livro e ao afirmar que “... é um campo que tem apresentado bons frutos para o conhecimento da cultura brasileira. Nós conhecemos pouco da cultura” (BRAGANÇA, 2017, p. 16).

Para concluir, é fundamental enfatizar que o livro no Brasil ainda é um objeto de luxo ao qual grande parte da

população não tem acesso. Em qualquer formato ou suporte – papel, digital, audiolivro – ele continua sendo uma fonte inesgotável de informação e de prazer. O livro segue como um pilar fundamental da democracia e uma janela para o mundo do conhecimento e da vida.

## **Referências**

BRAGANÇA, Aníbal (entrevista). In (Org.) BARCELLOS, Marília. **Estudos editoriais**. Coleção Caleidoscópio, volume 1. Santa Maria: pecomUFSM, 2017, p. 16.

CHARTIER, R.; VENANCIO, G. M.; LEÃO, A. B. de; BRAGANÇA, A.; MIGNOT, A. C. Diálogos Midiológicos 11 - Da história da cultura impressa à história cultural do impresso. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 28, n. 1, 2012. DOI: 10.1590/rbcc.v28i1.1085. Disponível em: <revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/1085>. Acesso em: 30 jun. 2022.

GONÇALVES, Márcio. “Uma introdução à história editorial brasileira 2002, - In: **Cultura, Revista de História e Teoria das Ideias**. Vol. XIV, II série, 2002. Centro de História da Cultura da Universidade Nova de Lisboa (Portugal), p. 57-83

GRUSZYNSKI, Ana; MARTINS, Bruno & GONÇALVES, Márcio. (orgs.) **Edição: agentes e objetos**. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG, 2018.

MARTINS, B. G ; GONÇALVES, M. S. ; REIMÃO, S. . Em torno da nova história dos livros. **ANIMUS** (SANTA MARIA. ONLINE), v. 19, p. 10-15, 2020.

REIMÃO, Sandra. “Estudos sobre produção editorial e história dos livros no Brasil: algumas observações” IN: **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo UMESp, nº 42, agosto 2004. Pág: 83-93.

Memorial do Núcleo de Pesquisa Produção Editorial: Incluindo a

Memória do GT Produção Editorial, Livro e Leitura – 1994/2000. (Org.) Aníbal Bragança. **INTERCOM**, 2010. Disponível em: <[ufrgs.br/lead-producaoeditorial/wp-content/uploads/2011/04/INTERCOM.Mem%C3%B3ria-do-NP-Produ%C3%A7%C3%A3o-Editorial-1994-2009.pdf](http://ufrgs.br/lead-producaoeditorial/wp-content/uploads/2011/04/INTERCOM.Mem%C3%B3ria-do-NP-Produ%C3%A7%C3%A3o-Editorial-1994-2009.pdf)>. Acesso em: 30 jun. 2022.

INTERCOM. Eventos, Congresso Nacional, **Anais**. Disponível em: <[portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/apresentacao5](http://portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/apresentacao5)>. Acesso em 03 jun. 2022.

# **CAPÍTULO 13**



# Desafios do rádio frente às redes de desinformação no combate às *fake news*

Daniel Martín-Pena  
Paulo Fernando Lopes  
Debora Cristina Lopez  
Alvaro Bufarah Jr

Os últimos anos têm nos revelado um contexto de muitos desafios na produção e na circulação de informações em diversas escalas tanto locais, como mundiais, especialmente no Brasil, em todas as mídias, não apenas no meio radiofônico. As ações dos grupos de difusão de *fake news* impactaram diretamente, por exemplo, no resultado das últimas eleições presidenciais (DOURADO, 2020) e em múltiplas dimensões do cotidiano dos brasileiros, seja na pandemia, nas universidades, nas políticas públicas para o meio ambiente, na manutenção ou na perda de direitos civis conquistados e no debate sobre direitos humanos (FREIRE et al, 2021; FERREIRA, VARÃO, 2021; MOREIRA, OLIVEIRA, PEIXOTO, 2021). As redes de desinformação têm se configurado como uma ferramenta eficaz, que permitiu implementar ações públicas de sufocamento de universidades e grupos sociais que lutaram por anos pela conquista de seus direitos.

Durante a pandemia, esse processo se apresentou como uma tática para a geração de ilusões que se configuraram



como uma cortina de fumaça para salvaguardar ações que possibilitaram posturas irresponsáveis diante do risco de morte, da perda de condições de vida, mediante a dor e o desamparo da população. A manipulação de informações configurou-se, especificamente na realidade brasileira, como uma arma que gerou, e tem potencial de seguir gerando, sérios danos à democracia e à sociedade (EM 1.274 DIAS..., 2021; “FAKE NEWS..., 2021).

Em 2022, vivemos ano de eleições presidenciais e, assim como em 2018, as notícias falsas assumem protagonismo. Adotando a responsabilidade como pesquisadores de comunicação, o Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora atendeu ao chamado da diretoria científica da INTERCOM e, através da live Rádio e Desinformação, que origina este capítulo, buscou analisar e entender a difusão de *fake news* e a construção dos processos de desinformação.

### **Entendendo a desinformação**

Podemos dizer que o rádio é o meio com mais condições para combater a desinformação e a infodemia, diante do protagonismo que assumiu maior com a pandemia de Covid-19. Ainda assim, é importante considerar que as *fake news* não surgem com a doença, nem com seus desdobramentos, mas sim, tem uma larga participação no cotidiano da população brasileira. A circulação de informações errôneas e de má qualidade determinou processos historicamente importantes, como é o caso da saída do Reino Unido da União Europeia (BASTOS, MERCEA, 2019; MARSHALL, DHRIESCHOVA, 2018) ou ainda, em processos eleitorais, como ocorreu nos Estados Unidos (GUO, VARGO, 2020; RODRIGUEZ-ANDRES, 2018), ou e no Brasil (DOURADO, 2020). Em 2022, o debate sobre este tema assume mais força, principalmente com o movimento paralelo do atual presidente brasileiro, que investe no rádio como espaço de comunicação com o público (CENTRÃO VAI..., 2022; BOLSONARO BUSCA, 2021) e utiliza discursos de

desinformação cotidianamente – além de defender as *fake news* como parte do espaço social (“FAKE NEWS...”, 2021).

A pandemia é, atualmente, um dos principais cenários do debate sobre a desinformação. Neste contexto, podemos falar da infodemia, uma saturação informativa que revela alguns riscos das tecnologias de informação e comunicação. Em um ambiente que tem dinâmicas de circulação de conteúdos simples, o potencial de ampliação do alcance do que se disponibiliza se amplia – seja qual for o seu perfil. Além disso, com a busca constante por informações na rede pelos nativos digitais, a literacia digital demonstra-se fundamental para a análise crítica das notícias e para a distinção de informações corretas.

Esta caracterização da internet como fonte principal das informações, como dissemos, revela a importância de saber como analisar criticamente o que se lê, assiste e ouve. A cultura da conexão (JENKINS, GREEN, FORD, 2014) revela o cenário de descentralização da produção e do consumo em plataformas digitais, com a profusão de prosumidores e a difusão da cultura do remix, que afetam todos os meios, mesmo os tradicionais (LOPEZ; DAMASCENO, 2019). O consumo de conteúdo se estabelece, como nos lembram Pere Masip e Jaume Suau (2014), de maneira ativa, com ampliação do compartilhamento de informações e o desafio de gerar audiências críticas.

Essa dinâmica de produção descentralizada de materiais é apropriada pelos cidadãos, mas também pelo empresariado e pelo corpo político, que passa a poder desenvolver e compartilhar informações em formatos diferentes, com contornos simples e rápidos, o que, em certa medida, facilita a circulação da desinformação. Daniel Martín-Pena e Macarena Parejo Cuéllar (2021, p. 23) lembram que o compartilhamento de *fake news* se dá de maneira automática e tem influências emocionais, independente de sabermos se se trata de uma fonte confiável ou não. Isso, aliado ao avanço das tecnologias, amplia as dificuldades de verificação e demandam do público uma maior alfabetização midiática. Um exemplo

são os *deep fakes*, mais comumente apresentados em vídeo, mas que também envolvem fotografias e áudios (HUANG et al, 2022), que podem ser acionados para a criação de conteúdos de desinformação substituindo o rosto ou a voz de alguém e gerando, através de inteligência artificial e *machine learning*, peças de difícil detecção (GROH, SANKARANARAYANAN, PICARD, 2022).

Um exemplo dos impactos que podem ser gerados pelo mau uso dessa tecnologia é a videochamada realizada pela presidente da Câmara Municipal de Berlim, Franziska Giffey, com quem ela pensava ser o prefeito de Kiev, Vitali Klitschko, em julho de 2022. Em meio à invasão da Ucrânia pela Rússia, o pedido de regresso dos refugiados ucranianos que estavam em Berlim ao seu país gerou desconfianças – o que posteriormente foi confirmado por Giffey ao contatar o embaixador da Ucrânia na Alemanha (“DEEPFAKE” QUE SE..., 2022). A desinformação, especialmente as *deep fakes*, podem ser vistas como uma ameaça às democracias, já que podem ser convertidas facilmente em uma estratégia para políticos populistas, ditaduras, ou ainda por corporações desonestas – envolvidas direta ou indiretamente no jogo político das nações.

A difusão deste conteúdo pode prejudicar os cidadãos quando pensada como uma estratégia de controle político e de fortalecimento de governos ditatoriais. Um exemplo é a situação atual que vive a Rússia, em que há um sistema de aparente liberdade de criação e consumo de conteúdo, de informações que refletem a realidade, quando na verdade vive-se um cenário de controle da circulação de notícias, com redes de desinformação altamente articuladas e censura, envolvendo detenção e violência, do que se informa sobre a situação do país e sobre seu posicionamento na invasão da Ucrânia com o uso ostensivo do sistema de comunicação estatal para esse fim (RÚSSIA ATACA..., 2022; UE SE REUNIRÁ..., 2022; GUERRA NA..., 2022).

Estamos mal-informados. Isso porque os cidadãos não são especialistas ou capacitados para identificar as *fake news*.

Trata-se de um público consumidor ativo, que muitas vezes compartilha de forma lúdica notícias não verificadas. Isso nos coloca em uma situação de toxicidade informativa, em que o cidadão não distingue a notícia real da inventada, do boato ou da peça forjada para servir a interesses diversos de grupos políticos, econômicos, religiosos etc.

O conceito de notícias falsas, como tal, não contempla o alcance dos transtornos informativos verificados diariamente. E há investigadores que sugerem o termo desvio da informação, organizando-os em três tipos: informação incorreta, má informação e desinformação (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017).

O primeiro é a informação incorreta, uma divulgação de um dado errado, mal verificado. Não contempla, por exemplo, a divulgação deliberada de uma informação equivocada ou que busque prejudicar alguém. Relaciona-se basicamente com jornalismo de baixa qualidade ou ineficaz, com a falta de capacidade profissional. Então, não se trata de uma informação maliciosa, mas sim, um desvio que vai se somar a toxicidade e a saturação informativas. O segundo tipo é a má informação, que parte da realidade, mas além de não complementar o debate, tem a intenção de prejudicar alguém, ou seja, parte de uma estratégia articulada com um fim negativo, muitas vezes antiético e fraudulento (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017). “É importante distinguir mensagens que são verdadeiras daquelas que são falsas, mas também aquelas que são verdadeiras (e aquelas com alguma verdade), mas que são criadas, produzidas ou distribuídas por “agentes” que pretendem prejudicar em vez de servir ao interesse público” (IRETON, POSETTI, 2020, p. 48).

E por último, a informação falsa, produzida com interesse deliberado em prejudicar alguém. Trata-se da desinformação, que está na intersecção entre a informação incorreta e a má informação. Consideramos a mais perigosa por apresentar estrutura informativa e, por isso, apropriar-se da credibilidade do jornalismo (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017).

**Figura 1 – Desordem da Informação**



**Fonte:** Ireton e Posetti (2020, p. 48)

A desordem da informação conecta, então o que é falso e o que pretende prejudicar, gerando um ponto de contato perigoso entre a informação incorreta e a maliciosa. Desta forma, a informação que por uma baixa qualidade de apuração tem contextos falsos ou conteúdos inverídicos, ao incorporar-se à lógica maliciosa do que pretende prejudicar tem sua narrativa afetada, incluindo potenciais vazamentos, assédios ou discursos de ódio que geram contextos falsos e conteúdos manipulados ou fabricados – as *fake news*. Compreendemos, então, a partir de Ireton e Posetti (2020), que a desinformação compõe-se também de narrativas que selecionam fatos fabricados ou retirados e contexto em um processo de comunicação tóxica como salientes nas notícias.

A estratégia principal para combater a desinformação é uma combinação entre o desenvolvimento de um olhar crítico sobre os produtos midiáticos, que podemos conseguir a partir da educação para os meios, e a verificação de fatos, um compromisso do jornalismo ético e comprometido.

Figura 2 – Diferenças entre checagem de fatos e verificação



Fonte: Mantzarlis (2020, p. 88)

A verificação é parte do processo de produção e está vinculada ao trabalho do jornalista, como indica Mantzarlis (2020), ela ocorre antes da publicação e através de estratégias e técnicas jornalísticas e tecnológicas que podem confirmar ou derrubar uma produção. Já a checagem de fatos ocorre depois de publicada e busca julgar a veracidade das afirmações. É realizada constantemente por agências, como a Lupa, no Brasil. Neste momento, o jornalismo atua de mãos dadas com o público, buscando auxiliar na construção do olhar crítico para a informação, e quando as informações checadas ou verificadas não são verdadeiras, ocorre o que o autor denomina desmascaramento de *fake news* e de fraudes virais.

### As quatro fases das *fake news*: o início em 2016

Para construir um mapeamento da *fake news* e entender como se constitui em um desafio para o rádio, é preciso compreendê-la em seu contexto histórico. Neste sentido, assumimos a premissa de que existem quatro fases sobre os estudos da *fake news* no Brasil, propostas pelo pesquisador

Paulo Fernando Lopes (2022). A primeira fase é de 2016 a 2018, considerando que *fake news* como um conceito inicia-se a partir desse ciclo. Como dissemos, elas são produzidas para serem disseminadas, para circularem no ambiente digital. Nesta proposição, a segunda fase vai de 2018 a 2020 e a terceira de 2020 a 2022, abrindo caminho para o início da quarta fase, na qual entramos agora.

A primeira fase é a mais documentada de todas. Parece haver um consenso em relação ao início dos debates sobre *fake news* em 2016. Como dissemos, nela estão alocados acontecimentos icônicos, como as eleições norte-americanas, especialmente com Donald Trump e a saída do Reino Unido da União Europeia. Aqueles primeiros estudos, eram desenvolvidos principalmente em dois campos: a sociologia e a ciência política (YERLIKAYA, ASLAN, 2020). Podemos afirmar que a campanha eleitoral de Trump foi um marco nos estudos desta fase (KOLLANYI, HOWARD, WOOLLEY, 2016; JOURNELL, 2017). Segundo dados do Digital Avenue, percebemos que a influência da desinformação nas redes sociais, especialmente no Twitter e no Facebook, neste período revela-se também pelo alto alcance que possuíam. O mapa mundial de usuários de redes sociais em 2016 apontava o predomínio do Facebook (79%), seguido de Instagram (32%), LinkedIn (29%) e Twitter (24%). Além disso, destaca-se o uso cruzado das redes - acima de 90% do Facebook e do Instagram de usuários que utilizavam pelo menos duas delas concomitantemente.

Manoel Fernandes, dono da Bites, empresa de sistema analítico no Fala Norte/Nordeste 2017 - Congresso de Radiodifusão realizado em Fortaleza, apresentou dados que revelam os impactos desse processo em 2016, na aproximação ao conceito. Segundo ele, naquele ano foram publicados 32 milhões de tweets com a expressão "*Fake News*", além de 426 mil notícias e 847 mil vídeos no YouTube mundialmente. Já no Brasil, foram 142 mil tweets, 10 mil notícias e dois mil vídeos no YouTube sobre o tema.



Dois anos depois, encerra uma fase e inicia uma nova, mas sem o estabelecimento de um ponto de ruptura. Há, na verdade, muitos momentos de compartilhamento e de influência mútua. O que o pesquisador Paulo Fernando Lopes aponta, na Live Cátedra INTERCOM, como fato marcante para a finalização dessa primeira fase é o assassinato da vereadora Marielle Franco e do motorista Anderson Gomes.

Neste momento, redes sociais e mídia tradicional constroem uma união perversa, que dá visibilidade às agressões às vítimas e suas histórias. A professora Helena Martins (2020) fala sobre como a mídia tradicional, neste momento, dá voz a dois protagonistas que definem a dinâmica futura.

Naquele período havia manifestações em redes sociais, como o caso do deputado federal Alberto Fraga (DEM) divulgando notícias falsas sobre Marielle Franco em suas redes. O mesmo ocorreu com a desembargadora Marília Castro Neves, do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. Neste contexto, também a mídia tradicional, que em um primeiro momento divulgou notícias sem a devida verificação. Especificamente em relação a estes dois exemplos, como ocorre em outros casos, o argumento que levou à absolvição foi terem recebido a informação de alguém em quem confiavam e que por isso não suspeitavam que fossem falsas.

Também nesse período há outro marco importante do uso da desinformação como estratégia de ação: a eleição do presidente brasileiro Jair Bolsonaro. Também uma notícia do campo político - predominante na arena das *fake news*, embora a saúde também mereça destaque. Um diferencial nas eleições presidenciais brasileiras em relação às norte-americanas é o uso do WhatsApp (BAPTISTA et al, 2019). Historicamente nessa segunda fase, a política assume protagonismo, principalmente com o processo eleitoral e com os primeiros anos do governo Bolsonaro, marcados por crises e pela circulação de *fake news* para manutenção da relação com o público através do direcionamento e da busca por identificação ideológica junto ao seu público.

Já a terceira fase inicia-se em 2020, deflagrada pela pandemia de Covid-19, mantendo e potencializando os impactos da circulação, que se estabelece através de redes sociais, de plataformas digitais e de aplicativos como WhatsApp, que tinha revelado sua força dois anos antes. Neste momento, a associação entre política e saúde reforçou-se e as notícias falsas sobre uma pseudo-ciência assumiram protagonismo, explorando o vínculo e os laços que podem construir com os sujeitos que opinam e a opacidade das plataformas (PEREIRA, COUTINHO, 2022).

A quarta fase, que se inicia em 2022, é marcada pela continuidade da circulação de *fake news* de orientação política e de saúde, muitas vezes associada a uma negação da continuidade da pandemia e pela apropriação das ferramentas como estratégia eleitoral. Esta é uma realidade afetada também pelo que podemos definir como o mercado das *fake news*, que envolve diretamente interesses políticos e por isso mesmo é mobilizador. Um exemplo é o Programa de Combate à Desinformação (SUPREMO TRIBUNAL..., 2021), articulado com agências e projetos integrados à Rede Nacional de Combate à Desinformação e revelando a importância de um posicionamento institucional nesta questão por parte das organizações da sociedade civil, órgãos de classe e instâncias do executivo, legislativo e judiciário.

As análises prévias do contexto eleitoral sugerem que teremos a repetição do uso indiscriminado das *fake news* como ferramenta de persuasão ou desinformação na campanha presidencial de 2022. Diante disso, os processos comunicativos irão necessitar acionar novas estratégias e caminhos de circulação distintos dos anteriores, que irão demandar atenção dos pesquisadores, dos profissionais de comunicação e dos checadores de dados. Espaços novos, como o TikTok, e tradicional, como o rádio, revelam-se como um desafio para o combate à desinformação dada a diversidade de suas comunicações como a abrangência diversificada.

## **Considerações sobre fake news e rádio**

Quando pensamos nas produções radiofônicas, um elemento a considerar é a pressão do tempo. Por se caracterizar como um meio factual e imediatista, o rádio busca acompanhar os acontecimentos e por isso está mais suscetível aos impactos da desinformação, como a priorização do tempo em detrimento da qualidade da informação. O processo acelerado de produção de notícias, com redução de equipe e ausência de um leque mais abrangente de fontes (CHAGAS, 2021; KOCHHANN, 2013; GOMES, 2015), impacta na capacidade do meio em verificar se os dados veiculados são verdadeiros ou se fazem parte de alguma estratégia de desinformação. Mas como se trata de um meio altamente confiável, o potencial de difusão de conteúdo desinformativo se amplia. Segundo dados do Eurobarómetro (2022), o rádio é o meio mais confiável para 56% dos europeus e para 45% dos espanhóis. O segundo meio neste ranking é a imprensa escrita e depois a televisão, com 49%. Já em relação às redes sociais, 68% dos europeus tendem a desconfiar e somente 20% a veem como um meio confiável. Existe um grau de confiança e grande credibilidade no mercado dos Estados Unidos, onde o rádio é considerado uma mídia confiável para 69% dos entrevistados em uma pesquisa recente feita pela Entercom (2022). No Brasil, a credibilidade do rádio cresceu 43% em 2021, em relação ao ano anterior e é o meio ouvido por 80% da população (INSIDE RADIO, 2021).

O rádio é visto como um meio confiável pela sua capacidade de adaptação, seu potencial camaleônico, como disse o pesquisador Daniel Martín-Pena no INTERCOM 2020, em Joinville. Trata-se de um meio que se adapta às adversidades e aos novos desafios e mantém-se acessível, podendo ser escutado em qualquer lugar de forma prática e com baixo custo. Adaptou-se em relação ao perfil e ao conteúdo com a chegada do FM e depois com a popularização da televisão. Adequou-se às plataformas digitais, assumindo novas narrativas e desafiando os limites monomídia que tinha até então. Integrou-se às redes sociais e explora os potenciais das

plataformas digitais, ampliando sua capacidade interativa. Durante situações de crise, como apagões, desastres naturais ou na pandemia de Covid-19, mostrou-se um espaço de utilidade pública e inovação (LOPEZ, KISCHINHEVSKY, BENZECRY, 2020; MEDEIROS, MELLO VIANNA, 2020; MESQUITA, BORGES DE OLIVEIRA, 2020; FERRARETTO, 2020). O rádio é também um meio inclusivo e democrático. Tem, em todas as suas modalidades, o compromisso com a confiança e com a sociedade. Possui potencial de integração ao cotidiano social a partir da ampliação da alfabetização mediática em escolas e universidades (MARTÍN-PENA; PAREJO CUÉLLAR, 2021).

Partindo da proposta apresentada na Live Cátedra INTERCOM pelo pesquisador Paulo Fernando Lopes, se considerarmos que as *fake news* são um fenômeno da sociedade contemporânea e originam-se em 2016, o rádio não seria o fenômeno ideal para seu desenvolvimento devido diversas pesquisas apontarem como o veículo de maior credibilidade junto as audiências, devemos levar em conta também as alterações na própria caracterização de rádio – que hoje não é mais monomídia e não se restringe à transmissão por antena. Os processos produtivos do rádio se inserem cada vez mais nas rotinas de uma sociedade plataformizada o que potencializa as interações e a circulação de conteúdo de maneira facilitada. A partir deste cenário torna-se cada vez mais possível o aparecimento de *fake news* e esta certeza pode começar a diminuir. Se considerarmos que parte dos conteúdos da programação das emissoras são distribuídos em plataformas de streaming em formato de podcast e depois reproduzidos em ferramentas de redes sociais teremos uma ampliação vertiginosa do potencial de alcance do meio rádio junto de públicos diferentes do original para as transmissões por ondas.

O que se revela, no contexto da interface entre o rádio e a desinformação, é que este é um fenômeno a ser estudado. Vemos no debate de interface sobre desinformação e rádio um desafio que deve ser observado sob múltiplas perspectivas: das práticas produtivas, da ética, da técnica,

das interações, das dinâmicas de circulação de conteúdo e da própria compreensão do que é o rádio e de qual é seu papel social.

O desafio que enfrentamos tem três eixos centrais. Por um lado, apresenta-se nas redações, espaço alterado pelas pressões das rotinas produtivas, pela necessidade da publicação rápida, mas que deve sempre ser afetado pelo compromisso ético com a informação e com o público. Além disso, novas dinâmicas comunicativas afetam as redações, envolvendo principalmente a dificuldade de verificação da origem de áudios e informações vindas de redes sociais e o próprio fenômeno do *deep fake*, com vozes sintetizadas que impõem a necessidade do conhecimento técnico especializado, muitas vezes inexistente nas emissoras de rádio.

O segundo desafio é estrutural e diz respeito à necessidade de investirmos na alfabetização midiática, para a construção de audiências a cada dia mais críticas, que compreendam os processos de construção da notícia e que sejam formadas para verificar, para buscar fontes diversas na comunicação que consome. Este é um desafio a ser enfrentado com ações a longo prazo, que envolvam escolas, universidades e ouvintes.

O terceiro desafio fala aos estudos radiofônicos. É preciso discutir e compreender os meandros da desinformação nas produções sonoras. O rádio, seja ele hertziano ou expandido, esteja ele em redes sociais, no dial ou em múltiplas plataformas, integra agora o fenômeno da desinformação. E é preciso empreender esforços coletivos para compreender essa dinâmica que agora se impõe. Se as pesquisas de interface caracterizam os estudos radiofônicos, surge mais uma a explorar. É preciso dialogar com a ciência política, com a sociologia, mas também com a ciência da informação para entender o processo de produção, circulação e consumo de fake news – deep fakes de áudio incluídas – no cenário radiofônico. Este é um dos nossos principais desafios como pesquisadores para os próximos anos.

## Referências

BAPTISTA, Anita; ROSSINI, Patrícia; VEIGA DE OLIVEIRA, Vanessa; STROMER-GALLEY, Jennifer (2019) A circulação da (des) informação política no WhatsApp e no Facebook. **Lumina**, 13 (3). 29 - 46.

BASTOS, Marco T., MERCEA, Dan. The Brexit Botnet and User-Generated Hyperpartisan News. **Social Science Computer Review**, 37(1), 2019. 38-54. <doi.org/10.1177/0894439317734157>.

Bolsonaro busca rádios simpáticas ao governo em investida pelo interior do país. **Metrópoles**. 26/08/2021. Disponível em: <metropoles.com/colunas/guilherme-amado/bolsonaro-busca-radios-simpaticas-ao-governo-em-investida-pelo-interior-do-pais>, acesso em: 28/06/2022.

BRUNS, A. Prodisage: Towards a Broader Framework for User-Led Content Creation. In: **Proceedings Creativity & Cognition**, 6, Washington, DC, 2007.

Centrão vai inundar rádio e TV com propaganda pró-Bolsonaro. **Correio Braziliense**. 19/04/2022. Disponível em: <correio braziliense.com.br/politica/2022/04/5001516-centrao-vai-inundar-radio-e-tv-com-propaganda-pro-bolsonaro.html>, acesso em: 28/06/2022.

CHAGAS, Luan. **A seleção das fontes no rádio expandido**. Cuiabá: Ed. UFMT, 2021.

“Deepfake” que se fazia passar por autarca de Kiev terá conseguido enganar políticos europeus. **Observador.PT**. Disponível em: <observador.pt/2022/06/27/deepfake-que-se-fazia-passar-por-autarca-de-kiev-tera-conseguido-enganar-politicos-europeus>, acesso em 28/06/2022.

DIGITAL AVENUE. Redes Sociales con más usuarios activos en 2016. **Digital Avenues**. Disponível em: <digitalavenue.es/redes-sociales-con-mas-usuarios-activos>, acesso em 28/06/2022.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. **Fake News na eleição presidencial de 2018 no Brasil**. Tese (doutorado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, 2020.

Em 1.274 dias como presidente, Bolsonaro deu 5.642 declarações falsas ou distorcidas. **Aos Fatos**. 28/06/2021. Disponível em: <aosfatos.org/todas-as-declara%C3%A7%C3%B5es-de-bolsonaro>, acesso em: 28/06/2022.

Eurobarômetro Estándar 96, invierno 2021-2022. **União Européia**, 2022. Disponível em: <spain.representation.ec.europa.eu/system/files/2022-04/EB%2096%20National%20Report%20-%20ES\_o.pdf>, acesso em: 01/07/2022.

Fake news faz parte da nossa vida”, diz Bolsonaro em defesa da alteração do Marco Civil; vídeo. **Diário do Nordeste**. 15/09/2021. Disponível em: <diariodonordeste.verdesmares.com.br/pontopoder/fake-news-faz-parte-da-nossa-vida-diz-bolsonaro-em-defesa-da-alteracao-do-marco-civil-video-1.3136209>, acesso em: 28/06/2022.

FERRARETTO, L. A. Responsabilidade e negacionismo: apontamentos sobre o rádio brasileiro em tempos de Covid-19. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, v. 11, n. 2, 8 nov. 2020.

FERREIRA, Fernanda, VARÃO, Rafiza. Separação equivocada entre política e saúde: processos de desinformação e fake news de saúde na pandemia da Covid-19 no Brasil. v. 23, n. 2, 2021. <doi.org/10.4013/fem.2021.232.04>, acesso em: 28/06/2022.

FREIRE, Neyson Pinheiro et al. A infodemia transcende a pandemia. **Ciência & Saúde Coletiva** [online]. v. 26, n. 09, 2021. pp. 4065-4068. Disponível em: <doi.org/10.1590/1413-81232021269.12822021>, acesso em: 28/06/2022.

Global Radio Market Research Report 2022. **Entercom**. Disponível em: <marketwatch.com/press-release/radio-market-representation-actual-estimates-historical-data-and-forecast-period-2022-2029-with-dominant-sectors-and-countries-data-market-analysis-with-105-report-pages-2022-06-22>, acesso em: 01/07/2022

GOMES, Rafael Gomes. **O uso de dispositivos móveis no processo de produção de notícias**: um estudo de caso na Rádio Independente 950 AM de Lajeado/RS. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-



Graduação em Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, 2015.

Guerra na Ucrânia toma redes com narrativas, fake news e solidariedade. **Metrópoles**. 16/05/2022. Disponível em: <metropoles.com/mundo/guerra-na-ucrania-toma-redes-com-narrativas-fake-news-e-solidariedade>, acesso em 28/06/2022.

Guo, L., & Vargo, C. “Fake News” and Emerging Online Media Ecosystem: An Integrated Intermedia Agenda-Setting Analysis of the 2016 U.S. Presidential Election. **Communication Research**, 47(2), 2020. 178–200. <doi.org/10.1177/0093650218777177>

GROH, Matthew, SANKARANARAYANAN, Aruna, PICARD, Rosalind. Human Detection of Political Deepfakes across Transcripts, Audio, and Video, **arXiv**, 2022. Disponível em: <arxiv.org/abs/2202.12883>, acesso em 28/06/2022

HUANG, Kung-Hsiang, MCKEOWN, Kathleen, NAKOV, Preslav, CHOI, Yejin, JI, Heng. Faking Fake News for Real Fake News Detection: Propaganda-loaded Training Data Generation, **arXiv**, 2022. Disponível em: <arxiv.org/abs/2203.05386>, acesso em 28/06/2022

Inside Radio 2021. **Kantar Ibope Mídia**, 2021. Disponível em: <kantaribopemedia.com/estudos-type/inside-radio-2021/>, acesso em: 01/07/2021.

IRETON, Cherilyn; POSETTI, Julie (eds.). **Journalism, fake news y disinformation: Handbook for journalism education and training**. Paris: Unesco, 2018.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da Conexão: Criando Valor e Significado Por Meio da Mídia Propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

JOURNELL, Wayne. Fake News, Alternative Facts, and Trump: Teaching Social Studies in a Post-Truth Era. **Social Studies Journal**. Volume XXXVII, 2017.

KOCHHANN, Rosceli. **Rádio e tecnologias: a produção de radiojornalismo da Guaíba, em ambiente de convergência**.

Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, 2013.

KOLLANYI, B., HOWARD, P.N., e WOOLLEY, S.C. Bots and automation over Twitter during the third U.S. presidential debate. **Political Bots**, out. 2016. Disponível em: <politicalbots.org/wp-content/uploads/2016/10/Data-Memo-Third-Presidential-Debate.pdf>, acesso em 20/06/2022

LOPEZ, D. C.; KISCHINHEVSKY, M.; BENZECRY, L. Rádio reassume protagonismo em situações extremas. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, v. 11, n. 2, 8 nov. 2020.

LOPEZ, D. C.; DAMASCENO, A. . Participación de la audiencia en la radio expandida: reestructuración de los procesos o apropiación instrumental de herramientas?. **RAZÓN Y PALABRA**, v. 23, p. 221-237, 2019.

MANTZARLIS, Alexios. Fact-checking 101. En: Ireton, Cherilyn y Posetti, Julie (eds.). **Journalism, fake news y disinformation: Handbook for journalism education and training**. Paris: Unesco, 2018 .

MARSHALL, Hannah, DRIESCHOVA, Alena. Post-Truth Politics in the UK's Brexit Referendum. **New Perspectives**, 26(3), 2018. 89–105. <doi.org/10.1177/2336825X1802600305>.

MARTÍN PENA, D.; PAREJO CUELLAR, M. Los medios universitarios en tiempos de infodemia: El caso de la Universidad de Extremadura. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, v. 12, n. 1, p. 16, 17 jun. 2021.

MARTINS, Helena. **Comunicações em tempos de crise: economia e política**. São Paulo: Expressão Popular, 2020.

MASIP, Pere, SUAUI, Jaume. Audiencias Activas Y Modelos De participación En Los Medios De comunicación españoles. **Hipertext.Net**, n. 12, mai 2014, Disponível em: <https://raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/274308>, acesso em 28/06/2022.

MEDEIROS, R. F.; MELLO VIANNA, G. Ecos de uma tragédia

anunciada: a cobertura de acontecimentos extremos pelo rádio local. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, v. 11, n. 2, 8 nov. 2020.

MESQUITA, G. B.; BORGES DE OLIVEIRA, S. O rádio e a prestação de serviço no Agreste de Pernambuco em tempos de pandemia. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, v. 11, n. 2, 8 nov. 2020.

MOREIRA, Nelson; OLIVEIRA, Antônio; PEIXOTO, Robertha. Efetivação de políticas públicas ambientais na era da (des) informação. **Revista de Direito da Faculdade Guanambi**, v. 8, n. 02, p. e342, 19 set. 2021.

RÁDIO e desinformação. Palestrantes: Paulo Fernando de Carvalho Lopes e Daniel Martín Pena. São Paulo: Cátedra INTERCOM, 2022. 1 vídeo (98 min). Transmitido ao vivo em 02 de junho de 2022 pelo canal Lives Cátedra **INTERCOM**. Disponível em: <facebook.com/intercomcomunicacao/videos/1006645283243589>. Acesso em: 20/06/2022

RODRIGUEZ-ANDRES, Roberto. Trump 2016: ¿presidente gracias a las redes sociales?. **Palabra Clave**, Chia, v. 21, n. 3, p. 831-859, Set. 2018. Disponível em: <scielo.org.co/scielo.php?script=sci\_arttext&pid=SO122-82852018000300831&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 28/06/2022.

PEREIRA, G. T. de F.; COUTINHO, I. M. da S. WhatsApp, desinformação e infodemia: o “inimigo” criptografado. **Liinc em Revista**, [S. l.], v. 18, n. 1, p. e5916, 2022. DOI: 10.18617/liinc.v18i1.5916. Disponível em: <revista.ibict.br/liinc/article/view/5916>. Acesso em: 1 jul. 2022

Programa de Combate à Desinformação no Âmbito do Supremo Tribunal Federal. **Supremo Tribunal Federal**, 2021. Disponível em: <portal.stf.jus.br/desinformacao>, acesso em 01/07/2022

Rússia ataca também com hackers e fake news. **Deutsche Welle**. 27/02/2022. Disponível em: <dw.com/pt-br/r%C3%BAssia-ataca-tamb%C3%A9m-com-hackers-e-fake-news/video-60934261>, acesso em 28/06/2022.

UE se reunirá com Google e Youtube para deter fake news sobre guerra na Ucrânia. **CNN Brasil**. 27/02/2022. Disponível em: <cnnbrasil.com.br/internacional/ue-se-reunira-com-google-e-youtube-para-deter-fake-news-sobre-guerra-na-ucrania>, acesso em 28/06/2022.

WARDLE, Claire, DERAKHSHAN, Hossein. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. **Council of Europe**, 2017. Disponível em: <edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>, acesso em 28/06/2022.

YERLIKAYA, Turgay; ASLAN, Seca Toker. “Social Media and Fake News in the Post-Truth Era: The Manipulation of Politics in the Election Process.” **Insight Turkey** 22, no. 2, 2020, pp. 177–96.

# **CAPÍTULO 14**



# O futuro das telecomunicações na área de televisão e televisualidades: estratégias e políticas públicas

Octavio Penna Pieranti  
João Martins Ladeira

O presente artigo apresenta as principais colocações trazidas pelos autores na live de mesmo título realizada em 7 de junho de 2022, organizada pelo grupo de pesquisa “Estudos de Televisão e Televisualidades” da INTERCOM e mediada pelo professor Francisco Machado Filho, vice-coordenador do GP.

## **Comentários sobre as perspectivas para a pesquisa sobre televisão, por Octavio Penna Pieranti**

Considerando as inovações propiciadas pela internet, ainda faz sentido falar em televisão “clássica”? As novas possibilidades em termos de distribuição de audiovisual são cada vez mais presentes e tratar deste tema é absolutamente fundamental, mas não basta a minha opinião - é preciso justificá-la a partir de fatos concretos e números que merecem ser expostos.

Gostaria de começar tratando da televisão na Europa, a partir do estudo *TV Audience Trends da European Broadcasting Union* (EBU), uma entidade que congrega emissoras nos mais

diferentes países desse continente e alguns da África. O tempo médio diário durante o qual um europeu assiste televisão aumentou para 3 horas e 43 minutos em 2020. Já o europeu jovem, na faixa etária entre 15 e 24 anos, assistia televisão, em média, por uma hora e 39 minutos nesse mesmo ano, o que também representava um aumento. Esse mesmo estudo mensura o alcance semanal médio desse meio, que é definido como o percentual da população que assistiu televisão por pelo menos 15 minutos consecutivos em uma mesma semana. A TV alcançou, em 2020, 83,8% dos europeus e 62,5% dos europeus jovens. Esses percentuais vêm caindo ao longo dos últimos anos, principalmente entre os jovens, mas ainda são extremamente altos. Esse estudo abordou, ainda, o *market share* das emissoras públicas europeias. Esse indicador é de 24,6% para a população em geral, mantendo-se estável, e de 17,7% para os jovens, um crescimento de quase vinte por cento em relação ao observado cinco anos antes.

E na América Latina? Começo a tratar desse tema a partir do estudo *Inside Video 2022*, realizado e divulgado pela Kantar Ibope há menos de um mês. Na Argentina, a população assiste TV, em média, por 6 horas e 16 minutos diariamente, ou seja, mais que um quarto de todo o dia. Em diversos outros países do continente esses números também são elevados. No Brasil, esse mesmo indicador chega a 5 horas e 37 minutos diários – um pouco menor, porém ainda assim muito alto e bem superior ao padrão europeu. Considerando outras pesquisas realizadas anteriormente por essa mesma empresa, esse total caiu quarenta minutos em três anos.

O estudo *Inside Video 2022* apresenta, ainda, outros indicadores interessantes. Resumirei alguns deles: (a) em 92% dos domicílios, o aparelho tradicional de TV é a principal tela para se assistir a conteúdos audiovisuais; (b) 65% das pessoas assistem a conteúdos em vídeo em casa diariamente; (c) durante 79% do tempo dedicado ao vídeo, as pessoas assistem canais lineares (radiodifusão e TV por Assinatura); e (d) em quatro anos, o percentual de pessoas com TV conectada, no Brasil,



saltou de 27% para 57%. Ou seja, quase dois terços da população brasileira assistem a conteúdos em vídeo diariamente; os canais lineares ditos “tradicionais” ainda têm a primazia com uma margem significativa; e o número de aparelhos conectados à internet vem crescendo bastante, acompanhando o processo de troca de equipamentos receptores como resultado da digitalização da TV. Vale lembrar que as possibilidades de uso desses aparelhos dependem da qualidade do acesso à internet.

A comunicação pública está preparada para os desafios atuais? Esse é um tema que tem preocupado pesquisadores diversos, grupo no qual me incluo. Gostaria de chamar atenção para um ponto no que se refere à Empresa Brasil de Comunicação (EBC): vem caindo muito, ao longo do tempo, o percentual do orçamento da empresa destinado a novos investimentos, ou seja, à produção de novos conteúdos e à expansão das emissoras, por exemplo. Esse percentual já foi superior a 45%, mas, desde 2015, fica abaixo de 5%. Estamos falando de uma empresa que opera em um setor altamente competitivo, que demanda inovação constante – e inovação depende não só, mas também de recursos destinados a esse fim. Explorei esse ponto em um artigo intitulado “A radiodifusão pública é ‘cara demais’? Uma avaliação do orçamento da EBC”, publicado pela revista *Eptic* em 2020.

Vale lembrar, ainda, que a EBC tem um grande desafio: disponibilizar canais e conteúdos, por todas as plataformas, para todos os brasileiros e brasileiras, em qualquer ponto do país, a qualquer tempo. Esse desafio da universalização é comum a toda comunicação pública no mundo – e no Brasil não deve ser diferente.

Além disso, a EBC tem um outro papel fundamental: espera-se que ela articule, em alguma medida, um “campo público” de emissoras e canais de TV e rádio. Esse é um conceito firmado na primeira década deste século, no âmbito do I Fórum Nacional de TVs Públicas, e que reúne entidades que poderiam se encaixar tanto em um sistema público, quanto em um sistema estatal de comunicação. Notem que usei o

termo “sistema”, tal como previsto, no caso da radiodifusão, na Constituição Federal. E o que seria um “sistema”? Um todo integrado, articulado, em operação segundo diretrizes comuns, visando fins semelhantes.

Ainda estamos longe disso, mas é preciso ressaltar que esse “campo público”, no Brasil, é bastante numeroso, capilarizado e diversificado, conforme dados do sistema de acesso público da Anatel: (a) mais de 190 geradoras de TV educativa; (b) mais de 230 geradoras de TV da União (EBC, Senado Federal, Câmara dos Deputados e Supremo Tribunal Federal); (c) mais de 400 emissoras educativas em FM; (d) mais de 4.600 rádios comunitárias; (e) cerca de 210 FMs da União (EBC, SF, CD e STF); (f) canais comunitários de TV por Assinatura; (g) canais universitários de TV por Assinatura; (h) um Canal da Cidadania (com possibilidade técnica de instalação de vários outros); (i) canais pela web, além de outros.

Por fim, gostaria de apontar alguns pontos da atual agenda de debate sobre a televisão no Brasil. Acredito que essa agenda também deve permear as nossas pesquisas. O primeiro é o desligamento da TV analógica e o Programa Digitaliza Brasil. Como se sabe, o país está em fase final de digitalização da TV. Cerca de 1.300 municípios já concluíram esse processo. Dentre os restantes, em 1.638 municípios não havia nenhuma estação digital em funcionamento. Neles residem 22 milhões de pessoas, ou seja, mais de 10% da população brasileira. Várias das outorgas de TV analógica existentes nessas localidades eram e são detidas pelo próprio município, que muitas vezes não tem condições financeiras de concluir o processo de digitalização. Resumidamente, o Digitaliza Brasil viabiliza esse procedimento nesses municípios e também o início da operação da TV Brasil e da Rede Legislativa.

Um outro ponto em discussão atualmente é a licitação do 5G, ocorrida recentemente, e, em decorrência dela, a migração dos canais que estavam na Banda C (a chamada faixa da “parabólica tradicional”) para a Banda Ku. Alguns dos desafios desse processo são a garantia de recepção dos canais

e a disponibilização de equipamentos para essa recepção pela população mais pobre. Trata-se, enfim, de uma política pública em fase de implementação que merece ser estudada.

Mais um ponto importante – este, um debate em todo o mundo: a regulação do que chamamos de “serviços *over-the-top*” ou OTT, ou seja, serviços de distribuição de conteúdos audiovisuais normalmente pela internet. Em 2021, o Ministério das Comunicações coordenou GT para tratar de propostas de alteração das regras aplicáveis à TV por Assinatura no Brasil. E o papel dos OTTs foi muito discutido, já que o número de assinantes de TV por assinatura tem caído ao longo dos últimos meses, enquanto sobe o total de assinantes de serviços OTT. Além disso, a atual lei que trata da TV por Assinatura prevê o fim das cotas de programação em 2023, sendo necessário refletir sobre possíveis novas regras para que não se percam os avanços conquistados pela produção audiovisual brasileira nos últimos anos.

Outro ponto importante diz respeito aos direitos para a transmissão de eventos esportivos. O brasileiro gosta muito de esportes, notadamente de futebol, e isso se reflete pouco nas nossas pesquisas na área de comunicação. Houve mudança significativa nesse panorama a partir de 2020, com mudança na legislação e mais disputa entre as emissoras. Os principais clubes de futebol do país também têm buscado outras formas de distribuição desse conteúdo.

Também é necessária atenção à ação direta de inconstitucionalidade (ADI) sobre o capital estrangeiro e portais jornalísticos em operação na internet. Será que eles devem observar as restrições previstas no art. 222 da Constituição Federal? Esse é um debate em curso no Supremo Tribunal Federal.

Destaco, por fim, o tema das boas práticas regulatórias para o setor das comunicações no Brasil. Há alguns anos o Brasil tenta ingressar na OCDE e, para que isso ocorra, é natural que dialogue com as propostas dessa organização para o setor, formuladas a partir de um diagnóstico recente. A

OCDE publicou, em 2020, dois estudos sobre as comunicações no Brasil, com abordagens bastante interessantes e progressistas. Ressaltou, por exemplo, a necessidade de que exista um sistema público de comunicação autônomo com garantia de financiamento. Refleti sobre alguns desses pontos em artigo intitulado “Hora de repensar o modelo regulatório das comunicações? As recomendações da OCDE para o sistema público de radiodifusão no Brasil”, publicado pela Revista Galáxia em 2021. O Brasil não é obrigado a aderir a essas propostas, mas terá que considerá-las no âmbito do seu pleito ao ingresso na OCDE.

Assim, desafios já antigos somam-se a debates em curso atualmente no país. Esse cenário é estimulante para a pesquisa em nosso campo, sendo importante que a academia investigue esses temas, publique suas reflexões e formule propostas.

### **Concentração diversificada: audiovisual, telecomunicações, streaming, por João Martins Ladeira**

Compreender um audiovisual progressivamente mais centrado em aplicativos e ferramentas digitais para consumo de imagens obriga a inserir essas máquinas de visão em uma longa trajetória. Esse caminho engloba uma diversificação iniciada através de redes de cabo e satélite (PARSONS, 2008) e que se encontra com tecnologias digitais de comunicação materializadas na infraestrutura para a internet (NORBERG; O’NEILL, 2000). Entrelaçada a ambos estão as telecomunicações, corporações com intensa capacidade de investimento e significativo interesse no audiovisual. Isso tem como resultado um cenário para a imagem contemporânea possível de se descrever em duas direções. A primeira consiste nas atividades controladas por tais corporações do segmento de telecomunicações: NBC Comcast e WarnerMedia AT&T. A segunda, nos empreendimentos próximas à produção mais estrita de conteúdo: Disney e Paramount.

Esse cenário engloba processos diversos. Inicia-se com as transformações pelas quais a televisão, no centro, passa durante a década de 1980. Tal mutação se dá de diversas maneiras. Engloba as redes broadcast que passam a fazer parte de conglomerados diversificados de comunicação, como se percebe no caso norte-americano (HOLT, 2011). Para as semiperiferias, isso estabelece um cenário distinto em comparação com o passado: pois esses grupos vão se interessar progressivamente pela atuação direta nesse território, como o caso da DirecTV e da Sky no Brasil (LADEIRA, 2014), mas não apenas. Esse instante é também o momento em que empresas de telecomunicações ibero-americanas se estendem em direção a América Latina (BALBONTÍN, 2005).

Devido às variadas conexões que engendram, revela-se produtivo atentar para a integração desses cenários. No que se refere ao audiovisual, essas transformações dizem respeito à diversificação progressivamente mais intensa, e, ao mesmo tempo, a uma concentração exacerbada. Isso permite a elaboração de canais diversos para distribuir produtos já existentes, que, progressivamente, revelam-se também como espaços adequados para se oferecer novos materiais. Apenas atividade profundamente integradas poderiam oferecer essa experiência.

A importância das telecomunicações para o audiovisual decorre de sua capacidade de oferecer o insumo indispensável para se estabelecer a conectividade sem a qual a imagem online não existiria. Esses serviços se tornaram os provedores de acesso para o audiovisual, sem, contudo, se limitarem a isso. Lidam também com conteúdo, o que os leva à aquisição de redes de televisão, estúdios de cinema e canais segmentados. Devido ao poder que concentram, contribuem para expandir a dinâmica do excesso (LADEIRA, 2016). Sua competência para tal decorre da intensa quantidade de recursos que controlam.

Desdobra-se uma situação contraditória. Por mais poder que concentrem, suas ações encontram sempre menor repercussão quando comparadas àquilo que ocorre no ambiente

de inovação mais radical. Isso soa compreensível, uma vez que o imaginário atribui intensa importância a tal inovação, debruçando-se sobre a transformação que certos segmentos proporcionam. O envolvimento das telecomunicações se associa usualmente à expectativa de manutenção de certa configuração já estabelecida, com menor interesse em reformular um cenário, mas em mantê-lo no estado em que se encontra. Como uma forma de contenção, as telecomunicações, no audiovisual, debruçam-se sobre uma problemática muito particular.

### **Concentração diversificada**

Ideia importante para compreender a diversificação nos produtos de comunicação esteve na descrição de Anderson (2006) sobre a “cauda longa”. Essa parecia ser uma descrição razoável sobre o desenho das mídias. Tais meios reorganizariam a produção de massa, transformando-a em uma atividade flexível, pautada pela customização. Nichos diversos oferecendo bens de muitos tipos em quantidades limitadas atenderiam a consumidores com interesses pontuais. Porém, talvez seja mais preciso argumentar que meios diversificados surgem como alternativa para negociar produtos de grande porte ainda intensamente relevantes. Isso consiste no modelo através do qual a televisão a cabo e satélite se organizou. Nesse campo de forças, outra potência se atrela a essa: a exploração desses canais diversos para inserir novas experiências.

Forças distintas convivem. A reutilização do passado em outros canais se associa à progressiva exploração de mecanismos para imagens diversificadas, em uma tensão recorrente entre novas e velhas experiências. O resultado depende da concentração de serviços de comunicação. São as fusões em um período que se estende da compra da Warner Communication pela Time Inc, em 1989 até a aquisição da Time-Warner pela AOL, em 2000 (HESMONDHALGH, 2007). Em meio a esse contexto, ocorrem outros eventos, que, dessa vez, cruzam a barreira entre setores: a aquisição da ABC pela Capital Cities; da NBC pela General Electric (GOMERY, 1986).

Entremeado a esse cenário, percebe-se também a entrada de personagens até então alheios à atividade, como o investimento da News Corp na Fox (CHENOWETH, 2002).

**Quadro 1 – Fusões e aquisições mais relevantes entre grupos de mídia, 1989-2000**

Ano	Comprador	Comprado	Preço (US\$ bi)
1989	Time Inc.	Warner Communication	14,1
1994	Viacom	Paramount Communication	8,0
1994	Viacom	Blockbuster	8,5
1995	Disney	Capital Cities/ABC	19,0
1995	Time Warner	Turner Broadcasting	7,4
1995	Seagram	MCA (Universal)	5,7
1995	Westinghouse	CBS	5,4
1998	AT&T	TCI/Liberty Media	48,0
1998	Seagram	PolyGram	10,6
1999	Carlton	United	8,0
1999	Viacom	CBS	22,0
2000	Vivendi	Seagram/Universal	35,0
2000	AOL	Time-Warner	128,0
Total			319,7

**Fonte:** Hesmondhalgh (2007)

Em contraponto às décadas de 1950 e 1980, marcadas pela atuação em atividades específicas – estúdios de cinema e redes de broadcast – o empreendimento característico a essa reorganização atua em diversos segmentos. A ligação entre produção cinematográfica e infraestrutura de televisão mais intensa resulta em maior planejamento. Ao mesmo tempo, a necessidade de diversificação implica não somente a administração da infraestrutura já existente. Introduz a necessidade de racionalizar também a diversificação dos



recursos que constituem a indústria cultural. Aproveitar o mesmo conteúdo em mais de uma ocasião se associa à expectativa de expandir o território no qual se atua. Realiza-se tal conexão através de projetos possíveis de envolver empreendimentos econômicos internacionais e locais.

Tal característica se materializa no reempacotamento de produções idênticas em roupagens distintas. Tal formato permite transpor um mesmo item em vários formatos. Não se trata de estratégia nova. Películas cinematográficas reaparecem nas prateleiras das locadoras de DVDs, apenas para, algum tempo depois, transformarem-se em programação dos canais e cabo ou satélite e, muitos meses à frente, alcançarem os canais abertos. Posteriormente, uma nova oportunidade se afirma: o streaming de audiovisual na internet (LADEIRA, 2012). Em todos os casos, precisa-se administrar os intervalos de tempo entre formatos de distribuição.

Esse sistema depende de diversificação de negócios; concentração de propriedade; expansão de alianças estratégicas. Guia-se por atuação global através de redes de negócios capazes de se organizar e se reconfigurar através da conexão com corporações de países diversos e de diferentes setores (CASTELLS, 1996, 2009; HELD et al., 1999). O contexto se orienta pelo aumento da complexidade, elaborado mediante a constituição de um sistema global de comunicação (HERMAN; MCCHESENEY, 1997). Esse processo, iniciado em regiões centrais, mas com progressivo desdobramento para países periféricos e semiperiféricos, depende de participação acionária em projetos de negócios localizados em regiões diversas (CASTELLS, 2009); da privatização ou a transformação nas regras de funcionamento de monopólios estatais de broadcast; da redução ou eliminação de limites ou restrições à participação estrangeira na distribuição de conteúdo e na propriedade da infraestrutura para difusão (HESMONDHALGH, 2007), cenário descrito por um conjunto diversos de autores (CURTIN; SHATTUC, 2009; HESMONDHALGH, 2007; HOLT, 2011; SINCLAIR; TURNER, 2004).

O contexto abarca o desenvolvimento de tecnologias de informação (CASTELLS, 1996; HARVEY, 1989). Neste segmento, os processos de liberalização e desregulamentação permite a conexão entre os setores de comunicação e de telecomunicações. Ambos se cruzam nesse processo de internacionalização, em um contexto associado à adoção de novos modos de regulação, motivado pela transformação da importância do Estado e pela ampliação da atenção ao mercado (HOLT, 2011; HORWITZ, 1991). O passo seguinte envolve a adesão a serviços segmentados, estabelecidos através de plataformas de streaming, na quais as atividades de audiovisual associadas às telecomunicações poderiam dispor de intensa vantagem, mas, ao mesmo tempo, demonstram intensa incapacidade de se afirmar com a dimensão que esperam ter.

Nesse cenário, concentração diversificada se define pela associação de estúdios de cinema, redes de televisão, negócios de TV por satélite e a cabo, demandando significativa racionalização administrativa e ampliação de redes de poder, assegurando a capacidade de tomar decisões e de agir em termos globais. Essas aquisições dependem da decisão política tomada durante a Era Reagan de reduzir a intervenção do Estado. Dificilmente essa mudança ocorreria sem intervenção tão escassa do Departamento de Justiça (HOLT, 2001). Trata-se de uma posição política capaz de contribuir na definição de uma trajetória na qual tais indústrias atuam, com desdobramentos para os mercados internacionais, que passarão a se comportar de forma semelhante ao parâmetro norte-americano. Tais atividades se pautam não mais por corporações nacionais especializadas. Nisso, o audiovisual se define como parte de um sistema global de comunicação, no qual se abre espaço para a progressiva relação com os serviços de streaming pela internet.

No Brasil, os desdobramentos destes fenômenos se constituem como assunto importante de observar. As operações de televisão paga aqui aparecem como uma oportunidade para a atuação em projetos de negócios operacionalizados através de mecanismos distintos daqueles

característicos a esse território. As atividades de televisão paga historicamente se iniciam através de corporações nacionais de importância já estabelecida: Globo e Abril. Naquele momento, a possibilidade apontava para a reprodução da divisão de poder pré-existente no mercado brasileiro, como uma segunda onda de globalização na televisão nacional. Todavia, a necessidade de investimento e as demandas criadas pela complexidade tecnológica transformam em realidade a participação de sócios internacionais (LADEIRA, 2014, 2017).

Um segundo momento depende da convergência econômica entre mercados de televisão por assinatura e de telecomunicações. Tal entrada ocorre pela compra de operações e de aquisição acionária através de mecanismos específicos a um mercado financeiro, nessa região, progressivamente mais complexo que no passado. Isso se estende a diversos outros países da América Latina, com maior impacto em alguns casos (MOCHKOFISKY, 2011) e repercussões que, em outros, implica relações de longa data (SINCLAIR, 1999), lidando, em toda essa região, com tentativas diversas em velocidades distintas (BALBONTÍN, 2003, 2005). Em nosso país, caso paradigmático é o acordo entre Globo e Telmex em relação a Net. O mesmo processo seria visível nos acertos entre Telefônica e TVA e outros casos de menor impacto (LADEIRA, 2016).

### **O streaming e o audiovisual**

Toda essa extensa diversificação se depara com a presença de serviços de streaming, em um tipo de globalização ainda mais intenso, que se apropria desse contexto anterior, mas, ao mesmo tempo, arrisca-se a rever essa trajetória em uma geografia de conexão mais radical (LOBATO, 2019). Nisso, esse ímpeto global ocorre não apenas mediante corporações de tecnologia de informação, mas também de conexões com atividades de telecomunicações. Essa diversificação passa pelo estabelecimento do streaming; e o streaming, como uma forma para o audiovisual, depende das telecomunicações. Contudo, isso envolve uma contradição. Pois, tais corporações

de telecomunicações não conseguiriam nunca se afirmar como personagens tão importantes quanto pretenderam.

Um exemplo ilustra a questão. Em 2015, a Verizon, empresa de telecomunicações norte-americana, apresenta uma plataforma de streaming, o go90. Após um lançamento pouco expressivo, a plataforma realiza uma série de aquisições, mas, ainda assim, registra um conjunto escasso de acessos. Em 2018, o serviço termina encerrado após uma série de executivos terem sido indicados e posteriormente descartados. O caso indica uma série de incertezas, em uma empresa que nunca demonstrou proximidade muito intensa com o audiovisual (CROW, 2015; GOLDSTEIN, 2015; STEEL, 2015).

Uma dimensão bastante distinta se encontra presente nos aplicativos do início da década de 2020, especificamente no ambiente ocupado pela convergência entre telecomunicações e audiovisual. Em julho de 2020, a Comcast apresenta o Peacock serviço de streaming em substituição a iniciativas pregressas com o formato: especificamente o Xfinity. Tentativa de concentrar recursos diversos em um único serviço, a ferramenta continha então cerca de 13 mil horas de conteúdo para inscrições gratuitas e 20 mil horas para assinantes, anexo a um escasso investimento, naquele momento, em conteúdo inédito: então, eram apenas nove novos programas. A importância de um canal gratuito remete à decisão de grande parte do público em conviver com publicidade ao invés de pagar pelo serviço, conforme indicam pesquisas de opinião. Mais importante, diz respeito à necessidade de conviver com a transposição da imagem para o streaming, em uma circunstância em que a importância das assinaturas a televisão segmentada se reduz (“Ad nauseam; Entertainment”, 2020).

Contudo, o ensaio mais tímido com conteúdo original se desloca rapidamente. Os conteúdos distribuídos em exclusividade se expandem. Consistem em material dos mais variados gêneros, que se desdobram em drama, comédia, reality, entre outros. A enumeração desses gêneros importa menos. Relevante vai ser o fato dessa divisão temática repetir

a organização original da televisão convencional, embora a estrutura de distribuição seja distinta. A diversidade temática consiste em um traço do audiovisual mais convencional, variabilidade necessária conforme se estabelece o excesso que a televisão havia ensaiado e que o streaming radicaliza. Ao mesmo tempo, certo tipo de conteúdo se torna invisível, constituindo uma questão relevante para quem procura pensar as diferenças no material que circula no ambiente digital.

Outros aplicativos desdobram essa situação em direção diversa. O Disney+ é lançado em novembro de 2019 com a expectativa de abarcar com conteúdo de Disney, Pixar, Marvel, Star Wars. Lida também com o material adquirido através da compra da Fox. Afinal, a Disney finaliza a aquisição da 21th Century Fox em março de 2019, em negociações iniciadas em dezembro de 2017. A compra da Fox oferece também a propriedade de Hulu. Em seu lançamento, as expectativas em relação ao aplicativo eram ambiciosas, pressupondo 13 milhões de usuários até o final de 2020. Uma discussão específica em relação a Disney se concentra no conteúdo “sensível”, ou seja, no material que não se encaixa na classificação etária a qual a plataforma se destina. Parte do material vai ser retirado de distribuição, e parte dos acordos, colocados entre parênteses devido a essa necessidade de considerar a atenção ao público que a plataforma planeja atender: a família (FRANKEL, 2019; “Power to the people; The future of entertainment.”, 2019).

Em março de 2021, surge o Paramount Plus. Consiste no investimento mais novo e, ao mesmo tempo, mais antigo. Pois a corporação inicia experiências com o streaming em um instante progresso. O CBS All Access, que busca transpor conteúdo para a internet de maneira mais intensa, surge em outubro de 2014. A expectativa consiste em disponibilizar estruturas próximas da televisão convencional. Então, a Nielsen oferecia a quantificação de audiência, o que indicava uma tentativa de permitir que a medição de índices garantisse a cobrança de publicidade e a medição do sucesso do conteúdo, emulando aquilo que caracterizou a televisão convencional.

Em 2021, a expectativa se mantém relativamente a mesma, em circunstâncias, porém, nas quais o ambiente se encontra intensamente povoado por outros serviços (LITTLETON, 2015; “PARAMOUNT PLUS LAUNCHES BUT HAS STREAMING PEAKS TO CLIMB.”, 2021).

Mas as tensões despertadas em relação ao streaming encontram intensa expressão nas decisões que se referem à WarnerMedia. Pois a questão não se refere apenas o lançamento de aplicativos. Envolve também a discussão aberta, pública em relação ao futuro do conteúdo, em um debate que envolve criadores relevantes. Em dezembro de 2020, a WarnerMedia decide sobre as janelas para 17 filmes, que iriam para a plataforma de streaming e não para os cinemas. A decisão de lançamento no aplicativo ocorreria por um período limitado, para que o conteúdo pudesse ser negociado através de outros formatos até que, finalmente, retornasse para o serviço. Em países nos quais o aplicativo não se encontra disponível, o calendário de lançamento seguiria segundo o previsto.

A decisão poderia ser compreendida como uma escolha motivada pela pandemia. Porém, indica a expectativa de definir o streaming como o recurso essencial para a distribuição de conteúdo. A opção consiste em uma decisão que ocorre durante a permanência de Jason Kilar como CEO de WarnerMedia. Todavia, a decisão se refere a 2021, e apenas alguns títulos estariam agendados para transposição direta em 2022 (BARNES; SPERLING, 2020; LEE, 2021). Nesse contexto, Christopher Nolan entra em embate com a corporação em relação ao lançamento de Tenet em streaming. Encontra-se em discussão a pretensão estética desse criador, mas não apenas. O tema da discussão consiste na importância da estrutura de visibilidade do cinema, o que o streaming dificilmente poderá oferecer. Um conteúdo lançado nessa outra máquina de imagem se diluiria em meio a tantas outras possibilidades de diversão, retirando sua visibilidade.

Todavia, esse conjunto de eventos deve ser interpretado em sua dimensão arqueológica. Pois a renovação do audiovisual

proporcionada pelo streaming depende da remediação (BOLTER; GRUSIN, 1999) de experiências progressas, que essa conexão entre imagem e telecomunicações – em certos casos – impulsiona devido à sua intensa capacidade de investimento. Isso ocorre devido ao excesso que esse elo proporciona. Tal traço retoma a intensa quantidade de imagens com a qual a televisão ensaiou no passado, encerrando a contenção do espetáculo em determinado instante do tempo. Essa dimensão do excesso inscrita na televisão se mede não apenas em termos da quantidade de conteúdo disponível, mas de define também mediante a diversidade temática em questão. A especificidade desse meio esteve em lidar com os mais diversos tipos de registros: a ficção, o jornalismo, os programas de auditório e todo um conjunto de registros dispersos.

Parte importante da experiência que o streaming, especificamente quando associa às telecomunicações, consiste em recuperar essa diversidade. Como aparente força conservadora, existe uma dimensão que tenta retardar alguns desdobramentos mais radicais dessa potência. Plataformas de streaming sem conexão prévia com a indústria cultural nem com negócios de telecomunicações tendem a posturas mais radicais e ações mais inovadoras. Serviços de telecomunicações demonstram certa precaução. Contudo, seu poderio depende da concentração diversificada, elaborada em décadas passadas e que oferece acesso a imensos catálogos. Isso permite retornar essa pluralização de experiências, inserindo-a, contudo, em um patamar muito mais radical.

## **Conclusão**

A orientação teórica na discussão aqui realizada se orientou pela tentativa de compreender a organização de diferentes indústrias culturais (HESMONDHALGH, 2007) – perspectiva que busca problematizar as múltiplas estratégias para lidar com a cultura num contexto de progressiva racionalização em sua produção) – problematizando o cruzamento entre um ambiente pautado por plataformas



(GILLESPIE, 2010) e a crescente relevância do setor de telecomunicações. Esse esforço se justifica pela relevância dessa conjunção de fatores. Algumas conclusões podem ser discutidas a partir desse conjunto de evidências.

O contexto no quais plataformas se revelam importantes foi descrito por outros autores (LANIER, 2014; WU, 2012). Contudo, os fenômenos aqui apresentados apropriam-se das ideias de Virilio (1984, 1991) em relação à organização das mídias, concentrando-se na importância dos meios para a estruturação da visibilidade. Esteve jogo compreender a constituição de máquinas que permitem a ubiquidade de visão orbital (VIRILIO, 1984), objeto que emerge e se especifica de determinado modo. Isso permitiu discutir a constituição de um meio, que, na abordagem teórica da arqueologia da mídia (HUHTAMO; PARIKKA, 2011; PARIKKA, 2012), é abordada como uma instância formada mediante diversas dimensões. Aqui, traço essencial esteve no excesso, imbricado com a remediação de experiências passadas e a concentração diversificada da indústria cultural.

A partir de Virilio, compreender uma mídia significa pensá-la como uma ferramenta para produzir ubiquidade de visão, reavaliando a temporalidade a partir da qual o cotidiano se organiza. Os parâmetros que estruturaram a duração cotidiana do dia, unidade de tempo central para a experiência sensorial do homem, cedem lugar àquilo que esse autor chama de “falso dia”. Esse tempo se guia pela quebra de sequência do fluxo temporal, em uma abstração que busca um cinematismo integral, ou seja, essa descontinuidade no tempo que reelabora as dimensões do espaço mediante sua anamorfose (ARMITAGE, 2000; JAMES, 2007). Então, o mundo se torna repleto de imagens, fazendo com que a experiência tenha que se submeter a essa dimensão cinemática. Essa se revela a direção em relação a qual essas plataformas seguem, em um cenário que seria impossível sem a diversidade de fatores acima descrita.

Logo, compreender o desenvolvimento do digital como parte do longo trajeto na elaboração dos meios significa

aprender a constituição de relacionamentos pautados pela destruição da contiguidade física. Historicamente, a reformulação dessas relações remonta à reorganização do tempo/espaço mediante a sensação de ubiquidade que o telégrafo introduz (STANDAGE, 1998), e que se desdobra em sucessivas transformações, nas quais as técnicas de distribuição mediante tecnologias sem fio se encontram com o entretenimento e a informação (DOUGLAS, 1987), elaborando a matriz do broadcast. Esses meios consistem no amálgama entre várias dimensões superpostas, em um conjunto de articulações que depende da necessidade de se renovar e de oferecer experiências anteriormente desconhecidas (BARNOUW, 1968). Esse processo não vai se extinguir – pelo contrário – e deve seguir radicalizando as tendências aqui expressas.

## Referências

ANDERSON, C. **A Cauda Longa**. São Paulo: Campus, 2006.

ARMITAGE, J. (ED.). Paul Virilio: **From Modernism to Hypermodernism and Beyond**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2000.

BALBONTÍN, P. R. **Gestión pública, regulación e internacionalización de las telecomunicaciones**. Santiago de Chile: Cepál, 2003.

BALBONTÍN, P. R. **Privatización, reestructuración industrial y prácticas regulatorias en el sector telecomunicaciones**. Santiago de Chile: Cepál, 2005.

BARNES, B.; SPERLING, N. Warner Bros. Will Stream New Movies. **The New York Times**, p. B1(L)-B1(L), 4 dez. 2020.

BARNOUW, E. **The Golden Web: A History of Broadcasting in the United States: Vol. 2 - 1933 to 1953**. New York: Oxford University Press, 1968.

BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. **Remediation**: understanding new media. Cambridge: The MIT Press, 1999.

CASTELLS, M. **The Rise of the Network Society**. 2. ed. Malden: Wiley-Blackwell, 1996.

CASTELLS, M. **Communication Power**. New York: Oxford University Press, 2009.

CHENOWETH, N. **Rupert Murdoch**: The Untold Story of the World's Greatest Media Wizard. New York: Crown Business, 2002.

CROW, D. Verizon takes mobile route to challenge Netflix. **The Financial Times**, p. 18–18, 10 set. 2015.

CURTIN, M.; SHATTUC, J. **The American Television Industry**. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2009.

DOUGLAS, S. J. **Inventing American Broadcasting**, 1899-1922. Baltimore: Johns Hopkins U.P., 1987.

FRANKEL, D. Disney+ Has Boffo First Week: Despite tech glitches, platform passes 10M subs on day one. **Multichannel News**, v. 40, n. 23, p. 4–5, 18 nov. 2019.

GILLESPIE, T. The politics of 'platforms'. **New Media & Society**, v. 12, n. 3, p. 347–364, 2010.

GOLDSTEIN, P. Inside the creation of Verizon's Go90. **Fierce Wireless**, 19 jan. 2015.

GOMERY, D. Vertical Integration, Horizontal Regulation: The Growth of Rupert Murdoch's US Media Empire. **Screen**, v. 27, n. 3–4, p. 78–86, 1986.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**: Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Loyola, 1989.

HELD, D. et al. **Global Transformations**: Politics, Economics, and Culture. Stanford, Calif.: Stanford University Press, 1999.

HERMAN, E. S.; MCCHESENEY, R. W. **The global media: the new missionaries of corporate capitalism.** London: Continuum, 1997.

HESMONDHALGH, D. **The Cultural Industries.** 2nd. ed. New York: Sage, 2007.

HOLT, J. **In Deregulation We Trust: The Synergy of Politics and Industry in Reagan-Era Hollywood.** *Film Quarterly*, v. 55, n. 2, p. 22–29, 2001.

HOLT, J. **Empires of Entertainment: Media Industries and the Politics of Deregulation, 1980-1996.** New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 2011.

HUHTAMO, E.; PARIKKA, J. (EDS.). **Media Archaeology: Approaches, Applications, and Implications.** Berkeley: University of California Press, 2011.

JAMES, I. Paul Virilio. **New York:** Routledge, 2007.

LADEIRA, J. M. **Negócios de audiovisual na internet: uma comparação entre Netflix, Hulu e iTunes-AppleTV, 2005-2010.** *Contracampo (UFF)*, 2012.

LADEIRA, J. M. Indústria cultural, desenvolvimento dependente e empresas em rede no Brasil contemporâneo: News, DirecTV, Globo e Abril. **Contracampo (UFF)**, v. 31, n. 1, p. 80–100, 2014.

LADEIRA, J. M. **Imitação do Excesso: Televisão, Streaming e o Brasil.** Rio de Janeiro: Folio Digital, 2016.

LADEIRA, J. M. Fluxo de imagens: Net, Telmex e o streaming no Brasil. **Revista Comunicação Midiática**, v. 12, n. 1, p. 38–53, 2017.

LANIER, J. **Who Owns the Future?** New York: Simon & Schuster, 2014.

LEE, E. HBO Gains Customers As AT&T Bids It Goodbye. **The New York Times**, p. B3(L)-B3(L), 23 jul. 2021.

LITTLETON, C. Networks boldly go into digital universe. **Variety**, v. 330, n. 1, p. 9–11, 10 nov. 2015.

LOBATO, R. **Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution**. Nova York: New York University Press, 2019.

MOCHKOFSKY, G. **Pecado Original**. Clarín, los Kirchner y la lucha por el poder. Buenos Aires: Planeta, 2011.

NORBERG, A. L.; O'NEILL, J. E. **Transforming Computer Technology: Information Processing for the Pentagon, 1962-1986**. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2000.

PARAMOUNT PLUS LAUNCHES BUT HAS STREAMING PEAKS TO CLIMB. **Multichannel News**, v. 42, n. 5, p. 6-7, 8 mar. 2021.

PARIKKA, J. **What is Media Archaeology?** Cambridge: Polity Press, 2012.

PARSONS, P. **Blue skies: a history of cable television**. Philadelphia: Temple University Press, 2008.

Power to the people; The future of entertainment. **The Economist**, v. 433, n. 9169, p. 62(US)-62(US), 16 nov. 2019.

SINCLAIR, J. **Latin American Television: A Global View**. New York: Oxford University Press, 1999.

SINCLAIR, J.; TURNER, G. (EDS.). **Contemporary world television**. London: British Film Institute, 2004.

STANDAGE, T. **The Victorian Internet**. London: Walker & Company, 1998.

STEEL, E. Verizon to Offer Free Mobile TV Service, Hoping to Draw Millennials. **The New York Times**, p. B2(L)-B2(L), 8 set. 2015.

VIRILIO, P. **O Espaço Crítico**. São Paulo: Ed. 34, 1984.

VIRILIO, P. **Guerra e Cinema**. São Paulo: Boitempo, 1991.

WU, T. **Impérios da comunicação**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

# **CAPÍTULO 15**



# Práticas musicais atravessadas por perspectivas interseccionais

Caroline Govari  
Flávia Magalhães Barroso  
Henrique Tenório  
Nadja Vladi Gumes

O campo de estudos da música e da comunicação tem avançado de forma considerável no Brasil nos últimos anos com diversas e múltiplas pesquisas na graduação e pós-graduação e grupos de pesquisa nos principais eventos ligados à comunicação no país e na América Latina. O GP Comunicação, Música e Entretenimento da INTERCOM tem sido, ao longo dos últimos 10 anos, um espaço profícuo para encontros e reflexões da rede de pesquisadores da música e da comunicação, principalmente por suas características de reunir pesquisadores seniores e juniores que juntos ampliam as reflexões sobre cultura pop, sonoridades, distribuição e consumo musical, entre outros.

Em 2022 o GP completou 10 anos e passou por um processo de reativagem que o colocou diante dos novos desafios da pesquisa em comunicação e música. A partir de debates entre os pesquisadores da rede trouxemos novas abordagens para o GP: articulações das práticas musicais a partir de elementos raciais, étnicos, de gênero, pós-gênero e interseccionais;



processos comunicacionais entre música e trabalho; os estudos de som, sonoridades, música e entretenimento em perspectivas epistemológicas decoloniais e reflexões sobre música/entretenimento na dinâmica das urbes.

Dentro desta nova roupagem do GP, pensamos a mesa *Práticas Musicais Atravessadas por Perspectivas Interseccionais*, apresentada 4ª temporada da série Lives Cátedra INTERCOM, com uma abordagem dos estudos de comunicação e da música sobre um olhar interseccional, possibilitando compreender as práticas musicais ancoradas em questões de gênero, raça/etnias, nacionalismos, classes e capacitismos, reflexões que consideramos fundamentais para a compreensão dos fenômenos culturais da contemporaneidade em territorialidades decoloniais. A mesa, composta por três jovens pesquisadores da rede, mostrou a importância de estimular a participação destes pesquisadores juniores que colaboram com argumentações mais inclusivas na área da Comunicação.

A mesa foi aberta por Caroline Govari, recém-doutora da Unisinos, que apresentou uma reflexão sobre as atualizações e os cruzamentos do frevo pernambucano com o hardcore e outros gêneros musicais. Em sua abordagem, Govari traz conceitos como cena musical decolonial (QUEIROZ, 2019) e a noção de encruzilhada (RUFINO, 2018) para refletir sobre a cena e categorizações dos gêneros musicais. Em seguida ouvimos Flávia Magalhães, também recém-doutora da UERJ, que apresentou sua investigação sobre espaços musicais e festivos mostrando a complexidade das políticas urbanas de aliança no cotidiano da cidade, em uma perspectiva de gênero. A fala de encerramento de Henrique Tenório, doutorando da UFPE, trouxe questionamentos sobre as análises acadêmicas e sua reprodução da branquitude como identidade neutra, questionando o próprio GP a se pensar a partir do seu lugar ocupado por pessoas, em sua maioria, brancas.

Reunimos aqui neste artigo as principais ideias trazidas por Govari, Magalhães e Tenório que nos parecem contribuições fundamentais para os estudos de comunicação,

que buscam compreender a lógica e dinâmica do mundo contemporâneo da música e do entretenimento. Acreditamos que os autores, ao promoverem articulações das práticas musicais a partir de elementos raciais, étnicos, de gênero, pós-gênero e interseccionais, apresentam novos caminhos que serão trilhados pelo GP Comunicação, Música e Entretenimento.

**Caroline Govari:**

### **“Hardcore brasileiro é o frevo?”: tonalidades territoriais e gêneros musicais**

A partir de uma constante preocupação com as transformações da noção de cena e das categorizações dos gêneros musicais, este trabalho tem o intuito de avançar nas pesquisas de Govari (2020), que, em trabalhos anteriores, abordou a constituição musical, midiática e identitária do rock gaúcho – em especial o produzido na década de 1980. Essa preocupação, hoje, se dá baseados em angulações decoloniais (QUEIROZ, 2019), e pretende pensar outras cenas e, conseqüentemente, outros agenciamentos. Levando em consideração que o território demarca mais do que uma geografia – e que aspectos sociais e identitários podem atuar na constituição de gêneros musicais na música popular –, a proposta é pensar o trabalho do compositor, cantor, VJ e apresentador de televisão Flávio Augusto Câmara, mais conhecido como Chinaina – em especial o EP *Carnaval da Vingança* (2022) – para além das categorizações musicais essencializadas, refletindo sobre as atualizações e os cruzamentos do frevo pernambucano com o hardcore e outros gêneros musicais.

A escolha pelo frevo se deu pela necessidade de pensar esse gênero musical não somente de forma definida, binária e fechada, visto que este é um gênero musical associado à diversas manifestações musicais e culturais de Pernambuco (dança, cores, imaginário popular), diretamente ligado (ou não) ao carnaval. O frevo é uma manifestação típica do folclore, parte das tradições do estado, um bem cultural (GOVARI; ANDRADE, PIMENTEL, 2022). Todavia, quando tensionado a

outros gêneros musicais, o que este gênero pode nos falar sobre a cidade? E de que forma esses atravessamentos históricos e contemporâneos influenciam no panorama musical? De que maneira o frevo pode ser entendido como uma encruzilhada que põe em perspectiva sua concepção enquanto um gênero musical que dialoga com outros, além das cenas musicais que agencia, especialmente no território pernambucano?

E o *Carnaval da Vingança* nos instiga a elucidar – ou ampliar – todas essas questões. O EP, composto de quatro músicas, não se delimita somente ao frevo ou ao hardcore – gêneros musicais comumente ligados à arte de Chinaina, natural de Olinda/PE –, e traz outros gêneros musicais como samba-reggae, em “Carnaval Infinito”, escrito em parceria com Michelle Abu, multi-instrumentista baiana; pistas da música pop/popular, em “Deixe-se Acreditar”, composição de Chinaina gravada pelo Mombojó, outro grupo pernambucano, que recebeu uma nova versão em *Carnaval da Vingança*; “Hardcore Brasileiro”, faixa originalmente gravada pelo Sheik Tosado em 1999, recebeu um arranjo de orquestra nesse frevo de 180 BPMs (originalmente, o frevo é tocado em 150 ou 160 BPM), regida pelo maestro Nilsinho Amarante; e “Virando Papangú”, onde Chinaina divide a composição e o vocal com Cannibal, da também banda pernambucana Devotos, que pode ser lida como uma roda de pogo no meio do carnaval.

Em primeiro lugar, o que fazemos aqui é visualizar os agenciamentos entre música, identidade e territorialidade sob o recorte específico do frevo. A partir disso, levando em consideração que essas territorialidades (FERNANDES; MAIA; HERSCHMANN, 2012) têm modulações diferentes, dialogamos com autores que trabalham com essa perspectiva de territorialidades sônicas (HERSCHMANN, 2013) e cenas decoloniais e transculturalidade dos gêneros musicais (QUEIROZ, 2019).

O conceito de gênero musical (JANOTTI JR.; PEREIRA DE SÁ, 2019) é articulado, inicialmente, com a noção de territorialidades – vinculação que pode ser acionada quando

discorremos sobre a história e o apogeu do movimento manguebeat (referência musical já bastante consolidada e amplamente analisada por diversos/as pesquisadores/as) e na configuração temporal da cena musical (STRAW, 2017) do Recife. Isso porque junto dos aspectos globalizantes, os gêneros musicais apresentam feições transculturais que marcaram seus aspectos políticos, sociais e estéticos em suas modulações no Sul Global, tal como observou-se no rock argentino (RAMOS, 1991), no rock gaúcho (GOVARI, 2020), no manguebeat (LIMA, 2008) e aqui pretendemos analisar no frevo, levando em consideração o contexto territorial.

O conceito de cena decolonial, de Queiroz (2019), nos ajuda a incorporar as territorialidades narrativas e pensarmos cenas para além das demarcações hegemônicas (ligadas ao Norte Global). As cenas, tal qual os gêneros musicais, além dos aspectos mencionados, também demarcam fronteiras, posturas e tensionamentos sociais, políticos e afetivos de maneira territorializada. A cena musical decolonial, por sua vez, caracteriza-se fortemente por reproduzir hierarquias sociais, realçando as tensões. Ou seja, essas cenas reproduzem hierarquias e complexidades específicas da experiência colonial brasileira: uma diversidade de sujeitos unidos a práticas de estratégias de subsistência alternativas às localizadas em outros países, por exemplo (QUEIROZ, 2019, p 194).

Quando falamos de música e suas relações com território e identidades, precisamos levar em consideração que os agenciamentos são moldados pelos diferentes recortes das afinidades/dissensos observados em um país continental como o Brasil. E, de certa forma, isso também aponta para uma amplificação dessas noções de identidades. David Brackett é um autor que trabalha a noção de gênero musical associada às noções de identidade e fala em divisões transitórias no campo musical, as quais correspondem de forma fluida – mas complexa – a um espaço social temporalmente definido. Há uma ligação entre a identidade social e uma prática de criação de música (como na *black music*) onde Brackett (2005) mostra

as conexões aparentemente estabelecidas entre os gêneros musicais ditos negros e as formações sociais afro-americanas. No entanto, ele adverte contra cálculos excessivamente arbitrários de categorias de gênero musical como meras “construções sociais”. Em estudos anteriores, ao tentar quebrar com associações diretas de categorizações musicais e étnicas, Brackett (2003) reflete sobre como a rotulação de determinadas músicas é algo que vai se alterando ao longo do tempo, e afirma que essas categorizações são fluidas e mudam de sentido.

É dessa forma que pretendemos examinar como estilos musicais são categorizados e entender que a própria noção do que é frevo, por exemplo, foi se transformando ao longo do tempo. Inclusive, o frevo nos faz pensar sobre as dimensões de identidades dos gêneros musicais, já que estes têm especificidades territoriais, com configurações espaço-temporais bem-marcadas e importantes em seus surgimentos. Entretanto, em uma estrutura transcultural do mundo, essas configurações são atravessadas por outras marcações sonoras e sociais, vindas de outros fenômenos musicais. Esse cruzamento não faria os gêneros musicais se fragmentarem, assumindo identidades cambiáveis ou, ainda, várias identidades?

E é nesse contexto que a noção de encruzilhada (RUFINO, 2018) toma força: nos ajudar a desconfiar de uma ideia essencialista e pré-definida dos gêneros musicais, pois pode ser que exista algo nesses movimentos de rasura de identidades dos estilos musicais, tanto de espaço-temporal, de territorializado, quanto de transcultural, virtual e globalizado. Pensar os gêneros musicais e suas identidades atravessados por outras marcas, por mediações múltiplas, por outros elementos poéticos e estéticos e por diferentes modos de territorialização pode ser interessante. Então nesta etapa dialogamos com Rufino (2018) e Simas e Rufino (2019) para compreender a pedagogia das encruzilhadas, que é adepta às forças centrais de movimento. Aqui, questionamos: de que maneira o frevo pode ser pensado como uma encruzilhada que coloca em perspectiva sua concepção enquanto um gênero musical que

dialoga com outros – além das cenas musicais que agencia no território pernambucano –, levando em consideração seus cruzamentos contemporâneos com gêneros musicais situados na encruzilhada entre Norte e Sul Global, como o punk rock e o hardcore?

Sendo um ritmo oriundo do maxixe (compasso tipicamente binário) e da marcha (quaternário), que seguem padrões rítmicos sincopados, o frevo está um campo de disputa onde a identidade de uma música pode estar em um frequente movimento de transformação (GOVARI, ANDRADE, PIMENTEL, 2022). O frevo é recruzado na música produzida pelo Sheik Tosado (entre outros grupos pernambucanos) e, em especial, no EP *Carnaval da Vingança*, na carreira solo de Chinaina, que utiliza elementos do hardcore, do rock'n'roll, do pagode baiano e de ritmos regionais, agenciando aspectos do popular (e do pop) a partir dessas novas concepções musicais. Quando encontra o hardcore em “Hardcore brasileiro”, o frevo promove um cruzamento e coloca, novamente, sua própria história em encruzilhada, permitindo cruzar e ser cruzado por outros elementos. E o próprio hardcore (vindo da segunda onda do punk, no final da década de 1970, nos Estados Unidos) não é puro, nem exclusivamente concebidos no Norte Global. Segundo Rufino, “praticar a encruzilhada nos aponta como caminho possível a exploração das fronteiras, aquelas que, embora tenham sido construídas a priori para cindir o mundo, nos revelam a trama complexa que o codifica” (RUFINO, 2019, p. 17-18).

E como ler essa encruzilhada proposta no EP *Carnaval da Vingança*, e em especial na música “Hardcore brasileiro”? Segundo Chinaina, em entrevista<sup>1</sup> à autora, o frevo está presente na vida do pernambucano desde os primeiros anos. Quando começou a se interessar por música, e especificamente pelo hardcore, foi inevitável que os gêneros musicais dialogassem em sua obra, porque a pluralidade musical de Pernambuco faz com que não haja essa dicotomia em nenhum aspecto, seja nas

1. Entrevista ocorrida em 31 de maio de 2022 através da plataforma Zoom.

festas (shows de rock e forró no mesmo espaço), seja na hora de compor. Desde que compôs “Hardcore brasileiro” para o álbum do Sheik Tosado, Chinaina disse que sempre teve o sonho de ouvir uma versão com orquestra de frevo.

Por acompanhar desde muito novo o conjunto de regras, performances e atitudes carnavalescas sob uma ótica pessoal moldada pelo punk rock e o hardcore, o artista percebeu que as orquestras, quando tocam nas ruas, aceleram o ritmo, deixando a velocidade das músicas muito próxima da velocidade do hardcore. Normalmente, o frevo tem um andamento de 150, 160 BPM, e durante a gravação de “Hardcore Brasileiro”, a orquestra acelerou para 180 BPM. O maestro Nilsinho Amarante, responsável pelo arranjo da música, alertou que maestros mais conservadores poderiam achar uma heresia fazer isso com o frevo, mas, mesmo assim, ele topou a ideia de Chinaina e convocou instrumentistas acostumados justamente a tocar durante o carnaval, nas ruas. Dos instrumentos utilizados nas orquestras de frevo, o tarol<sup>2</sup> é o que faz a marcação do tempo durante a maior parte da música. Ao mudar constantemente de tempo, faz do frevo uma música com muitas variações. No punk e no hardcore, acontece a mesma coisa. O surdo<sup>3</sup> do frevo e o bumbo<sup>4</sup> do hardcore também batem em um compasso muito semelhante, sendo possível pensarmos no cruzamento entre esses dois gêneros musicais.

Para além da sonoridade, a questão performática entra em cena, pois o abandono corporal – tanto no hardcore quanto no frevo –, em busca da catarse coletiva, também é muito parecido. Isso nos remete aos agrupamentos sociais discutidos por Brackett (2003), já que os punks e os foliões se unem em sociedades auto-organizadas. Dessa forma, novas identidades sociais tornam-se visíveis através de disputas,

2. Tarol é um instrumento de percussão da família da caixa com afinação um pouco mais aguda.

3. Tambor cilíndrico e de som grave.

4. Também um tambor cilíndrico e de som grave, que funciona como o coração da bateria, dando as batidas graves e constantes responsáveis na formação do ritmo.



provocando nesse processo de afirmação e diferenciação novas visões sociais e o nascimento de políticas de identidades. Isso nos mostra os processos de diferenciação no universo da música – e consequentemente nas formações de identidades. Isso significa que nossas identidades são constituídas à medida que somos interpelados em diferentes situações e instituições de agrupamentos sociais, e que reconhecer-se em uma identidade pressupõe responder afirmativamente a uma interpelação. E justamente pelas categorias musicais estarem sempre associadas com agrupamentos demográficos é que precisamos levar em consideração que essas associações não são estagnadas, ou seja: elas se transformam ao longo do tempo.

Ademais, reforçamos também que buscamos desviar de uma leitura essencialista sobre as identidades. O intuito é observar como frevo, como gênero musical, pode articular determinados elementos territoriais e de sonoridade para pensarmos as identidades fluidas, cambiáveis e em disputa. Em vez de qualquer ligação segura entre a música e as formações sociais, é analisando a forma como o gênero musical envolve e faz uma mediação mútua entre duas entidades históricas auto-organizadas – formações musicais (por um lado) e formações de identidade social (por outro) – que podemos compreender como as formas de identidade social são refratadas na música. Assim, entendemos que os gêneros musicais se misturam nas formações sociais em evolução; as formações sociais e de identidades são concebidas em um processo de vir a ser.

Por fim, o que tentamos fazer nessa breve análise – que é um *work in progress* e não pretende apresentar, de fato, resultados delimitados – sobre o frevo e seus cruzamentos a partir do *Carnaval da Vingança* foi olhar para o frevo de uma maneira descolonizada, tirando-o de um lugar essencializado, para além das tradições (SALES, 2018) onde ele se encontra, e compreendê-lo em um espaço de disputa (e possibilidades) sonoras e identitárias – tudo isso considerando suas especificidades territoriais.

## **Flávia Magalhães Barreto:**

### **A Garagem das Ambulantes e as políticas de aliança**

Tratar sobre as práticas festivas desenvolvidas em aliança entre mulheres e músicos demanda uma argumentação anterior em que se pretende localizar, mesmo que sempre precariamente, a perspectiva pela qual tratamos do feminino. A existência desta demanda já adianta parte do próprio conteúdo: a incapacidade de inscrever e escrever o feminino em sua inteireza, a partir de uma visada categórica. Há nesta afirmação uma fundamentalidade pela qual construímos nossos caminhos de pesquisa. Conceber o constructo “mulher” como campo aberto latente e de permanente ressignificação, em contraponto a uma categoria identitária descritiva, trata-se de uma chave pela qual se faz possível investigar as alianças arquitetadas por meio da festa. Inspiramo-nos na perspectiva de Butler (2019) para quem a abertura da noção do “ser mulher” viabiliza, dentre outras questões, a investigação e visibilidade das políticas de aliança cotidianas que agenciam relevantes coletividades que, em associação, performatizam e publicizam suas demandas e suas distintas posições de precariedade.

A autora salienta que a identificação de gênero e também outras condições sociais produzem situações variadas de precariedade que, por vezes, se encontram aliançadas na cidade. Diante deste “bom problema”, conforme aponta Butler ao destacar a inerente complexidade do tema, optamos por seguir interações de aliança em que revelam-se as precariedades orientadas pelo gênero e também por tantas outras ancoradas na experiência urbana, a partir da experiência festiva. Trata-se de perceber o feminino como agência (DELEUZE E GUATTARI, 1995) pela qual dinamizam-se variadas condições de precariedade, mas também como território movente de estruturas (sexuais, políticas e econômicas) e de possíveis associações. Para início da nossa conversa, este provavelmente seja o ponto de partida que configurou-se como chave de abertura da investigação de práticas festivas revestidas de um forte investimento político de mulheres.

Esta abordagem foi paulatinamente sendo construída e constantemente reavivada a partir do acompanhamento do espaço festivo Garagem das Ambulantes no Centro do Rio de Janeiro. A Garagem trata-se de um espaço formulado por três vendedoras informais com intuito de produzir festas e apresentações musicais em parceria com o circuito de músicos e blocos de carnaval independentes. A análise faz parte de uma pesquisa mais ampla em curso que investiga particularmente os espaços musicais e festivos situados nas bordas dos processos de revitalização e visibilidade do Centro<sup>5</sup>. Neste estudo, apontamos a existência de alianças (BUTLER, 2018), ativismos musicais (FERNANDES, HERSCHMAN, 2012) e dinâmicas interculturais (CANCLINI, 2011) entre produtores de cultura, vendedores informais, músicos e frequentadores mediante diferentes políticas de repressão nas últimas gestões da cidade<sup>6</sup>. A partir do levantamento destas atividades festivas vínhamos acompanhando diversos tipos de cerceamento das práticas festivas noturnas como a interdição dos espaços, apreensão de mercadorias, caracterização moral de determinados grupos e falta de incentivo público e privado (STRAW, 2018).

A observação contínua do circuitos sônicos-musicais independentes do Centro do Rio de Janeiro sinaliza que os ativismos musicais e festivos predominantemente vinculados a questão do direito à cidade nos anos de 2015 e 2016, vem aproximando-se cada vez mais de discussões referentes às identidades, suas reivindicações e desafios na cidade. Em paralelo, vínhamos identificando uma consistente aproximação entre ambulantes, músicos e produtores culturais no intuito de driblar cerceamentos diversos de suas atividades para realização de festas e cortejos de carnaval. Dentro deste contexto, constituiu-se o projeto Garagem das Ambulantes

---

5. A pesquisa se debruça especificamente nas áreas do entrono da Praça Tiradentes, situada aos fundos da Lapa, conhecida área boemia e turística da cidade.

6. No artigo “Os limites da rua: uma discussão sobre regulação, tensão e dissidência das atividades culturais nos espaços públicos do Rio de Janeiro” (BARROSO, FERNANDES, 2019) analisamos de forma aprofundada os diferentes modos de vigilância e controle nas gestões de Eduardo Paes e Marcelo Crivella.

que simboliza tanto a arquitetura das pautas das identidades, especificamente do movimento de mulheres, quanto do processo aliançoso entre ambulantes e músicos que vinha se configurando na cidade.

Propomos investigar com maior acuidade nesta fala o processo de aliança que estabelece-se entre os atores, destacando o papel e participação das ambulantes que produzem microeventos na Garagem e assimilam, ao mesmo tempo, a posição de comerciante informal, tradicionalmente enxergada como ameaça ao que se entende por “ordem pública”, e a posição de gênero, altamente condicionada a posições de vulnerabilidade nos contextos noturnos e festivos e de pouca participação no setor de produção cultural.

Argumentamos nesse sentido que as políticas urbanas de aliança encontradas no cotidiano da cidade, como as que investigamos, são arquiteturas complexas que realçam a centralidade da alteridade como chave para abertura de perspectivas dogmáticas nas reivindicações de gênero. Trata-se de conceber a expansão da noção de identidade como pontapé para dissolver aparentes paradoxos das lutas identitárias em direção as dinâmicas de aliança e dos associativismos que vem a realçar e performatizar diferentes condições de precariedade na cidade, neste caso, a partir da festa. Propomos dessa forma o aprofundamento da investigação das políticas de aliança que “expandem aquilo que nos referimos quando falamos de nós” (BUTLER, 2019, p. 42) como resposta a complexidade das tecnologias de vigilância, controle e precariedade a que ambulantes, músicos e produtores da cena musical independente são expostos.

O rastreamento das festas e práticas festivas foi realizado através da aproximação com os atores culturais e suas indicações a partir de um processo cartográfico em que criamos uma rede de investigação que foi se construindo durante a própria pesquisa. Buscamos identificar a rede de atores composta: 1) pelo produtor cultural, 2) pelos frequentadores, 3) pelo músico/banda/artista/dj, 4) pelos ambulantes e expositores

de comida e 5) pela vizinhança das festas. Referencia-se assim enquanto ponto de partida das estratégias metodológicas empregadas, o necessário acompanhamento dos atores e das cenas musicais num contínuo “abrir de caixas pretas” possibilitado pelo movimento do “pesquisador-formiga”, processo referenciado pela “Teoria Ator-Rede” (LATOURET, 2012).

### **A Garagem das Ambulantes**

A Garagem das Ambulantes é uma iniciativa cultural e festiva capitaneada pelas ambulantes Alice, Aline e Isabel na produção de shows, batalhas de DJs e rodas de samba em aliança articulada com produtores de cultura, músicos independentes e blocos de carnaval. O espaço foi concebido inicialmente para estoque de bebidas, isopores, carrinhos, bicicletas e triciclos utilizados pelos ambulantes. Os depósitos vinculados ao armazenamento de materiais de ambulantes são comuns na região do Centro da cidade. Estes espaços normalmente são compartilhados entre ambulantes e pagos com uma contribuição mensal. Eles facilitam o trânsito de mercadorias e dos suportes de locomoção, visto que a maioria dos vendedores informais residem em regiões distantes do Centro e não conseguem locomover diariamente seus materiais de trabalho.

O espaço que atualmente encontra-se a Garagem das Ambulantes continua sendo utilizado para o armazenamento de bebidas e bicicletas, contudo é reorganizado durante a noite para festas e apresentações musicais. Ao longo das produções dos microeventos, outras funções foram sendo assimiladas no espaço. Atualmente, além de depósito e espaço para eventos, a Garagem também funciona como estacionamento, como ponto de arrecadação de cestas básicas e distribuição de alimentos e abriga projetos solidários na realização de café da manhã e almoço para moradores de rua.

A idealização do projeto é consequência de uma rede colaborativa formulada nos últimos anos entre produtores culturais, blocos de carnaval e vendedores informais de bebidas,

diante do acirramento de diferentes dinâmicas de controle do comércio informal e da autorização de festas nas últimas duas gestões da prefeitura da cidade<sup>7</sup>.

Nos cenários marcados tanto pela crise quanto pela repressão nas últimas duas gestões da prefeitura, notamos que as relações entre produtores culturais de rua e os ambulantes se intensifica. Enquanto músicos, festas e ambulantes são proibidos - diante de dinâmicas distintas de controle - a performance itinerante surge como mecanismo de fuga e escape. A realização de festas em formato de cortejos, por exemplo, capitaneada por blocos de carnaval não-oficiais, se intensifica fortemente nos anos de 2018 e 2019 como reflexo do estrangulamento da repressão aos eventos culturais de rua. Neste processo, as relações já estabelecidas entre produtores culturais e ambulantes ganham outros contornos. A partir do convívio e circulação com festas e concertos musicais, tanto os blocos de carnaval quanto os ambulantes passaram a assumir novos papéis e novos protagonismos, constituindo uma rede de interação e colaboração.

A partir das interações ao longo dos anos, produtores, músicos e ambulantes passam a arquitetar de forma mais intensa e concreta relações de aliança. Foram sendo construídos, por exemplo, grupos para debates sobre a produção de festas, onde de forma conjunta músicos, produtores e ambulantes forjam táticas para a realização de eventos, realizam mapeamento dos ambulantes e trocam informações sobre possíveis intervenções policiais.

É comum presenciar nestas situações que os atores contribuem e intercambiam os saberes nômades específicos de cada atividade. Enquanto ambulantes conhecem roteiros e práticas de fiscalização, os músicos e produtores de cultura conhecem espaços escondidos da vigilância e desta forma constroem, ainda que de forma precária, modos de produzir microeventos.

7. Destacaremos a seguir as diferentes dinâmicas de controle e vigilância às quais ambulantes, músicos e produtores culturais de microeventos públicos foram expostos nas últimas duas gestões da cidade.

O amadurecimento destas redes e das táticas pelas quais estes eventos são viabilizados veio a produzir possibilidades alternativas de renda e visibilidade tanto para as comerciantes informais quanto para os músicos e produtores culturais de modo que “as interações afetivas e sociabilidades das cenas musicais constroem, em alguma medida, um tipo de elo” (FERNANDES e HERSCHMANN, 2012).

A idealização e amadurecimento das experiências aliançosas entre os dois grupos produz efeitos de coexistência cultural ou interculturalidade que referem-se a “confrontação e mescla no interior das sociedades, no qual grupos travam relações e trocas, implicando que os diferentes se encontrem em um mesmo mundo e que devem conviver em relações de negociação e conflitos” (CANCLINI, 2011, p.106). Interessante notar que esta ética da coabitação mobiliza críticas advindas de diferentes posições de precariedade. Enquanto as ambulantes assinalam os históricos cerceamentos e violências aos vendedores informais e o aumento exponencial do comércio informal frente a perda e flexibilização de direitos trabalhistas; músicos e produtores destacam os constantes processos de gentrificação e privatização dos espaços públicos e as interdições de eventos e práticas culturais nos locais públicos da cidade. Frente a estas dinâmicas de precarização que empurram ambulantes, músicos e produtores de cultura para a clandestinidade e para a condição precária de vida, articulam-se dinâmicas de coabitação que claramente não substituem os aparatos de seguridade social, mas alavanca o compartilhamento e a visibilidade de seus desafios cotidianos na cidade.

Conceber a festa como performatividade política inclui necessariamente a reflexão sobre o recurso do corpo em enunciar as condições precárias vivenciadas por determinado grupo. É ainda fundamental perceber que historicamente as festividades são práticas que evidenciam a presença e ação de grupos precarizados na cidade. Falar sobre as precariedades da vida urbana enseja fundamentalmente a ampliação dos meios



pelos quais estas condições são visibilizadas. Os meios pelos quais as condições precárias são expostas no espaço público devem ser ampliadas e necessariamente desconectadas, em essência, dos parâmetros formais da política. A apresentação das vidas precárias no espaço público convoca a exposição de formas de vida e por isso apresentam-se não só, mas também nas particularidades mais banais da vida na cidade e não necessariamente sem vitalidade e criticidade, como é o caso da produção e vivência de festas.

É, portanto, fora dos eixos políticos tradicionais que podem apresentar-se formas de exposição e persistência deliberadas na reinvidicação corporificada por uma vida possível de ser vivida. A concretização do projeto da Garagem alavanca muitas das reflexões de Butler por complexificar as condições precárias, suas identidades e devires na cidade, destacando a simultaneidade entre o precário e o agir.

### **Henrique Tenório:**

#### **Observando a branquitude a partir da interseccionalidade**

Este trabalho traz apontamentos sobre os conceitos de interseccionalidade e branquitude pensados a partir da pesquisa de mestrado em Comunicação realizada entre os anos de 2020 e 2022. Não trago uma solução única, mas proponho um convite e compartilhamento para o desenvolvimento de pesquisas comprometidas com a justiça social.

Os estudos acadêmicos brasileiros sobre raça e comunicação ainda se concentram em análises sobre culturas e sujeitas(os) não brancas(os), com ênfase na negritude nacional. Tratando especificamente de produtos culturais de entretenimento, encontramos trabalhos escritos, em sua maioria, por pessoas brancas, onde a análise sobre a diva pop negra retrata uma mulher negra, enquanto a diva pop branca é apenas uma mulher; o rock brasileiro, mesmo com integrantes das bandas majoritariamente brancos, é nomeado rock nacional, não um rock branco; o personagem negro da

série da Netflix é analisado a partir de teorias racializadas, seus esteriótipos, arquétipos e violências, já o personagem branco pode ser analisado separadamente por gênero, classe e nacionalidade, mas sem menção ao seu tom de pele. É um homem, uma mulher ou um ser humano. Dessa forma, a branquitude é epistemologicamente apagada, não sendo também nomeada nos processos de escrita e apresentação de resultados.

O termo “branquitude” é entendido aqui enquanto pertença étnico-racial atribuída a pessoas brancas e uma construção ideológica de poder criada no processo de colonização europeia sob premissas de modernidade (SILVA, 2017). Ele demarca formações culturais, práticas sociais e concepções ideológicas de ordem branca, direcionadas com e para pessoas brancas. A branquitude é considerada socialmente hegemônica (SILVÉRIO, 2002), posta enquanto norma ao mesmo tempo em que se apresenta como identidade neutra.

Por conta disso, nomeá-la é um trabalho político e científico realizado pelo menos desde a década de 1950 por pensadoras(es) negras(os). A sistematização enquanto campo de estudos, os *Whiteness Studies* (Estudos de Branquitude, em tradução livre), ocorre a partir da década de 1990 nos Estados Unidos e aparece com mais ênfase na academia brasileira a partir dos anos 2000. Nesse cenário, dar nome ao que se propõe é um passo para tensionar sua proposta de neutralidade.

No Brasil, Liv Sovik (2009), aponta que a branquitude é um ideal estético do passado que faz parte da cultura do entretenimento no presente. Sendo assim, diversos produtos culturais e análises acadêmicas que lidam com eles reproduzem a noção de branquitude enquanto identidade neutra, fazendo com que seja considerada apenas como “raça humana”. Ou seja, a branquitude não é enunciada e isso corrobora com a estrutura racista e desumaniza pessoas não brancas.

Isso mostra que, além da nomeação, se torna urgente observá-la a partir de uma perspectiva interseccional em

práticas e pesquisas acadêmicas. A interseccionalidade é um conceito que instrumentaliza em teorias e metodologias a inseparabilidade estrutural do racismo, capacitismo e cisheteropatriarcado (AKOTIRENE, 2019) a partir do trabalho realizado por feministas negras. Ela também funciona enquanto ferramenta analítica para compreender desigualdades sociais através das interações entre múltiplas categorias de poder. (COLLINS e BILGE, 2021). Permitindo enxergar a coalizão de estruturas e suas interações simultâneas.

Collins e Bilge (2021), ressaltam que não existe uma estrutura interseccional a ser aplicada a todos os campos do conhecimento acadêmico. A partir disso, cada área aborda diferentes aspectos da interseccionalidade, tendo como perspectiva que “o que faz com que um projeto seja interseccional *crítico* é sua conexão com a justiça social” (COLLINS e BILGE, 2021, p. 48). Fernanda Carrera (2021) destaca que “a interseccionalidade em Comunicação serve, portanto, como um aparato para expor injustiças representacionais e discursivas, propondo ferramentas de equidade” (p. 10).

Junto ao conceito de branquitude, a interseccionalidade evita a produção de novos essencialismos. Evidenciando clivagens racistas, sexistas e cisheteronormativas. Cabendo à sujeitas(os) de identidade branca, como indica Akotirene (2019), a utilização da interseccionalidade para rever sua própria branquitude.

Sendo assim, há uma implicação em evidenciar no campo da Comunicação e Música a existência de uma estética branca atravessada por outros eixos de privilégio ou/e subordinação. Isso fomenta um projeto político de desestabilização da norma, que passa pela contestação de sonoridades brancas ou embranquecidas, cenários videoclípticos marcados por elementos classistas e brancos, oralidades e gestualidades que reiteram a cultura branca e o cisheteropatriarcado. Construindo subjetividades brancas marcadas pelos formatos e contextos comunicacionais em que estão inseridas, assim como relações dialógicas de

transformação desses mesmos espaços a partir de coalizões dos diferentes eixos.

Para isso, ainda é necessário que, enquanto grupo de pesquisa (GP) acadêmica em Comunicação e Música composto majoritariamente por pessoas brancas, as branquitudes exercidas a partir do local de pesquisadoras(es) brancas(os), sejam reconhecidas e questionadas. Sendo esse um convite à transformação e não à culpa. Gerando reflexões sobre as implicações das branquitudes no trabalho de pesquisa e nos debates realizados dentro do GP, seja no congresso ou em outros encontros.

Além disso, há a necessidade de encarar sujeitas(os) de pesquisa brancas(os) e privilegiadas(os) enquanto pessoas racializadas. Cujas branquitude latente não pode mais ser posta como algo menor, invisível. Isso é justamente trabalhar a favor da manutenção do privilégio e da supremacia branca, tanto do ponto de vista epistemológico acadêmico quanto das práticas e políticas cotidianas.

No enfrentamento metodológico, ainda precisamos desenvolver estratégias que utilizem a interseccionalidade para além da descrição dos eixos de opressão ou de privilégio. Uma das possibilidades é a proposta da roleta interseccional da Fernanda Carrera (2021), que abre espaço para aplicabilidade com compromisso político. Outras alternativas ainda podem ser construídas dentro do trabalho com o conceito. Sendo fundamental, sobretudo, que as pessoas brancas assumam os riscos da complexidade inerente à análise interseccional.

## **Referências**

AKOTIRENE, Carla. **Interseccionalidade** (Feminismos Plurais). São Paulo: Jandaíra, 2019.

AZIBEIRO, Nadir Esperança. Entrelaços do saber: uma aposta na desconstrução da subalternidade. **Reunião Anual ANPED**, v. 26, p. 14, 2003.

BARROSO, Flávia Magalhães; FERNANDES, Cíntia Sanmartin. Os limites da rua: uma discussão sobre regulação, tensão e dissidência das atividades culturais nos espaços públicos do Rio de Janeiro. **Políticas Culturais em Revista**, v. 11, n. 1, p. 100-121, 2018.

BRACKETT, David. Questions of genre in black popular music. **Black Music Research Journal** 25(1/2): 73-92, 2005.

\_\_\_\_\_. What a Difference a Name Makes: two instances of African American Popular Music. In: **The cultural study of music: a critical introduction** / edited by Martin Clayton, Trevor Herbert, Richard Middleton. 2003.

\_\_\_\_\_. Problema de los géneros, teoría feminista y discurso psicoanalítico. In: NICHOLSON, J. Linda (Org.). **Feminismo/posmodernismo**. Buenos Aires: Feminaria Editora, 1992

\_\_\_\_\_. 2003. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

\_\_\_\_\_. **Corpos em aliança e a política das ruas: Notas para uma teoria performativa de assembleia**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas: como entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp, 2011.

CARRERA, Fernanda. Roleta interseccional: proposta metodológica para análises em Comunicação. **E-Compós**, v. 24, 13 Out 2021. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2198>. Acesso em 14 de fev. 2022.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: Artes de fazer**, 1994.

COLLINS, Patricia Hill e BILGE, Sirma. **Interseccionalidade**. São Paulo: Boitempo, 2021.

FERNANDES, C. S.; HERSCHMANN M. (Org.). **Cidades Musicais. Comunicação, Territorialidade e Política**. 1ed. Porto Alegre: Sulina, 2018.

FERNANDES, C. S.; MAIA, J. (Org.); HERSCHMANN, M. (Org.). **Comunicações e Territorialidades**: Rio de Janeiro em Cena. 1. ed. Guararema, SP: Anadarco, 2012. v. 1. 204p.

GOVARI; Caroline. **“Duas notas chegam para mim. Dois acordes repetidos sem fim”**: a constituição musical, midiática e identitária do rock gaúcho na década de 1980. Tese (doutorado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, 2020.

GUATTARI, Félix. **Caosmose**: um novo paradigma estético. Rio de Janeiro: Ed.34, 1992.

HERSCHMANN, Micael; FERNANDES, Cíntia S. **Música nas ruas do Rio de Janeiro**. São Paulo: Intercom, p. 272, 2014.

JACQUES, Paola Berenstein. **Elogio aos errantes**. SciELO-EDUFBA, 2012.

JANOTTI JUNIOR, J.; PEREIRA DE SÁ, S. Revisitando a noção de gênero musical em tempos de cultura musical digital. **Revista Galáxia**, São Paulo, n.41, p.128-139, ago. 2019

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social**: uma introdução à teoria do ator-rede. Edufba, 2012.

LE BLANC, Guillaume. (s/d). **“A invenção da loucura”**. Entrevista com Carla Rodrigues. Disponível em: <carlarodrigues.uol.com.br/index.php/2226> Acesso em: 27/12/2020.

LEFEBVRE, Henri. **O direito à cidade**. São Paulo eSP SP: Centauro, 2001.

LIMA, T. A. Emergência do Mangubeat e as Classificações de Gênero. **Revista Ícone**, v. 10 n. 2. dez – 2008.

LUCHIARI, Maria Tereza Duarte Paes. **A (re) significação da paisagem no período contemporâneo**. Paisagem, imaginário e espaço. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

QUEIROZ, T. A. Valhalla, **All Black In e Metal Beer**: repensando a cena musical a partir dos bares no interior do Nordeste. Tese

(Doutorado) – UFPE, Recife, 2019.

RAMOS, Laura; LEJBOWICZ, Cynthia. **Corazones en llamas**. Historias del rock argentino en los '80. Buenos Aires: Clarín Aguilar, 1991.

RUFINO, L. **Pedagogia das encruzilhadas**. Rio de Janeiro: Mórula Editorial, 2019.

SALES, Í. G. **Frevo elétrico**: um estudo sobre a inserção da guitarra e outros instrumentos elétricos no frevo pernambucano (1960-1990). Dissertação (Mestrado) – UFPE, Recife, 2018.

SILVA, Priscila Elisabete da, O conceito de branquitude: Reflexões para o campo de estudo in MÜLLER, Tânia M. P.; CARDOSO, Lourenço(org.). **Branquitude**: estudos sobre a identidade branca no Brasil. Curitiba: Appris, 2017

SILVÉRIO, Valter Roberto. Ação afirmativa e o combate ao racismo institucional no Brasil. **Cadernos de Pesquisa**, n. 117, novembro/ 2002, p. 219-246. Disponível em: <[scielo.br/j/cp/a/RkKqjbycXDYS93kh8bNdLLs/?format=pdf&lang=pt](http://scielo.br/j/cp/a/RkKqjbycXDYS93kh8bNdLLs/?format=pdf&lang=pt)>. Acesso em 14 de fev. de 2022.

SIMAS, L. A.; RUFINO, L. **Fogo no mato**: a ciência encantada das macumbas. Rio de Janeiro: Mórula, 2018.

SOVIK, Liv. **Aqui ninguém é branco**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2009.

STRAW, Will. Cenas visíveis e invisíveis. In: **Mapeando cenas da música pop**: cidades, mediações e arquivos – Volume I. / Adriana Amaral et al (Org.). – Paraíba: Marca de Fantasia, 2017, p 70-84.

\_\_\_\_\_. Urbanização da política musical: cidades e a cultura da noite. **Cidades musicais**: comunicação territorialidade e política. FERNANDES, Cíntia Sanmartin; HERSCHMANN, Micael (Org). Porto Alegre: Sulina, 2018.



# **CAPÍTULO 16**



# Desinformação e ficção televisiva seriada: uma discussão sobre o papel da mídia na construção social da realidade

Larissa Leda F. Rocha  
Ligia Prezia Lemos  
Luísa Chaves de Melo  
Raquel Lobão Evangelista

Em 1895, após a exibição de *L'arrivée d'un train à la Ciotat* (Louis Lumière e Auguste Lumière), apenas uma parte do público permaneceu na sala de projeção: a outra fugiu com medo de ser atropelada. Em 1938, *A Guerra dos Mundos* (Orson Welles), transmitida pela rádio Columbia Broadcasting System, causou pânico em massa ao anunciar uma invasão marciana. Sua adaptação para a rádio Quito, em 1949, causou ao menos 6 mortes. Estes são três exemplos que nos estimulam a entender a realidade não como um fenômeno dado, mas sim uma experiência marcada por narrativas que a constituem e colaboram para nos localizarmos no mundo.

Alguns autores têm indicado que a linha que separa a ficção da informação não é tão evidente (DANIEL; MUSGRAVE, 2017; WILLIAMS, 1989; MEIMARIDIS; QUINAN, 2021). Tal ideia baseia-se no fato de que a ficção seriada, assim como outros produtos midiáticos, faz parte do processo de construção do mundo dos sujeitos – o que nos remete, inicialmente, ao construtivismo social proposto por Berger e Luckman (1991)

e, em um segundo momento, à noção de realidade simbólica, presente em *Media and the Social Construction of Reality*, de Adoni e Mane (1984). Para as autoras, a construção do conhecimento sobre a realidade não ocorre apenas por meio da experiência individual dos sujeitos – eu vejo/experiencio, portanto, eu conheço. Ela também se concretiza a partir da interação com outras fontes de conhecimento, nomeadamente, com a própria mídia. Neste sentido, a mídia desempenha um papel importante nos processos de construção social da realidade, “ao moldar a consciência individual e coletiva, organizando e circulando o conhecimento que as pessoas têm de sua própria vida cotidiana e dos contextos mais remotos de suas vidas” (McQUAIL, 1972, p. 13).

No contexto brasileiro, podemos considerar que a telenovela – e por extensão outros formatos no âmbito da produção e consumo de teledramaturgia – é ativa em um processo permanente no qual realidade e ficção trocam, alimentam-se, modificam-se, apresentando como resultado novas realidades que servirão de combustível para novas ficções que se hibridizam com outras realidades e assim continuamente. Efetivamente é razoável considerar que há um âmbito permanente de mestiçagem entre ficção e realidade, incentivado tanto por práticas do sistema produtivo, como por hábitos de consumo de quem está diante da tela.

As narrativas utilizam recursos ficcionais sustentados pelos elementos de realidade cotidiana vivida pelo público, de forma individual e coletiva. A ficção televisiva seriada tem uma proposta clara e primeira de entretenimento, mas ao reproduzir as condições sociais em que vivemos, organizando e tematizando assuntos que perpassam a construção de nosso mosaico informativo, acaba transformando-se em um lugar privilegiado para discutirmos e reavaliarmos o modelo de sociedade que experimentamos e ao qual nos submetemos cotidianamente. Uma parte considerável da articulação de nossa trama de identidades e simbólicos em trânsito se dá via nosso relacionamento com a mídia.

As práticas cotidianas relacionam-se à recepção da telenovela, conferindo-lhe novos sentidos ou influenciando na maneira que estes mesmos sentidos são lidos, isto é, entendidos e apreendidos. Os diferentes modos de ler estão muito ligados às tradições, preocupações e expectativas da vida prática (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002, p. 72).

Assim, as narrativas incorporam uma diversidade de comportamentos, tipos, situações. Elas atravessam e mostram a sociedade em um movimento especular e, ao operar dessa maneira, expõem um mundo de contrastes, de diferenças e registram nas identidades um mosaico, um caleidoscópio, um palimpsesto que promove o familiar e o diferente, deixando expostas as particularidades que diferenciam grupos e pessoas diante de uma base comum de identidade. As histórias mostram a vida, a amizade, a solidariedade, a sensibilidade, a fraqueza, a traição, a rudeza. Ao funcionarem como um idioma, um repertório compartilhado, mostram comportamentos e personagens a partir dos quais as pessoas problematizam seus dramas e histórias pessoais, mas também aquilo que está além de si, nas tramas sociais mais amplas, nas preocupações ambientais, nas necessidades de observação política. É aí que podemos falar em uma “narrativa da nação” (LOPES, 2009). Os personagens e tramas são tomados como modelos de comportamentos compartilhados com outros telespectadores, na costura de uma certa comunidade imaginada (ANDERSON, 2008).

Admitindo-se que a mídia também contribui para a organização do conhecimento sobre o mundo, destacamos aqui a urgência de um debate sobre o papel social que as obras ficcionais devem ter, especialmente, no contexto sensível de desordem informacional que temos vivenciado. A pandemia de Coronavírus veio acompanhada de uma enorme quantidade de informações, algumas verídicas e imparciais, outras exageradas, manipuladas, falsas e enviesadas. Nesse cenário, propomo-nos a rastrear como as produções de ficção seriada,

eventualmente, falham e acabam por reforçar a desinformação; levando em conta a relação entre televisão, ficção seriada e as instituições sociais e chegamos ao objetivo principal deste trabalho: refletir acerca da ideia de desinformação e sua presença na ficção seriada brasileira.

Para isso, inicialmente faremos um debate sobre o conceito de desinformação a partir da obra de Volkov (1986); Chaves e Melo (2019) e Lazer; Baum et al. (2018), depois voltamos nosso olhar para as produções acadêmicas do Grupo de Pesquisa em Ficção Televisiva Seriada, chegando por fim a dois objetos de estudos ricos na temática apresentada. O primeiro deles é a novela Amor de Mãe. Criada por Manuela Dias e lançada pela Rede Globo em 2019, sua produção foi interrompida devido ao isolamento social durante a pandemia de Covid-19 em março de 2020, retornando apenas no ano seguinte. O segundo objeto de estudo é a série O Mecanismo, de José Padilha e Elena Soares e veiculada na plataforma Netflix entre 2018 e 2019. Ao explorarmos novela e série, pretendemos abarcar produtos de ficção seriada com características distintas, mas que têm em comum um papel social a ser desempenhado.

### **Desinformação: um breve resgate de suas origens e significados**

Os ataques de Procópio a Justiniano (século VI), a tentativa de manipulação da eleição papal, que ficou conhecida como “pasquinadas” (1522) e a distorção feita pela campanha de Eurico Gaspar Dutra à fala do brigadeiro Eduardo Gomes a respeito do desprezo que tinha a votos de apoiadores de Getúlio Vargas (1945) têm em comum o falseamento deliberado de fatos e/ou declarações feitas por alguém como estratégia política para derrotar o adversário (CHAVES; MELO, 2019; XAVIER, 2021). O uso do que ficou conhecido como *fake news* não é algo específico de nossos tempos: pesquisadores que têm se voltado para o fenômeno concordam que o problema atual é a rapidez e a agilidade de disseminação e a dificuldade de se mapear e/ou responder a elas, na medida em que podem ser fabricadas,

editadas, publicadas e compartilhadas por qualquer pessoa que tenha acesso à internet e um dispositivo móvel à mão. Assim, se boatos, fofocas, acusações falsas e compartilhamento de informações erradas, seja por ignorância, seja por má fé, existem desde a Antiguidade, nos últimos anos se intensificou o compartilhamento de desinformação em redes sociais da internet e em aplicativos de mensagens que utilizam criptografia de ponta a ponta.

Vale, aqui, estabelecer diferenças conceituais que servem como base nossas interpretações: (1) as notícias falsas, ou *fake news*, são aquelas informações que foram de alguma forma fabricadas, emulando conteúdo da mídia em sua forma, “mas não no processo organizacional ou intenção, pois carecem das normas e processos editoriais para garantir a precisão e credibilidade da informação” (LAZER; BAUM *et al*, 2018). São, portanto, distúrbios de informação, assim como também o são (2) a disseminação de informação incorreta, que se refere ao compartilhamento ou distribuição de informações falsas ou enganosas; e (3) a desinformação per se, que é a difusão proposital de informações falsas com o intuito de enganar ou ludibriar as pessoas (LAZER; BAUM *et al*, 2018).

Destaca-se igualmente a visão de Volkov (2019 [1986]). Segundo o pesquisador, o termo desinformação teria surgido nos dicionários soviéticos para se referir à propaganda ocidental contra o regime. A desinformação, afirma, é uma arma de guerra que se caracteriza por uma ação de intoxicação contínua. O autor usa como exemplo as emissoras rádios falsamente nazistas criadas pelo inglês Sefton Delmer na Segunda Grande Guerra (1939 - 1945).

Durante a Guerra Fria (1947 - 1991), a União Soviética desenvolveu, nesse sentido, estratégias de propaganda para convencer alvos específicos a atuarem segundo suas intenções. Essas técnicas teriam continuado a ser praticadas pela Rússia que, no final da primeira década dos anos 2000, passou a atuar também nos ambientes digitais. Em 2014, a Rand Corporation identificou uma técnica de propaganda usada no contexto



da anexação da Criméia, que chamou de jato de falsidades (*firehose of falsehood*). O método consiste em espalhar uma quantidade enorme de informações, que podem ser totalmente inventadas ou parcialmente falsas, por serem distorcidas ou descontextualizadas (CHAVES, 2021).

Em 2016, campanhas pelo Brexit - a saída do Reino Unido da União Europeia - e para a eleição de Donald Trump ao governo dos Estados Unidos, usaram essa mesma tática, enviando propaganda direcionada para usuários da rede social da internet Facebook, com base em perfis psicométricos obtidos e armazenados pela Cambridge Analytica (CHAVES, 2018). Ao mesmo tempo em que sua campanha desenvolvia essa ação de *microtargeting*, direcionando mensagens específicas para grupos muito segmentados de pessoas, Trump desacreditava os veículos informativos, dizendo que a imprensa publicava *fake news*. No Brasil de 2018, o aplicativo WhatsApp, de troca de mensagens instantâneas, foi a ferramenta utilizada para disseminar desinformação que beneficiaria o então candidato Jair Bolsonaro (CHAVES, 2021).

Nesse contexto, a desinformação se tornou o centro do debate político. Não por acaso, as palavras pós-verdade, *fake news* e desinformação foram consideradas as palavras do ano em 2016, 2017 e 2021 pelos dicionários Oxford, Collins e Dictionary.com, respectivamente. Evidentemente, a questão despertou o interesse de pesquisadores de comunicação e de ciências da informação. Uma busca no Google Acadêmico, realizada em junho de 2022, mostrou 55.800 resultados para “desinformação” e 751.000 resultados para “*fake news*”.

No levantamento feito para este texto verificou-se que, tanto nos estudos de jornalismo quanto nos de biblioteconomia, tem sido muito usada a conceituação de desinformação desenvolvida por Claire Wardle e Hossein Derakhshan no relatório *Information Disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making* escrito para o Conselho da Europa em 2017. Na avaliação dos pesquisadores, vivemos um ambiente de desordem da informação, no qual encontramos



incorreções, distorções, descontextualizações e histórias inventadas. Foram identificadas, então, três categorias de informação falsa: (1) a informação incorreta (*mis-information*), compartilhada sem intenção de dano; (2) a informação falsificada (*des-information*), compartilhada sabendo-se falsa com intenção de dano; (3) a má-informação (*mal-information*), uma informação genuína, que se move da esfera privada para a pública, compartilhada com intenção de causar dano.

Encontramos outras formas de traduzir os dois últimos termos para o português, como desinformação, má-informação ou malinformação. Optamos, contudo, por seguir a tradução feita por Mônica Chaves (2019, 2021), que usa o conceito desinformação para se referir à desordem da informação, já que “desinformation” e “misinformation” são igualmente traduzidos como “desinformação” pelo dicionário Cambridge.

### **Uma lacuna de pesquisa a ser preenchida?**

Em nossa pesquisa, não encontramos nenhum trabalho que articulasse o conceito de desinformação com produções de telenovelas, séries e seriados. No entanto, nos últimos anos, nas discussões do Grupo de Pesquisa em Ficção Televisiva Seriada, no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM, tem-se pensado o potencial pedagógico da ficção seriada, o que fez surgir o questionamento sobre o dano causado por informações incorretas. Para pensar a desinformação no contexto da ficção seriada audiovisual, precisamos, primeiro, estabelecer que ela pode ser informativa, mesmo sendo ficção.

Dentre os trabalhos que defendem o potencial educativo ou informativo da ficção seriada que foram apresentados no GP, a fundamentação teórica mais comum foi a contribuição de Maria Immacolata Vassallo de Lopes: a estética naturalista da telenovela, que desde a década de 1990 é preponderante no horário nobre, realiza uma diluição de fronteiras de gênero, fazendo com que a telenovela, por vezes, pareça mais real do que o telejornal exibido minutos antes (2009).

A diluição de fronteiras promove o rompimento do que Umberto Eco chama de suspensão da descrença (ROSA DA SILVA, 2011), permitindo com que a telenovela se torne um recurso comunicativo (LOPES, 2009), no qual podem ser desenvolvidas ações para promoção da cidadania e consciência social. Assim, a telenovela pode, por exemplo, esclarecer didaticamente o que constitui o crime de injúria racial (FERREIRA, 2017), como foi feito em *I love Paraisópolis* (2015), ou apresentar uma visão menos estigmatizada dos transtornos mentais (MAOSKI, 2017), como ocorreu em *Caminho das Índias* (2019).

Outros trabalhos expandem para a ficção seriada os efeitos dos veículos noticiosos sobre o público, observados, inicialmente, por McCombs e Shaw, em 19681. A teoria da agenda afirma que a principal influência da imprensa sobre a sociedade civil é estabelecer a pauta pública da conversação, porque o destaque e a repetição de determinados temas no noticiário indicariam sua relevância social (McCOMBS, 2009). Os veículos noticiosos também seriam responsáveis pelo efeito de enciclopédia, ou seja, as informações muito repetidas se tornam conhecimento para os leitores, ouvintes e espectadores de notícias.

Nos trabalhos apresentados, a ficção seriada audiovisual agenda a conversação pública porque: (1) torna-se assunto entre jovens que assistem às mesmas séries (BRIGLIA, 2020); (2) veículos noticiosos de conglomerados de mídia publicam reportagens sobre telenovelas e séries exibidas em emissoras do mesmo grupo (e assuntos nelas apresentados) como parte da estratégia comercial para atrair a audiência; (3) as pessoas buscam mais informações sobre personalidades representadas (ERNESTO; MENDES, 2011). Há também

1. Em pesquisa de recepção realizada junto a audiências, a professora Maria Immacolata Vassalo de Lopes também havia observado que temas apresentados em telenovelas pautam as conversações públicas. No entanto, os três trabalhos que versam sobre a articulação entre a ficção seriada e a teoria da agenda que estão nos Anais do GP de Ficção Televisiva Seriada não fazem referência a essa pesquisa. Os resultados da pesquisa são analisados no artigo *Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação*, publicado no número 26 da revista **Comunicação & Educação**, em janeiro de 2003.

trabalhos que afirmam o efeito de enciclopédia, pelo qual dados, nomes, lugares, explicações fornecidas na narrativa se tornam parte do conhecimento do espectador sobre a realidade social (ERNESTO & MENDES, 2011; MELO, 2018).

Embora não mencionem o efeito de enciclopédia, os trabalhos que questionam a legitimidade de se falsear situações ou se apresentar incorreções em nome de uma licença poética da criação partem da preocupação com o fato de aquela informação ser fixada como conhecimento sobre o assunto representado. Maoski (2017) pondera sobre os riscos sociais da estigmatização feita pelas novelas de Walcyr Carrasco, por exemplo, a respeito do uso psiquiátrico da eletroconvulsoterapia, popularmente conhecida como eletrochoque. Em cenas das novelas *Amor à vida* (2013) e *O outro lado do paraíso* (2017), o tratamento é realizado sem autorização e contra a vontade das pacientes, o que contraria o protocolo para este tipo procedimento.

Em trabalho cujo foco é a materialização dos atos de corrupção na inauguração das Lojas da Corrupção em aeroportos do Brasil – como parte da estratégia da Netflix para o lançamento da primeira temporada da série *O Mecanismo*, Moratelli (2018) apresentou a repercussão na imprensa a respeito da distorção dos fatos na narrativa ficcional sobre a Operação Lava-Jato. No artigo, o autor não centra sua argumentação no problema ético dessas decisões de roteiro, pois seu objeto de estudo é a campanha de lançamento. Contudo, na apresentação do trabalho no encontro do GP, realizado em 6 de setembro de 2018, na Univille (SC), o pesquisador argumentou que o principal problema desse tipo de distorção seria sentido a longo prazo, quando as referências noticiosas sobre o período da Lava-Jato não estariam mais em evidência. Como a série é baseada em fatos reais, ela criaria memórias sobre aquele período histórico.

É sempre escorregadio pensar a intencionalidade da autoria se o autor não expôs, claramente, seus objetivos na obra. No entanto, podemos inferir as intenções do roteiro pela construção textual, pelo contexto da obra e pelas respostas

que, eventualmente, os roteiristas tenham dado às críticas feitas por pessoas que se sentiram afetadas (como foi o caso da nota pública da Sociedade Brasileira de Psiquiatria). Desse modo, podemos, sim, usar a categorização feita por Wardle e Derakhshan para pensar esses dois exemplos discutidos, em 2018, no GP.

Nas novelas de Walcyr Carrasco, tratava-se de informação incorreta, pois a falta de acurácia da representação da eletroconvulsoterapia não dizia respeito a uma agenda política. Ali, o imperativo melodramático submeteu a veracidade à verossimilhança. Trata-se de um espelhamento das explicações sobre injúria racial na novela *I love Paraisópolis*. Se no primeiro caso foi a desinformação que ajudou a construir a vilania, no segundo a informação didática teve a mesma função na trama.

Por sua vez, como argumentaremos adiante, as modificações das circunstâncias históricas feitas por José Padilha e Elena Soares no roteiro de *O Mecanismo* respondem a uma agenda política. Assim, podemos afirmar um paradoxo: a ficção televisiva seriada apresentou informação falsificada ou, como se diz popularmente, transmitiu *fake news*. O resultado poderia ter sido a estigmatização dos ex-presidentes Dilma e Lula e do Partido dos Trabalhadores (PT). Trata-se do inverso da busca pela desestigmatização à neurodiversidade realizada pela narrativa de *Caminho das Índias* (2019), novela de Glória Perez.

Nesse ambiente de desordem da informação que vivemos, é urgente discutir as implicações éticas da incidência da desinformação na ficção seriada televisiva de estética naturalista. E, talvez, pensar se seria legítimo aplicar o conceito na análise de ficção fantástica.

Em uma realidade social midiaticizada, de convergência digital, de diluição de fronteiras de gêneros narrativos e de distribuição global de obras audiovisuais, não nos parece suficiente argumentar que a obra é ficcional como forma de eximir o/a roteirista de responsabilidade sobre eventual desinformação. Afinal, conforme descrito por Meimaridis

e Quinan à ficção não se busca apenas verossimilhança, há situações em que ela é percebida pelo paradigma da veracidade:

Durante sua visita a Myanmar, a então secretária de Estado do governo estadunidense Hillary Clinton se espantou com o relato do presidente da Câmara dos Comuns sobre os parlamentares do país estarem consumindo episódios de *The West Wing* (NBC, 1999-2006) como uma forma de “aprender a ser um congresso democrático” (tradução nossa). Este uso peculiar de um drama ficcional político causou estranhamento, principalmente por causa da dicotomia que separa a ficção da informação e, de maneira mais geral, da realidade. Tradicionalmente, a ficção tem sido enquadrada como muito distante do mundo real e, portanto, não suficientemente capaz de influenciá-la. Porém, a linha que separa a ficção da realidade é mais permeável do que se pensou inicialmente (MEIMARIDIS; QUINAN, 2021, p. 106).

No estudo de caso que veremos no próximo item, motivos diferentes levam Amor de Mãe (2019 e 2021) a também contribuir com o contexto de desordem de informação por trazer informações incorretas.

### **O caso de Amor de Mãe**

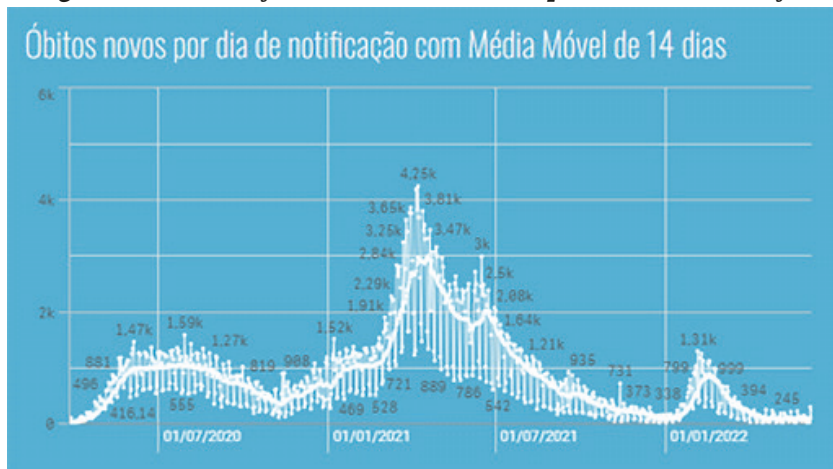
Em nossa análise destacamos o caso da telenovela Amor de Mãe (Globo, 2019-2020 e 2021) por disseminar algumas informações incorretas e, para elucidar o contexto em que nos baseamos, é preciso dizer que a telenovela foi, de maneira inédita para este tipo de produção, exibida em duas “temporadas” chamadas de “fases” pela emissora, devido à pandemia de Covid-19 e às regras de distanciamento social impostas em todo o planeta<sup>2</sup>. A presença da pandemia

2. Amor de Mãe estreou em 25 de novembro de 2019. Foi interrompida e saiu do ar após o capítulo número 102, em 21 março de 2020. Em seu lugar, foram ao ar reedições com compressão de capítulos de Fina Estampa (2011-2012) e A Força do Querer (2017). Os capítulos inéditos de Amor de Mãe voltaram a ser exibidos apenas um ano após sua interrupção, de 15 de março a 9 de abril de 2021, com 23 capítulos inéditos. A seguir, foi ao ar novamente uma reprise, Império (2014-2015). Para mais informações, ver: LEMOS; ROCHA, 2022.

na segunda fase englobou duas dimensões “como tema transversal, que perpassou todos os núcleos da trama, e como uma personagem, uma vez que a própria pandemia teve seu arco narrativo, com começo, meio e fim” (JOHN, SILVA *et al*, 2021, p. 82). Como tema transversal, esteve presente em todos os núcleos da trama e, como personagem, “criou conflitos, [e] produziu conjunturas dramáticas específicas no relato ficcional” (JOHN; SILVA *et al*, 2021, p. 94).

Porém, essa presença como tema e como personagem ensejou episódios de disseminação de informação incorreta, que John, Silva *et al* (2021) elegantemente chamam de destempos – o que nos traz Martin-Barbero à memória. Sim, a segunda fase da telenovela começou a ser gravada em 10 de agosto de 2020, quando a pandemia ainda não havia atingido seu auge no Brasil, apesar de, então, parecer que estava cedendo; e foi ao ar apenas em março-abril de 2021, período mais letal da doença no Brasil (Figura 1).

**Figura 1 – Notificação de óbitos no Brasil, por dia de notificação**



**Fonte:** Covid-19 no Brasil. Dados do Sistema Único de Saúde – SUS .

Justamente neste período mais problemático, a telenovela esvaziava da realidade algumas questões que

precisavam de orientação e que foram, pelo contrário, alimentadas com informação incorreta. Seguem abaixo alguns exemplos presentes na telenovela:

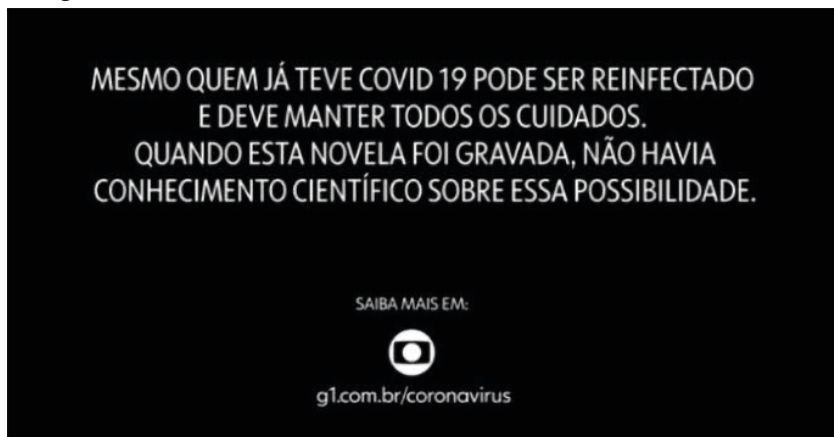
1. Os personagens Lídia (Malu Galli) e Magno (Juliano Cazarré) conversam dizendo que quem foi infectado pelo vírus poderia ficar despreocupado, pois não há reinfeção pelo coronavírus;
2. Uso de máscara não recomendada pela Anvisa, a KN95, pela personagem da enfermeira Betina (Isis Valverde);
3. Uso de proteção facial inadequada (máscara de plástico sem vedações) pelo personagem Álvaro (Irândhir Santos);
4. Os personagens Érica (Nanda Costa) e Davi (Vladimir Brichta) se beijam encostando os lábios cada um em um lado da superfície de uma placa de acrílico no caixa de um bar, que poderia conter bactérias e até mesmo o próprio coronavírus;
5. Érica e Davi também protagonizaram outra cena de disseminação de informação incorreta quando resolvem ficar juntos. Apesar de terem testes negativos para a Covid-19, ao se beijarem, encostam o tecido de proteção das máscaras em lugares possivelmente contaminados e sem nenhum cuidado de manuseio;
6. Ao chorar, a enfermeira Betina leva as mãos ao rosto, e suas unhas são longas e esmaltadas. Segundo protocolos de higiene médica, na área da saúde o uso de unhas longas, postiças, esmaltes e até anéis, são proibidos;
7. Por fim, a telenovela termina com o fim da pandemia e o retorno à normalidade, coisa impraticável de se conceber naquele abril trágico que vivenciávamos no Brasil.

Em alguns destes exemplos, emissora ou a própria autora da novela se manifestaram a fim de corrigir ou amenizar



o processo de desinformação. Este foi o caso da cena sobre reinfecção pelo coronavírus. Após críticas, a Globo informou em nota: “Quando a novela foi gravada, não havia conhecimento sobre a reinfecção de Covid-19. Hoje, sabemos que ela acontece e, como a novela já foi toda gravada, vamos exibir, ao final do capítulo, uma cartela que esclarece a situação e incentiva que a população mantenha todos os cuidados” e, em seguida, passou a exibir um aviso (Figura 2). Além disso, “Manuela Dias, escritora da trama, comentou no Twitter que na época que redigiu o episódio ainda não haviam casos de pessoas que se contaminaram com o Corona Vírus duas vezes”<sup>3</sup>.

**Figura 2 – Aviso da Rede Globo sobre a transmissão da Covid-19**



**Fonte:** print da tela (G1)

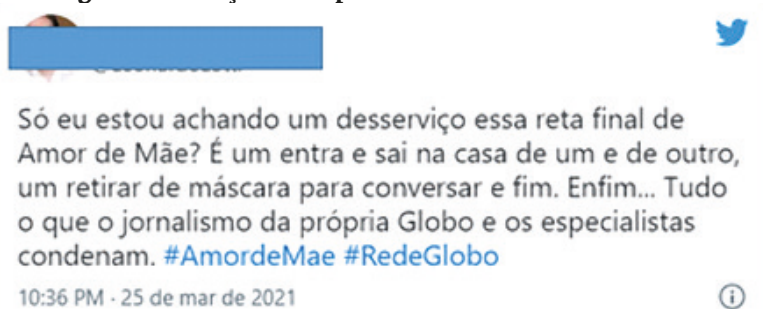
A atualidade do diálogo que a telenovela promove com a sociedade no Brasil tornou-se, principalmente em tempos online, instantânea. Ou seja, o fato ocorre e é comentado, debatido pela ficção televisiva. Mas a pandemia trouxe a essa característica uma impossibilidade, pois não é e não era, então, quando se gravou a segunda fase de Amor de Mãe, fato consumado. Era e é, então e agora, um quadro em processo – sendo que ainda vivenciamos seu espectro neste terceiro ano

3. Disponível em: <https://www.ofuxico.com.br/noticias/amor-de-mae-comete-erros-ao-retratar-a-pandemia-de-covid-19/> Acesso em: 2 jun. de 2022.

de interrogações e mudanças de conjuntura. Em seu diálogo e interação com a realidade, a telenovela em geral perpassa questões prementes na sociedade, estimulando debates, polêmicas e trazendo informações. Porém, uma realidade tão avassaladora e duradoura quanto a pandemia de Covid-19, em meados de 2020 ainda não havia revelado inteiramente sua face destrutiva e violenta. O que certamente ocasionou a disseminação dessas informações incorretas.

Apesar da ficção televisiva não ter, propriamente, nenhuma obrigação educativa, em nosso país temas relevantes, informações e debates sobre questões latentes na sociedade atravessam a telenovela ensejando diálogos – e polêmicas – com a audiência (BACCEGA, 2022). Em um caso de emergência de saúde pública, como a pandemia de Covid-19, e levando-se em consideração a necessidade de desenvolvimento rápido de uma *health literacy*, os telejornais e demais programas de TV tinham a seu favor o ao-vivo, a presentificação, para instruir a população. Uma telenovela levada ao ar após sete meses de sua gravação, em uma situação atípica como aquela, sabia menos de alguns fatos do que grande parcela da audiência, que reclamou nas redes sociais (Figura 3).

**Figura 3 – Reação de espectador sobre uso de máscara**



**Fonte:** Print da tela (Twitter)

Esta análise não tem como meta a realização de um estudo de recepção em que o impacto causado pela desinformação veiculada em Amor de Mãe seja quantificado.

A pesquisa exploratória realizada no Twitter permitiu-nos somente inferir que a audiência estava atenta e questionou o conteúdo e a forma como a pandemia foi apresentada na novela.

### **O caso de O Mecanismo**

Antes de nos aprofundarmos na apresentação das informações e inconsistências da série, cabe retomar a proposta de Martín-Barbero (2004), que fala em dois modelos narrativos a partir dos quais se pode pensar a novela: o tradicional e o moderno. O modelo tradicional refere-se a histórias com inclinação trágica, os sentimentos e paixões são primordiais, essenciais, o jogo de impulsos domina. São excluídas da narrativa ambiguidades ou complexidade histórica. O modelo moderno é elaborado no Brasil, no qual as marcas do melodrama persistem, mas incorporam um realismo que permite à narrativa ser “cotidianizada” e libera o gênero para ser absorvido e hibridizado pelas matrizes culturais do Brasil. Além dos modelos, podem ser identificadas duas dimensões, ou dois níveis constitutivos, considerando que não há um estilo ou gênero puros. Motter (2003) nos fala do nível melodramático e do realista. O melodramático seria aquele carregado de romantismo e sentimentalismo, oscilando entre a seriedade e a comicidade. Já o nível realista é estruturado em cima do cotidiano, onde a realidade aparece como representação deste cotidiano vivido e busca potencializar ao máximo a verossimilhança, no qual a realidade construída na narrativa busca apagar a ideia de representação.

A ficção televisiva seriada brasileira ao equilibrar as duas dimensões permite a construção de uma trama ficcional que dialoga com o real, hibridiza-se com ele, e permite elevar-se à condição de agenda de pautas para a mídia e mesmo agenda de debate público, ampliando a repercussão das temáticas mostradas e trabalhadas, passando para agentes sociais especializados e para o público a continuidade do debate iniciado ou apresentado. Na verdade, a sua capacidade

de funcionar como agenda de discussão só se torna possível devido à ênfase na relação do documental com o ficcional, que pode transformar o espaço da ficcionalidade num fórum de debates sobre os problemas da realidade brasileira (BACCEGA, 2022).

É perfeitamente compreensível, portanto, que a série *O Mecanismo* (Netflix, 2018-2019, 2 temporadas)<sup>4</sup> tenha sido pauta de um debate anterior e posterior à própria narrativa e que está no centro de um processo de instabilidade política e jurídica em curso no Brasil desde o impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff, que deixou o cargo em 31 de agosto de 2016<sup>5</sup>. A primeira temporada da série foi ao ar em março de 2018, ano das eleições presidenciais que levaram Jair Bolsonaro ao cargo de presidente da república, em uma disputa eleitoral duramente marcada pela polarização política e pela prisão, realizada no âmbito da Operação Lava Jato, do ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva, à época, pré-candidato ao cargo presidencial. A prisão, depois considerada ilegal, restringiu a liberdade do ex-presidente entre 07 de abril de 2018 e 08 de novembro de 2019. Ao ser preso, Lula liderava o primeiro lugar das pesquisas em todos os cenários para as intenções de voto<sup>6</sup>. Posteriormente, ainda em 2018, Sérgio Moro, ex-juiz que encabeçou as decisões da Lava Jato, aceitou ser Ministro da

4. A série *O Mecanismo*, distribuída pela Netflix, é criação de José Padilha e Elena Soares. Tem duas temporadas, a primeira lançada em 23 de março de 2018 (oito episódios, média de 42 minutos cada) e a segunda lançada em 28 de maio de 2019 (oito episódios, média de 47 minutos cada). A série, com classificação etária de 16 anos, é “inspirada em fatos reais”, de acordo com a descrição da narrativa na plataforma de streaming, e conta a história da Operação Lava Jato, conjunto de investigações de força-tarefa anticorrupção que convulsionou a política brasileira. A operação, profundamente controversa, foi alvo de reportagens investigativas do site *The Intercept* que acabaram por mudar os rumos da política e do judiciário brasileiro. Disponível em: <[theintercept.com/series/mensagens-lava-jato](http://theintercept.com/series/mensagens-lava-jato)>. Acesso em: 12 abr. 2022.

5. Não é nosso objetivo traçar todas as diversas fases e momentos da complicada história política, policial, jurídica e midiática envolvendo a Operação Lava Jato. Alguns dados, entretanto, disponibilizamos aqui para ajudar a compreensão do contexto no qual foram disponibilizadas as duas temporadas de *O Mecanismo* e a mudança do posicionamento público de seu principal criador, José Padilha.

6. Disponível em: <[brasil.elpais.com/brasil/2018/04/04/politica/1522878768\\_532763.html](http://brasil.elpais.com/brasil/2018/04/04/politica/1522878768_532763.html)>. Acesso em: 28 abr. 2022.

Justiça do governo Bolsonaro, cargo que posteriormente deixou em 2020, em meio a acusações feitas por Moro de tentativas do presidente em interferir na Polícia Federal<sup>7</sup>.

À época do lançamento da primeira temporada a Netflix fez uma generosa campanha publicitária cuja ação mais lembrada e, certamente, marcante – não necessariamente por motivos enobrecedores – foi a montagem de duas lojas fictícias nos aeroportos Juscelino Kubitschek (Brasília) e Congonhas (São Paulo), as Lojas da Corrupção, mencionadas anteriormente. Nos locais, os produtos não eram vendidos, mas expostos como publicidade, de modo quase insidioso. Alguns dos produtos expostos eram tornozeleiras eletrônicas estilizadas com estampas da moda, com as quais o imperativo publicitário é “Entre no esquema, mas não saia da moda”; e “cuecas doleiras”, com bolsos laterais nos quais é possível guardar dinheiro em espécie, “Praticidade e segurança para transportar propina”<sup>8</sup>. “Resume-se toda a gama de complexidade da corrupção política brasileira em alguns poucos objetos. Os significados desses objetos, e o deslocamento de seu sentido, é redirecionado para uma mensagem ou uma perspectiva de olhar” (MORATELLI, 2018, p. 10).

E essas mensagens e perspectivas de olhar colocaram mais combustível em um tema sensível, complexo e tensionado, carregado de *fake news*, disseminações de informações incorretas e desinformação, em um país que estava em convulsão em 2018 e assistia incrédulo ou extasiado à prisão do ex-presidente Lula, fato que aconteceria apenas duas semanas depois da estreia da primeira temporada de *O Mecanismo*. Imediatamente, as acusações contra a série de disseminar “mentiras”, “*fake news*”, apareceram, inclusive em uma nota pública da ex-presidenta Dilma<sup>9</sup>, na qual afirmava: “O cineasta não usa a liberdade

7. Disponível em: <[g1.globo.com/politica/noticia/2020/04/24/moro-anuncia-demissao-do-ministerio-da-justica-e-deixa-o-governo-bolsonaro.ghtml](http://g1.globo.com/politica/noticia/2020/04/24/moro-anuncia-demissao-do-ministerio-da-justica-e-deixa-o-governo-bolsonaro.ghtml)>. Acesso em: 02 jun. 2022.

8. Disponível em: <[youtube.com/watch?v=uIirM2qBN94](https://www.youtube.com/watch?v=uIirM2qBN94)>. Acesso em: 12 jun. 2022.

9. Disponível em: <[dilma.com.br/o-mecanismo-de-jose-padilha-para-assassinar-reputacoes](http://dilma.com.br/o-mecanismo-de-jose-padilha-para-assassinar-reputacoes)>. Acesso em: 12 abr. 2022.

artística para recriar um episódio da história nacional. Ele mente, distorce e falseia. Isso é mais do que desonestidade intelectual. É próprio de um pusilânime a serviço de uma versão que teme a verdade”. Padilha, figura polêmica e que, não raro, recorre à uma simplificação e maniqueísmo adolescentes nas narrativas que assina, respondeu que a ex-presidenta “não sabia ler”, referindo-se à advertência de que sua obra era “inspirada em fatos reais”, mas uma peça de ficção e que, obviamente, dela não pode ser exigida correção factual ou obrigação educativa.

Exibindo na boca de um personagem (Higino), que encarna o ex-presidente Lula, uma frase que, na verdade, foi dita pelo ex-senador Romero Jucá em uma conversa gravada e posteriormente divulgada na imprensa – a memorável arrogância na qual considerava ser capaz de “estancar a sangria” causada pela Lava Jato –, entre outras distorções, deram munição para a batalha travada contra a série. A Netflix também usou fatos noticiosos à época, como na ocasião de novo pedido de abertura de impeachment contra o ex-presidente Michel Temer, em abril de 2018, para promover a série (MORATELLI, 2018, p. 7). Ainda que buscasse essa hibridização de realidade e ficção na promoção da narrativa, seus diretores garantiam em entrevistas que os personagens não seriam reconhecíveis e que a história seria “equilibrada”<sup>10</sup>. Críticas especializadas apontavam que a série “abusa(va) da ficção”<sup>11</sup> e falhava tanto ao representar fatos históricos atuais e fartamente documentados na imprensa nacional, quanto ao não conseguir o “equilíbrio” anunciado. “Padilha parecer ser um criador de ideias turvas e que são analisadas como inconcebíveis e errôneas se não seguirem sua passionalidade e contestação singular”, assegurou o crítico Adolfo Molina<sup>12</sup>. Por sua vez, José Padilha menosprezou e infantilizou as críticas, ao

10. Disponível em: <brasil.elpais.com/brasil/2018/02/24/cultura/1519495249\_298876.html>. Acesso em: 13 abr. 2022.

11. Disponível em: <brasil.elpais.com/brasil/2018/03/26/cultura/1522065374\_243701.html>. Acesso em: 12 abr. 2022.

12. Disponível em: <observatoriodocinema.uol.com.br/artigos/2018/03/critica-o-mecanismo-1a-temporada>. Acesso em: 13 abr. 2022.

dizer que era um “debate boboca” a questão em torno da frase “estancar a sangria” e que para quem “sabe ler” não haveria nenhum “ruído de informação” entre ficção e realidade<sup>13</sup>.

No entanto, os eventos depois de 2018 serviriam para esfacelar ainda mais qualquer credibilidade que O Mecanismo poderia ter. Depois das reportagens investigativas realizadas pelo The Intercept, que provavam uma relação controversa e legalmente duvidosa entre acusadores e magistrados da Lava Jato, e da divulgação da segunda temporada da série, José Padilha assumiu que errou ao julgar o ex-juiz Moro e que o retrataria diferente na série, o que é feito em termos heroicos em ambas as temporadas. Mas, em uma ginástica mental cansativa afirmou que considerava o ex-presidente Lula um “picareta”, além de afirmar que via o Supremo Tribunal Federal “com grande suspeição” e que não tinha uma “posição ideológica a defender”, que fazer isto era “irracional”<sup>14</sup>. O público não perdoou. E as críticas, a José Padilha e à Netflix, voltaram (Figura 4).

#### Figura 4 - Usuários do Twitter criticam O Mecanismo



Fonte: *print screen* feito pelas autoras

Assim como não se pode reduzir os acontecimentos do âmbito da Lava Jato a uma separação clara entre heróis

13. Disponível em: <observatoriodocinema.uol.com.br/artigos/2018/03/exclusivo-jose-padilha-diz-que-discussao-sobre-fala-de-juca-na-boca-de-lula-e-boboca>. Acesso em: 18 abr. 2022.

14. Disponível em: <bbc.com/portuguese/brasil-48587843>. Acesso em: 03 jun. 2022.



e vilões, tampouco pode ser simplificado o lugar da hibridação entre real e ficcional na “narrativa da nação”, cuja literatura especializada não cansa de documentar exemplos. Certamente, não pode ser exigida de uma obra de ficção compromissos rigorosos com elementos factuais, mas o posicionamento simbólico da narrativa ficcional seriada brasileira, o tema de O Mecanismo e o momento histórico no qual foi divulgada a série, são evidências suficientes que infantil não foi o “debate boboca”, mas a quase ingenuidade do seu principal realizador ao acreditar que um card escrito “inspirado em fatos reais” em uma tela preta antes do início de cada episódio garantiria à série algum respeito honesto ou a protegeria das arremetidas que vieram de vários lados.

A ficção televisiva seriada é um espaço privilegiado de trânsito do simbólico, do exercício das relações entre o hegemônico e o subalterno, das relações cotidianas que se estabelecem na dinâmica de negociação do sentido, dos modos de ler, a partir de determinado lugar sociocultural. É o lugar da hibridez, no qual o cotidiano vivido se mistura com o ficcional e sentidos e ideias são compartilhados. O poder das narrativas parece residir justamente nesse movimento de traduzir quem vê pelas suas relações afetivas e misturar o visto e o vivido – uma dimensão que, certamente, escapou aos realizadores de O Mecanismo.

### **Alguns pensamentos finais**

Em meio ao cenário complexo e de caos informacional que vivenciamos hoje, compreender que a ficção seriada pode definir pautas para a sociedade, criando desejos a partir da sensibilidade despertada, estimula mudanças e ações concretas como o combate à desinformação. A finalidade da televisão continua sendo entretenimento e informação, todavia, passamos também a lhe cobrar um propósito educativo, sobretudo em novelas, já que estas “são o agente central do debate sobre a cultura brasileira e a identidade do país” (LOPES, 2014, p. 2).

Em Amor de Mãe, Manuela Dias e sua equipe enfrentaram uma situação, até então, inimaginável: interromper gravações, redirecionar focos narrativos e desafios no estúdio como, por exemplo, a realização de testes para identificação do vírus e o isolamento de atores e atrizes. Ainda assim, não se justificam as falhas já enumeradas neste texto, especialmente, por ter sido a primeira telenovela brasileira a incorporar a pandemia como indicador espaço-temporal da narrativa. Como mencionado anteriormente, a novela deixou o realismo de lado e deu um fim à pandemia de Covid-19 em seu último capítulo, gerando ainda mais críticas e reforçando em nosso imaginário coletivo uma situação inexistente naquele momento.

Em O Mecanismo, procuramos evidenciar que criar uma série sobre um caso judicial é um desafio, uma vez que qualquer pessoa familiarizada com o tema reconhece rapidamente os protagonistas reais nos personagens da série e, com isso, exames minuciosos de cada detalhe da narrativa são feitos pela audiência. A primeira temporada foi amplamente criticada pelos adeptos do Partido dos Trabalhadores, que apontaram O Mecanismo como uma parte da caça às bruxas contra Lula. Em tempos de desinformação, é importante para aqueles que estão envolvidos na roteirização e na produção que fique evidente o que é real e o que é ficção.

Portanto, defendemos aqui que compreender os produtos de ficção seriada é relevante, bem como discutirmos a questão do quanto de realidade cabe na ficção televisiva sem que isso cause transtornos de comunicação, principalmente relativos a temas que envolvem risco, como os que enfocamos aqui: “Nos hiatos de versões aceitáveis e em meio a indeterminações, os indivíduos tornam-se experts de si mesmos, consumindo desinformação, *fake news* e reproduzindo narrativas de risco falaciosas com consequências desastrosas” (VASCONCELLOS-SILVA; CASTIEL, 2020, p. 1). Mesmo sem intenção, a disseminação de informação incorreta pode ter efeitos trágicos.

## Referências

ADONI, Hanna; MANE, Sherrill. Media and the social construction of reality: toward an integration of theory and research. **Communication Research**, v. 11, n. 3, p. 323-340, jul. 1984.

ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas**: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

BACCEGA, Maria Aparecida. Reflexões sobre telenovela: o âmbito do ficcional como desenho do cenário das práticas de consumo. In: LEMOS, Ligia Prezia, ROCHA, Larissa Leda F. (Orgs.). **Ficção seriada**: Estudos e pesquisas – Volume 5. Alumínio, SP: Editora Jogo de Palavras, 2022. No prelo.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **The social construction of reality**: A treatise in the sociology of knowledge. Harmondsworth: Penguin UK, 1991 [1966].

BRIGLIA, Tcharly Magalhães. Jovens de Ensino Médio e o consumo de narrativas seriadas televisivas: um estudo a partir da teoria do agendamento. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 43., modalidade virtual, 2020. **Anais [...]**, Intercom, 2020.

CHAVES, Mônica. **A pauta da desinformação**: As ideias por trás das “fake news” nas eleições de 2018. Belo Horizonte: PPGCOM/UFMG, 2021.

CHAVES, Mônica. Em frente, rumo ao passado: intolerância e nostalgia como efeitos do ambiente digital da internet. **Entremeios** - Revista discente da pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio, v. 1, n. 14, jan./jun. 2018.

CHAVES, Mônica; MELO, Luísa. Educação midiática para notícias: histórico e mapeamento de iniciativas para combater a desinformação por meio da educação. **Mídia e cotidiano**, v. 13, n. 3, p. 62-82, dez. 2019.

DANIEL III, J. Furman; MUSGRAVE, Paul. Synthetic experiences:

How popular culture matters for images of international relations. **International Studies Quarterly**, v. 61, n. 3, p. 503-516, 2017.

ERNESTO, Ana Karoliny Martins; MENDES, M. L. G. da C. Consumo agendado: uma análise de Maysa quando fala o coração. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., Recife, 2011. **Anais** [...], INTERCOM, 2011.

FERREIRA, Camila Santos. Lei, telenovela e seus processos comunicacionais no caso de injúria racial de I Love Paraisópolis. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., Curitiba, 2017. **Anais** [...], INTERCOM, 2017.

JOHN, Valquíria Michela *et al.* Emergências preliminares e inovação substancial: atravessamentos pandêmicos e melodramáticos na narrativa de Amor de Mãe. In: LOPES, Maria Immacolata V. de; SILVA, Lourdes Ana Pereira (orgs). **Criação e inovação na ficção televisiva brasileira em tempos de pandemia de Covid-19**. Alumínio, SP: CLEA Editorial, 2021.

LAZER, David M. J. et al. The science of fake news: Addressing fake news requires a multidisciplinary effort. **Science**, v. 359, n. 6380, 2018.

LEMOS, Ligia Prezia; ROCHA, Larissa Leda F. Ficção televisiva brasileira e covid-19: reconfigurações e estratégias de programação. **Lumina**, v. 16, n. 1, p. 45-60, jan./abr. 2022.

LOPES, Maria Immacolata V. de; BORELLI, Silvia Helena S.; RESENDE, Vera R. **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.

LOPES, Maria Immacolata V. de. Telenovela como recurso comunicativo. **Matrizes**, São Paulo, ano 3, n. 1, p. 21-47, ago./dez. 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Viagens da telenovela: dos muitos modos de viajar em, por, desde e com a telenovela. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de Lopes (Org.). **Telenovela**: internacionalização e interculturalidade. São Paulo: Loyola, 2004.

McCOMBS, Maxwell. **A teoria da agenda**: a mídia e a opinião pública. Petrópolis: Vozes, 2009.

McQUAIL, Denis. **Mass Communication Theory**. London: Sage, 1983.

MAOSKI, Ana Carolina. O uso da eletroconvulsoterapia nas narrativas de Walcyr Carrasco: um estudo de Amor à Vida (2013) e O Outro Lado do Paraíso (2017). CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41., Joinville, 2018. **Anais [...]**, INTERCOM, 2018.

MAOSKI, Ana Carolina; FERNANDES, José Carlos. A representação da esquizofrenia em Caminho das Índias (2009): Influências e desdobramentos da luta antimanicomial no Brasil. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., Curitiba, 2017. **Anais [...]**, INTERCOM, 2017.

MEIMARIDIS, Melina; QUINAN, Rodrigo. Da utopia democrática ao caos republicano: o lugar da ficção televisiva no reforço da (des)confiança nas instituições políticas estadunidenses. **Ação midiática**, Curitiba, n. 21, jan./jun. 2021.

MELO, Luisa. Mindhunter e efeito enciclopédia: um estudo da ficção seriada como campo de aprendizado significativo. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41., Joinville, 2018. **Anais [...]**, INTERCOM, 2018.

MORATELLI, Valmir. Uma discussão sobre a materialidade a partir da série “O Mecanismo”: corrupção política como objeto em narrativa ficcional. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41., Joinville, 2018. **Anais [...]**, INTERCOM, 2018.

MOTTER, Maria Lourdes. **Ficção e realidade**: a construção do cotidiano na telenovela. São Paulo: Alexa Cultural, 2003.

ROSA DA SILVA, Adaci A. O. Elementos para análise da representação da profissão de jornalista em Insensato Coração. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., Recife, 2011. **Anais [...]**, INTERCOM, 2011.

VASCONCELLOS-SILVA, Paulo R; CASTIEL, Luis David. COVID-19, fake news, and the sleep of communicative reason producing monsters: the narrative of risks and the risks of narratives. **Cad. Saúde Pública**, v. 36, n. 7, jul. 2020.

VOLKOV, Vladimir. La desinformación, arma de guerra. **Política** - Revista de ciência política, p. 101-106, 2019 [1986].

WILLIAMS, Raymond. **Raymond Willams on Television: Selected Writings**. London: Routledge, 1989.

XAVIER, Tylcéia Tyza. A desinformação como estratégia: uma abordagem sobre a historicidade e conceitos da fake news e fact-checking. **Temática**, ano 17, n. 10, p. 173-190, out. 2021.

# **CAPÍTULO 17**





# Mulheres cientistas na pesquisa em comunicação: protagonismo, obstáculos e inovação

Ana Paula Miranda  
Anézia Maria Lima Brito  
Paulo Vitor Giraldi Pires

A Cátedra em Comunicação e Informação INTERCOM José Marques de Melo realizou, de 19 de abril a 28 de julho, a 4ª Temporada de Lives (2022). O evento virtual apresentou 21 sessões, tendo como tema “Ciências da Comunicação contra a desinformação”. Ainda no contexto dos desafios impostos pela pandemia da Covid-19, torna-se oportuno e urgente o debate sobre a valorização do papel na mulher na Ciência. Em 2021, diante do número avassalador de mortes pela doença, a cientista Sarah Gilbert, 59 anos, mãe de trigêmeos, criou a primeira vacina contra a Covid-19 – AstraZeneca – o milagre da ciência. Nesta Live, organizada pelo Grupo de Pesquisa da INTERCOM ‘Pensamento Comunicacional e Cultural Latino-Americano’, e traz o tema ‘Mulheres cientistas na pesquisa em Comunicação na América Latina: protagonismo, obstáculos e inovação’. As convidadas são três mulheres: Profa. Dra. Maria Cristina Gobbi (FAAC-Unesp/Bauru), a doutoranda Juliana Salles (CELACC/USP), com a mediação da Profa. Ma. Ana Paula Miranda, doutoranda na PUC/RS e vice-coordenadora deste

GP. O texto a seguir é uma transcrição desta noite de reflexões sobre as mulheres na Ciência no contexto da América Latina.

**Ana Paula Miranda – Mediadora:** Eu gostaria de iniciar esse nosso encontro fazendo um desafio para quem nos acompanha. Se você estivesse passeando pelo shopping e fosse abordado por alguém para participar de uma brincadeira que premiaria você com um carro oKm se você respondesse de imediato o nome de três pesquisadoras mulheres cientistas mulheres e três cientistas homens, independentes da área do conhecimento, da nacionalidade. Você sairia do shopping de carro zero?

Porque quando falamos de ciência, de imediato, o nome de um cientista, a gente acaba lembrando bem fácil de Einstein, Isaac Newton, Freud, Darwin, Thomas Edison e tantos outros nomes. Mas, quando falamos de mulher na ciência, será que lembramos com facilidade? Porque se você está lembrando de vários nomes ou de pelo menos três mulheres cientistas, eu arrisco o palpite: ou você é da área da ciência, é pesquisador ou é um entusiasta, pois é comum e se você não tem duas categorias e ainda conseguiu responder, é alguém fora da curva.

A participação das mulheres na construção do pensamento científico, ela é tão antiga quanto a própria ciência, mas como as mulheres são esquecidas ao longo da história. Por que isso acontece? Como é que a mulher não é tão lembrada, participada, valorizada pela cientificamente, no caso da sociedade como um todo?

Dentre muitas explicações, eu arrisco o palpite: as próprias questões que envolvem a bíblia, a sobrevivência da mulher em sociedade, elas acabam nos conduzindo para esse campo da invisibilidade porque o papel de invisibilidade. O papel de cuidar, seja da casa, filhos ou mais velhos, ainda recai sobre a mulher mesmo que essas famílias tendo figuras masculinas.

De acordo com muitas pesquisas, as principais etapas da carreira científica no Brasil, as mulheres partem da maioria,

mas são uma minoria notável, que acaba não se destacando porque socialmente nos é imputada essa obrigação, por um olhar de cuidado, mesmo. Além disso, dentre outras circunstâncias, que vivenciamos, na gravidez, ou no pós-parto, acabamos pausando essa produção acadêmica porque tem que cuidar dos filhos. Esses são apenas alguns levantamentos que trago para esse início de reflexões.

Começando com a professora Maria Cristina Gobbi, eu pergunto como você conseguiu construir esse currículo extraordinário, já que não posso perder a oportunidade de dizer que você é uma enorme referência para nós estudantes da área da Comunicação.

Eu arrisco um palpite: muito provavelmente um estudante de graduação, da área da comunicação, não teve acesso, as suas obras mais de 60 obras, entre autorias e organizações. Nós estudamos você na academia, em qualquer nível, da graduação ao pós-doutorado. Você é livre-docente, é mãe, mulher, filha, esposa, avó de dois netos, professora. Como é que você alcançou esse patamar na academia, sendo referência para nós, com esse currículo extraordinário de quase 150 páginas de lattes? Como você chegou em um ponto tão alto, tendo que conviver com essa parte pessoal, não abandonando isso tudo? Como você é uma cientista das ciências aplicadas em tão alto nível? Como você superou e ainda supera esses desafios aumentando a presença feminina no universo científico?

**Maria Cristina Gobbi:** Eu diria sendo mulher: A mulher tem uma capacidade imensa de lidar com muitas coisas importantes ao mesmo tempo, e esse é muito especial. Esse é um privilégio que temos de verdade. Eu parto desse desafio, que nós temos essa capacidade imensa de abraçar muitas coisas e aprender a lidar com elas. Digo mais, é esse nosso jeito de não saber dizer não. Eu falo que esse também é um grande problema da mulher. O homem fala não com mais facilidade.

***“A mulher tem uma capacidade imensa de lidar com muitas coisas importantes ao mesmo tempo, e esse é muito especial. Esse é um privilégio que temos de verdade”.***

Somado a isso, eu diria que tive assim, muitas oportunidades. Pertencço a uma faixa da população bastante privilegiada, tive a oportunidade de estudar, sou uma mulher branca, que teve muitos privilégios. De alguma forma eu consegui aproveitar esses privilégios. Tive um super orientador (José Marques de Melo), frequentei em escolas interessantíssimas e tudo isso me oportunizou a fazer muitas coisas que gosto e ser feliz, que acredito ser mais importante. Você chegar ao fim e perceber que é feliz, tem uma gratidão imensa por tudo, por todas as pessoas que me ajudaram.

**Ana Paula Miranda:** Para você, professora Maria Cristina Gobbi: dentro das pesquisas, que é referência, em muitos pontos da Comunicação, há alguma situação que você possa trazer, associando o protagonismo das mulheres, a partir do universo teórico e empírico na Comunicação.

**Maria Cristina Gobbi:** Então, meu tema vai tratar da contribuição das mulheres para os estudos comunicacionais latino-americanos. São nossas cientistas, sim, porque a gente faz Ciência. As Ciências Sociais aplicadas têm um pouco de receio, ainda temos uma concepção de que o cientista está no laboratório. O cientista está na rua, nas universidades, nos movimentos da sociedade.

Eu divido minha fala em um panorama inicial e vou apresentar alguns dados para que possamos conjuntamente refletir sobre a presença e contribuição das mulheres nesse cenário. Quando a gente pensa nossa América Latina, falamos de uma cultura diversificada, uma geografia absolutamente variada, em extenso território, sendo composta por 20 países,

com histórias que ocorrem paralelas, que permanecem unidas por semelhanças. Mas também estão marcadas por diferenças, quer sejam essas diferenças políticas, sociais, culturais, principalmente. O surgimento dos espaços de reflexão e de pesquisa nesses cenários vem ao encontro desses processos de institucionalização que têm sido desenvolvidos em toda a região. Principalmente, com o surgimento de universidades, que propiciou mesmo o desenvolvimento da pesquisa na América Latina.

Corner (2019) expõe uma coisa muito interessante quando escreve que “o exame de como os programas de ensino e a atividade de pesquisa contribuíram para institucionalizar a área como uma identidade acadêmica discreta, embora muito debatida”, também vai reforçar esse argumento. Os estudos, de um modo geral, têm instigado a comunidade acadêmica para a continuidade dessas investigações.

Essa motivação vai romper essa persistência daquilo que chamamos de teoria negada, denunciada pelo professor Jesús Martin Barbero nos anos 80, mais especificamente em 1982. Dessa forma, os estudos que tratam sobre o campo da Comunicação no continente, principalmente nessa perspectiva mais histórica, têm o seu reconhecimento na própria região. Isso agora, em especial, a partir de 1960, quando houve a criação de diversas instituições de ensino, centros de pesquisas internacionais. O Ciespal no Equador - 1959, o Conselho Nacional para o Ensino e Pesquisa em Ciências da Comunicação (CONEIC), - 1976, no México, a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), criada em 1977, no Brasil, a Associação Latino-americana de Investigadores da Comunicação (Alaic) em 1978, reconstruído depois 1989, a Associação Mexicana de Investigadores da Comunicação (AMIC), - 1979, a Federação Latino-americana de Faculdades de Comunicação Social, na Colômbia, - 1981, a Associação Boliviana de Pesquisadores da Comunicação (ABOIC), de 1981.

Veja a quantidade enorme de institutos de pesquisa e

investigação que estimulam a pesquisa no nosso continente. Nesse mesmo período, começa o surgimento de publicações acadêmicas-científicas de vocação explicitamente latino-americana, porque até então, vivíamos com as teorias importadas

Ao falar sobre a institucionalização dos estudos na região e no crescimento exponencial dessa produção incluindo os contextos internacionais. Isso sempre me chamou muito atenção porque grande parte dos materiais a presença da mulher não está registrada. Se por um lado os estudos comunicativos da América Latina podem ser caracterizados pela ampliação desses espaços de formação que acabou favorecendo a presença da mulher na educação superior, especialmente a partir do século 19. A gente diz que o exercício profissional ainda ocorre em muitos casos em uma posição de menor prestígio mesmo se comparado com os colegas do sexo masculino.

***“Lilian Rosa que foi uma pioneira do novo jornalismo e do jornalismo literário. Ela reinventou os limites da reportagem nas páginas do The New York. Outra mulher pioneira Gertrude Robinson, do Canadá que não hesitou em proclamar como território monopolizado pelo gênero masculino”.***

Se essa institucionalização foi muito importante, por outro lado, não tem focalizado sua atenção na produção realizada pelas mulheres. Não precisamos fazer muito esforço, se visitarmos a literatura da área, de fato, parece uma condição de exclusão dos referenciais dos estudos realizados por mulheres, embora esforços importantes tenham sido realizados.

Apresento a vocês a pesquisadora Lilian Rosa que foi uma pioneira do novo jornalismo e do jornalismo literário. Ela reinventou os limites da reportagem nas páginas do The New

York. Outra mulher pioneira Gertrude Robinson, do Canadá que não hesitou em proclamar como território monopolizado pelo gênero masculino, argumentando que as contribuições femininas vinham sendo minimizadas, ignoradas e escamoteadas, em 1998.

Do mesmo modo, Aimee-Marie Dorsten que em 2012 vai contestar a dominação masculina e vai apresentar algumas contribuições muito interessantes, vai encontrar alguns estudos da comunicação de Laswell e Lazarsfeld, é um trabalho bastante interessante que ela faz. Eu diria que a mulher mais representativa dentro da área, das teorias, da área, da comunicação é a Elizabeth Noelle-Neumann, que vem com a teoria do Espiral do silêncio. Essa é a única teoria que tem assinatura feminina, de todas as teorias que a gente conhece e discute na área da comunicação.

Temos a Irena Tetelowska da Polônia que trabalha como concepções de gênero jornalístico, tem uma grande trajetória, sendo a primeira mulher a ter uma posição de realce nos quadros dirigentes da IAMCR que é uma associação internacional que congrega pesquisadores da comunicação, do mundo inteiro. A Anne-Marie Thibault -Laulan também tem um trabalho interessante da sociedade, das variáveis que compõem a produção de imagens. A Brenda Dervin foi presidente da Associação Internacional de Investigadores, tem vários livros de referência.

***“Eu diria que a mulher mais representativa dentro da área, das teorias, da área, da comunicação é a Elizabeth Noelle-Neumann, que vem com a teoria do Espiral do silêncio. Essa é a única teoria que tem assinatura feminina, de todas as teorias que a gente conhece e discute na área da comunicação”.***

No primeiro momento, poderíamos pensar que esses ocultamentos ocorrem em função da distância, do



perfil da nossa região, a problemática da língua, enfim, teriam várias justificativas, mas nós percebemos que não. Na região da América Latina, por exemplo, do mesmo modo, há trabalhos, historicamente, muito significativos e igualmente desaparecidos. Podem ser citadas algumas contribuições de Fátima Fernandes Christlieb que foi fundadora da Associação Mexicana de Investigadores da Comunicação (AMIC), e uma das suas publicações o livro *Os meios de comunicação massiva*, no México, editado em 1982.

Matilde Pérez Palacio, do Peru, exerceu a presidência da Federação Católica Latino-americana das escolas de jornalismo católico, em 1968, publicou diversas pesquisas relacionadas aos estilos de comunicação religiosa. A Marta Colomina, da Venezuela, estudou as funções das telenovelas na sociedade latino-americana em 1968 e os resultados estão no livro *O hóspede alienante*.

Temos Patrícia Anzola que desencadeou uma ofensiva muito interessante para resgatar a memória da pesquisa científica da comunicação, em um conjunto de países como Argentina, Brasil, Chile, Colômbia e Peru, também integrou a diretoria da Alaic. Nesse caminho, apresento a professora Margarida Kunsch tem se dedicado aos estudos de comunicação na América Latina, dirigiu a Alaic, produz conhecimento de forma latente. A professora Adísia Sá é uma preciosidade, sendo a primeira mulher a militar profissionalmente no jornalismo. Ela tomou a frente do movimento para criar o curso de jornalismo na Universidade Federal do Ceará (UFC)

Também cito a pesquisadora Lúcia Castellón, do Chile, que vai revitalizar os estudos em comunicação. Junta-se a ela Sílvia Álvarez de Porto Rico, Mabel Grillo, Maria Cristina Mata, da Argentina, Maria Teresa Queiroz, Rosana Mattel e outras. Com essas informações, podemos observar que não são nem a região de origem do estudo e a diferença da língua às justificativas para a supressão dos estudos das mulheres, uma vez que no cenário latino-americano o silenciamento também existe.

O meu maior desafio nessa análise e levantamento bibliográfico de mulheres pesquisadores, foi ampliar o quadro de referências das ciências da comunicação, projetando e mapeando esses estudos no cenário latino-americano. Dessa maneira, poder avançar na produção de conhecimento, reconhecendo e compreendendo a natureza do espaço comunicativo produtivo ocupado por essas mulheres e as suas contribuições.

Quando fazemos um exame dos principais livros e textos que estão disponíveis sobre esse pensamento em comunicação na América Latina, inclusive em nossas referências, é possível observar que tanto nas autorias ou no referencial bibliográfico há um ocultamento nos nomes de pesquisadoras. Isso nos leva a outras questões como o porquê da invisibilidade feminina na história do pensamento comunicacional latino-americano.

Dessa forma, fomos buscar essas produções silenciadas na historiografia. Lógico que essas produções coincidem mesmo com a história das mulheres, sendo um gênero esquecido durante um período longo da história, principalmente, da construção do pensamento latino-americano, construída ou deformada de acordo com as forças políticas envolvidas nesse cenário.

***“Na construção da crítica da realidade comunicativa, quem busca pela produção das mulheres, encontra ausências. A mulher não está presente na história contada pela sociedade”.***

Essa ausência se torna mais perceptível se considerada a apresentação de outros ambientes midiáticos como suportes da web, os movimentos sociais de um modo geral. A presença da mulher está ausente da academia como um todo. Esse ocultamento extrapola o espaço cognitivo.

Na construção da crítica da realidade comunicativa, quem busca pela produção das mulheres, encontra ausências. A mulher não está presente na história contada pela sociedade. De modo geral, precisamos pensar que a ênfase da presença da mulher nos espaços se faz importante e tem todo um movimento que vem sendo feito para que isso possa ocorrer. Nós temos que trazer o fato de que o lugar dessa mulher está diretamente ligado ao que ela faz, mas principalmente ao sentido que as atividades que ela realiza adquire nesse espaço de diálogo. Embora sejamos maioria na sala de aula, sendo maioria das professoras não somos maiorias enquanto referências.

**Ana Paula Miranda:** Gostaria de convidar a Juliana Salles para participar desse diálogo. Você tem uma experiência muito particular para contar porque você é uma menina, é jovem, já está doutoranda em uma universidade que é o desejo e o sonho de muitas colegas nossas do campo da comunicação. Você trabalha diretamente com comunidades que melhoram, aumentam o seu olhar enquanto pesquisadora. Gostaria de saber como que você chegou na universidade? Como você fez essa escolha? Como que foi essa sua trajetória?

**Juliana Salles:** Eu tenho 28 anos. Fui estudante de escola pública em grande parte da minha vida escolar. Para ingressar na faculdade, eu fui contemplada pelo PROUNI, com uma bolsa integral. Estudei na Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação (FAPCOM). Lá tive muitas e grandes oportunidades. Para mim, estudar jornalismo era um verdadeiro sonho desde os meus nove anos de idade. E, por mais que naquela época na infância, não tivesse essa noção do quanto o campo era abrangente. Eu gostava muito de escrever, gostava de ler, assistir aos telejornais. Toda aquela questão de uma decisão que acabou sendo tomada muito cedo, que depois foi amadurecida ao longo da adolescência.

***“Apesar de não ter sido na oportunidade de fazer Iniciação Científica (IC), porque eu também estagiava, tinha uma preocupação financeira com relação a minha família”.***

Dentro desse percurso da universidade, eu tive uma sorte de contar com excelentes professores, uma média que era bem alta e que acabava nos motivando bastante e o incentivo muito grande para a pesquisa. Apesar de não ter sido na oportunidade de fazer Iniciação Científica (IC), porque eu também estagiava, tinha uma preocupação financeira com relação a minha família. Mesmo assim, eu tive o suficiente, em termos de disciplina de preparação científica que me motivaram a querer pesquisar, a querer entender melhor a área, a sonhar com esse universo no qual hoje estou vivenciando enquanto doutoranda.

Eu já venho de um berço bastante feminino, moro com minha mãe e a avó, em São Paulo. Sou filha de pais separados. A partir desse cenário, da graduação, eu tive essa oportunidade, com muito apoio dentro da minha família da de fazer uma pesquisa relacionada à como um coletivo de comunicação chamado ‘Periferia em movimento’ construía representações sobre as periferias de São Paulo, por meio de uma série de reportagens e artigos, buscava entender como eles ressignificavam os territórios periféricos paulistanos, a partir dessa pesquisa, na qual comecei a compreender mais sobre campo da comunicação popular, alternativa e comunitária.

***“Fiz uma pesquisa comparativa entre Brasil e Colômbia. Conteí com o apoio, não apenas financeiro da família, mas até um apoio in loco, tive a oportunidade de conhecer Medellín, de conhecer trabalhos feitos por coletivos de comunicação naquela cidade colombiana”.***

Sistematizei em uma monografia, e tive sorte porque na minha banca, me deparei o professor Doutor Denis de Oliveira, da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), que me orientou no mestrado e hoje é meu orientador de doutorado.

Juntando todas essas peças, todo o apoio que eu tive, estudei por um ano ali, me preparei e ingressei no mestrado. Fiz uma pesquisa comparativa entre Brasil e Colômbia. Conteí com o apoio, não apenas financeiro da família, mas até um apoio in loco, tive a oportunidade de conhecer Medellín, de conhecer trabalhos feitos por coletivos de comunicação naquela cidade colombiana.

Queria finalizar essa primeira fala, dizendo que o meu percurso não foi fácil. Foi um percurso de muitas oportunidades, mas que contou com muita ajuda de políticas públicas, a começar pelo PROUNI. Contou também com o olhar atento dos professores que me levaram para a pesquisa, trouxeram ferramentas, incentivos mesmo nos momentos difíceis. Gostaria de dizer desde já, para as meninas que estão na graduação, se vocês gostam de pesquisar, esse é um sonho possível. Temos obstáculos e dificuldades, mas é um sonho possível, onde podemos e devemos caminhar em direção a ele.

**Ana Paula Miranda:** Para encerrar as falas das nossas convidadas pesquisadoras, proponho que a doutoranda Juliana Salles possa fazer um panorama sobre a sua pesquisa realizada.

**Juliana Salles:** No caso da minha trajetória acadêmica, eu olho para a questão da comunicação sobre e para as periferias. Isso me aproximou de alguns conceitos e práticas. Uma das questões que eu chamar a atenção aqui é para justamente a perspectiva das sujeitas periféricas. Tem um antropólogo e sociólogo chamado Tiaraju D' Andreia em conjunto com outras pesquisas vem trabalhando com esse conceito de sujeitas periféricas, onde as mulheres vivem assujeitados às condições de opressões

nos territórios periféricos, mas que agem politicamente para modificá-los.

As pesquisas tanto no mestrado como no doutorado, a gente vai observar que essas mulheres elas estão à frente dos coletivos, mesmo quando elas estão em parceria com os homens elas trazem muitas contribuições no quesito da educação popular, nas reinvenções das linguagens. E, nas perspectivas dessas mulheres, uma das hipóteses de pesquisa é que elas também colocam-se como intelectuais periféricas, que falam a partir dos seus territórios, vamos percebendo esse pioneirismo na questão dos livros, assinatura de artigos on-line.

No mestrado busquei entender melhor sobre esses processos de Educomunicação nas periferias, mas agora me instigou com a questão do doutorado, no qual estão investigando sobre como os desafios e os limites da construção de diálogos de saberes entre coletivos e academia e entre os coletivos e esses educandos que estão nos territórios.

***“[...] as mulheres vivem assujeitados às condições de opressões nos territórios periféricos, mas que agem politicamente para modificá-los”.***

Foi algo que eu encontrei como dados, foi a partir da pesquisa de campo. Então, eu fico pensando como seria importante que tantas outras bibliografias já estivessem, desde a grade curricular, da graduação. Como seria importante que o nosso olhar estivesse cada vez mais direcionado para esses aprendizados. Quantas riquezas perdemos por focar apenas em bibliografias que já foram amplamente mencionadas. Quando eu faço esta defesa, não é sobre esquecer os autores europeus, é ir além, olhar para algo que está dentro das vivências latino-americanas.

No caso das mulheres pesquisadoras, importante observamos até que ponto essa reprodução e silenciamento está dentro de uma estrutura, de uma colonialidade de gênero. Dessa

maneira, devemos buscar cada vez mais mencioná-las em todas as pesquisas, com esse olhar atento e carinhoso de observar como utilizar bibliografias femininas em nossos trabalhos.

**Ana Paula Miranda:** Aproveitando a participação da professora Diane, que é referência nesses estudos em relação às mulheres empreendedoras periféricas. Comente um pouco para entendermos melhor esse seu olhar voltado para o mundo dos negócios e empreendedorismo no contexto que abordamos.

**Jane Marques:** De forma breve, estou há três anos dedicada a essas pesquisas com as periferias, em especial, os extremos lestes e oeste aqui da capital. Quem conhece a Universidade de São Paulo (USP) sabe que temos um entorno bastante peculiar.

*“Nós percebemos que a presença de mulheres cientistas é muito maior do que o número de homens cientistas. Mas, no entanto, são os homens que aparecem nas mídias”.*

É exatamente nessa perspectiva que acabei me aproximando mais de periferia e associando muito ao segmento das indústrias culturais e criativas que tenho me dedicado há vários anos. Nós percebemos que a presença de mulheres cientistas é muito maior do que o número de homens cientistas. Mas, no entanto, são os homens que aparecem nas mídias. São eles que aparecem nas publicações. Realmente, temos que abrir e construir essas as perspectivas.

**Ana Paula Miranda:** No início da nossa conversa, reforcei o exercício para lembrar de falar sobre três mulheres cientistas, pois sempre lembramos dos homens cientistas, sendo que temos uma lista enorme de autoras. Estou certa que todos os participantes desse diálogo (e que leram esse capítulo), agora, pode sim dizer o nome de muitas pesquisadoras protagonistas e inovadoras.



# **CAPÍTULO 18**



# Comunicação, Educação e o fenômeno da desinformação

Rogério Pelizzari de Andrade  
Douglas Oliveira Calixto  
Michel Carvalho  
Camila Escudero  
Sérgio Luiz Alves da Rocha

Já se transformou em lugar comum afirmar que as chamadas *fakes news* são tão antigas quanto a história da humanidade. Também se disseminou a ideia de que, especialmente a partir das transformações tecnológicas das últimas décadas, com impactos nas práticas sociais, o fenômeno da desinformação ganhou destaque nos trabalhos acadêmicos, nas atividades profissionais, no noticiário, nas conversas informais e em outras experiências humanas. Não por acaso – para lançarmos mão de um último clichê para o parágrafo –, *fake news* foi eleita a “palavra” do ano, em 2017, pelo dicionário da editora britânica Collins<sup>1</sup>.

Há outros indicativos, talvez um pouco menos óbvios, que reforçam a ascensão das discussões sobre o tema. Ou que, pelo menos, oferecem uma perspectiva numérica com relação

---

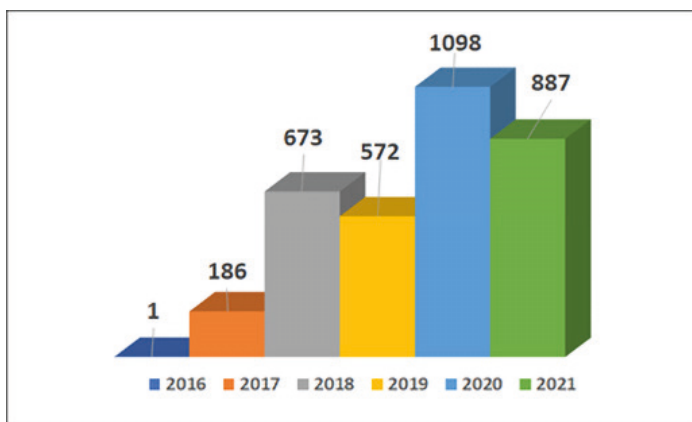
1. No dia 2 de novembro daquele ano, a BBC News Brasil publicou a notícia “‘Fake News’ é eleita palavra do ano e ganhará menção em dicionário britânico” (2017), que faz menção ao crescimento de 365% do uso da expressão no ano de 2016, quando ela foi amplamente repetida durante as eleições dos Estados Unidos, pelo então candidato à presidência, Donald Trump.

à questão. Como o crescimento da quantidade de *fact-checkig* ao redor do mundo nos últimos anos, apesar de ser uma atividade que existe, pelo menos, desde os anos 90. No intervalo de oito anos, contudo, entre 2014 e 2022, elas saltaram de 44 para 378, conforme apontam relatórios periódicos produzidos pelo Duke Reporters' Lab (STENCEL; LUTHER, 2017; 2022).

Outro ponto a ser considerado é o espaço que o assunto ganhou na imprensa, nos últimos anos. Com o objetivo de identificar quantas vezes a expressão “*fake news*” se repetiu no diário Folha de S. Paulo por ano, entre 2016 e 2021, acessamos a seção “acervo” que o jornal mantém em seu Portal<sup>2</sup>. O intervalo indicado na pesquisa era sempre de 1 de janeiro a 31 de dezembro e a expressão digitada no mecanismo de busca foi “*fake news*”.

Conforme sinalizam as informações do gráfico 1, em 2016, a expressão foi utilizada em apenas um texto do jornal. Dois anos depois, em 2018, já eram 673. E o pico ocorreu em 2020, quando figurou 1.098 vezes no impresso paulistano.

**Gráfico 1 – Número de vezes que “fake news” se repetiu em publicações do jornal impresso Folha de S. Paulo**



**Fonte:** Jornal Folha de S. Paulo

2. No “acervo” da Folha de S. Paulo ([tinyurl.com/3hwz3hnf](https://tinyurl.com/3hwz3hnf)) é possível acessar as buscas para os anos de 2016 ([tinyurl.com/4k8pvsr5](https://tinyurl.com/4k8pvsr5)), 2017 ([tinyurl.com/42sk832y](https://tinyurl.com/42sk832y)), 2018 ([tinyurl.com/2p94utkv](https://tinyurl.com/2p94utkv)), 2019 ([tinyurl.com/2m5ycxuf](https://tinyurl.com/2m5ycxuf)), 2020 ([tinyurl.com/2p82kx3z](https://tinyurl.com/2p82kx3z)) e 2021 ([tinyurl.com/2p8e32jp](https://tinyurl.com/2p8e32jp)).

Poderíamos ainda citar a pandemia de Covid-19 como mais um elemento a contribuir para o crescimento das menções sobre o tema, não só na cobertura jornalística, mas também em trabalhos acadêmicos e em manifestações de autoridades globais. Em abril de 2020, ao anunciar iniciativa para combater a onda de notícias falsas sobre a crise sanitária, o Secretário Geral das Nações Unidas, Antonio Guterres, se referiu a elas como ameaças tão letais e que se alastravam com uma força tão grande quanto a doença, “uma perigosa pandemia de desinformação” (NAÇÕES UNIDAS, 2020).

Para combater aquela que ficou conhecida como Desinfodemia, mais um vírus com impactos globais, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) lançou trabalho em dois volumes no mês de outubro daquele ano. O compêndio propunha uma série de ações de caráter informativo e educativo, com material de apoio, inclusive, para utilização em sala de aula, e recomendação de ações envolvendo diferentes entes da sociedade (POSETTI; BONTCHEVA, 2020a; 2020b).

Considerando as questões que movimentam o Grupo de Pesquisa de Comunicação e Educação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação (INTERCOM), o presente texto tem o propósito de contribuir com o tema do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em João Pessoa, na Paraíba, em setembro de 2022. Ele é fruto da *live* “Desinformação no contexto da Comunicação e da Educação” realizada em junho de 2022, com a participação da doutora Camila Escudero, o doutor Michel Carvalho Silva e o então doutorando Douglas Calixto.

O trabalho foi dividido em quatro partes, sendo introduzido por um levantamento dos artigos submetidos para este grupo de pesquisa, desde 2017, quando as *fake news* foram imortalizadas pelo dicionário Collins. Será apresentada uma breve análise destes trabalhos, com indicação de pontos de convergências e suas principais características.

Em seguida, os temas tratados na live são recuperados por seus autores, que elaboraram reflexões a partir das ideias que inspiraram suas falas. Calixto aborda questões teóricas, apontando aspectos que aproximam o campo de convergência da Comunicação e Educação dos estudos sobre a desinformação. A influência dos algoritmos em nossas vidas cotidianas e o papel das big techs marcam a trajetória do seu texto.

Silva propõe diálogo tendo como interesse de investigação a população idosa. Ao discutir o que denomina *conexões tardias e excessos informativos*, o autor entende que é preciso reconhecer as múltiplas experiências decorrentes e os afetos envolvidos nas interações com notícias falsas, que sofrem interferências de diferentes variáveis, como o grupo etário.

E Escudero se volta para a sua experiência prática no Núcleo de Educomunicação da Secretaria Municipal de Educação de São Paulo (SME/SP), onde oferece um curso de formação para professores da rede pública de crítica da mídia, que trabalha o tema da desinformação na perspectiva da educação formal. Ela ainda apresenta a revista *Imprensa Jovem*, feita em parceria por alunos das escolas municipais de São Paulo e estudantes do curso de graduação em Jornalismo e de pós-graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp/SP).

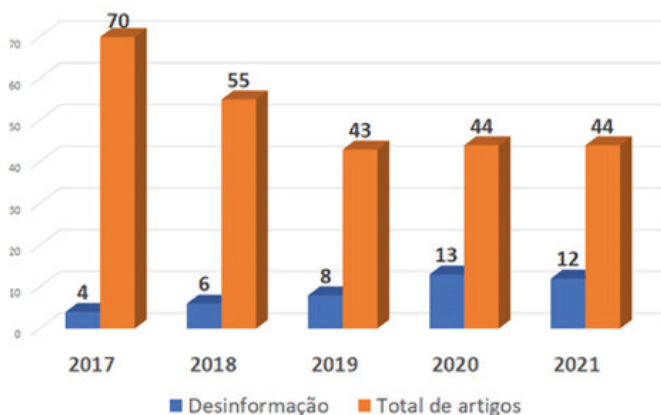
## **1. Balanço dos artigos sobre o tema da desinformação**

Entre os anos de 2017 e 2021, foram realizados cinco congressos nacionais da INTERCOM, sediados nas cidades de Curitiba, Joinville, Belém, Salvador e Recife, sendo os dois últimos de forma remota por conta da pandemia de Covid-19. Neste período, 256 artigos foram submetidos no GP de Comunicação e Educação, a maioria deles nas duas primeiras edições deste ciclo.

Para realizar o levantamento de informações que nos permitiu organizar os dados apresentados a seguir, buscamos as palavras-chave “desinformação”, “notícias falsas” e “fake

news” no conjunto de trabalhos apresentados ao longo destes cinco anos. Nesta seleção inicial identificamos, ao todo, 43 artigos (16,8% do total), que citavam ao menos uma dessas palavras.

**Gráfico 2 – Evolução do número de artigos que tratam do tema da desinformação no GP de Comunicação e Educação (2017-2021)?**



**Fonte:** Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)

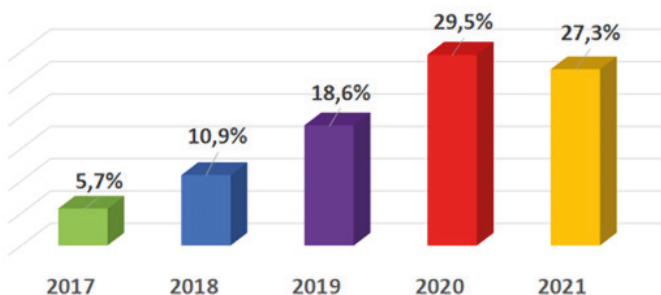
Os dados revelam que, apesar de terem sido apresentados 125 trabalhos nos dois congressos realizados nas cidades do sul (2017/2018), foram identificados os vocábulos associados à desinformação em apenas 10 textos. Em contrapartida, somadas as submissões gerais do GP das duas capitais nordestinas (2020/2021), apenas 88 foram contabilizadas, mas com as menções específicas sobre o assunto, alcançando 25 artigos. Dito de outra maneira, se o total de trabalhos submetidos foi menor (-28,4%) no biênio Bahia/Pernambuco, em compensação aqueles que de alguma forma abordam o termo do congresso de 2022 cresceram 150%, se considerarmos esse critério de comparação.

O gráfico 3 reforça o argumento acerca do salto significativo do número de artigos com menções ao tema da



desinformação se observado o universo de submissões feitas em cada edição. Nos dois últimos anos, eles se aproximaram dos dois terços do total, com ligeira prevalência em Salvador, com 29,5%.

**Gráfico 3 – Proporção de artigos submetidos no GP de Comunicação e Educação sobre desinformação**



**Fonte:** Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)

Após o levantamento inicial, os 43 artigos foram destacados para uma segunda aproximação. Nesta checagem foram também excluídos aqueles que citavam apenas uma vez. Ao todo, foram 14 textos. Uma leitura mais atenta de títulos, palavras-chaves e resumo dos artigos foi realizada neste conjunto de textos, restando, então, 13 dos quais 10 contavam com discussão mais direta entre tais elementos.

Os campeões de citações das palavras-chaves em texto único<sup>3</sup> foram Pisa (2020), com 57 vezes; Silva (2021), com 44; Vetritti (2020), com 42; Pereira et al (2021), com 26 vezes; Ratier (2020), com 23; e Camy (2019), com 22. Todos os seis textos estão entre os dez mais aderentes ao tema, com destaque ao predomínio entre as submissões dos últimos anos.

Bredarioli foi a primeira autora a tratar o tema de forma mais detida e a única em 2017. Um dos pontos destacados

3. Isto é, da soma do número de vezes em que “fake news”, “notícias falsas” e “desinformação” foram citadas no mesmo texto.



no seu artigo menciona a preocupação em analisar “algumas percepções discursivas captadas com alunos de Jornalismo que passaram pela experiência de produzir notícias falsas a partir de fatos reais” (2017, online). No ano seguinte, a autora direciona sua discussão para o processo de checagem, tão característico da prática jornalística. Ela apresenta resultado de oficina realizada com estudantes de jornalismo e busca nos sensibilizar para o fato de que a atividade está “além das práticas de fact-checking” (BREDARIOLI, 2018, online).

Camy esteve entre os primeiros pesquisadores, em artigo submetido ao congresso nacional de 2018, a estabelecer uma relação direta entre a possível contribuição da Educomunicação nas discussões ascendentes sobre as *fake news*. Ela destaca que cabe refletirmos sobre os riscos de um “retrocesso democrático no pensamento coletivo do cidadão comum, que se vê bombardeado de informações falsas e construídas de forma a induzir sua interpretação do que é correto, na vida em sociedade.” (CAMY, 2019, online).

Ainda que Calixto e Soledade não tenham tratado de forma exclusiva da desinformação no texto submetido na edição de 2019 do INTERCOM, eles apontam que, como outros elementos da cultura contemporânea, a desinformação atravessa as relações e o ecossistema educativo, mediando relações.

Podemos intuir com esse dado que memes, fake news e informações fragmentadas – elementos típicos da navegação em rede – circulam nas comunicações entre alunos e professores, afinal não há separações entre conteúdos educativos e didáticos e as informações ordinárias que são transmitidas nas timelines e nos grupos de “Zap”. CALIXTO; SOLEDADE, 2019, *online*)

Pinheiro recupera o debate acerca do papel da educação midiática, mas a partir do contexto pandêmico iniciado em 2020, “para o combate às *fake news*, à proliferação da desinformação e ao descrédito do jornalista profissional

frente à sociedade”. Também se refere à importância de se fortalecer as “práticas” associadas ao campo de convergência entre a Comunicação e a Educação para preservar “o diálogo, a gestão democrática e a qualidade jornalística.” (PINHEIRO, 2020, *online*).

O trabalho de Ratier (2020) foi aquele no qual a palavra desinformação mais se destacou. Ao todo, ela se repete 16 vezes. O autor segue na perspectiva da alfabetização midiática, destacando que o trabalho do jornalismo profissional – e, por consequência, a própria democracia – está sendo atacado. O autor entende que “um conteúdo importante no processo de letramento midiático é explicar como são feitas as notícias” e que este “pode ser um importante caminho para diferenciar o jornalismo de qualidade de outros tipos de conteúdo – hiperpartidário, enviesado ou simplesmente falso – no ecossistema midiático.” (RATIER, 2020, *online*).

Sousa (2020) é mais uma a fazer menção à importância do letramento midiático no combate à desinformação, considerando o contexto atual de barateamento das tecnologias de comunicação e o crescimento do uso de dispositivos. O foco do seu interesse é a educação formal.

O artigo apresentado por Sousa e Prandini (2020) aborda o trabalho realizado pela Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais em Educomunicação (ABPEducom) durante os primeiros meses de pandemia e destaca que uma entre as 11 lives promovidas por eles tinha como tema “*Fake News* e Educomunicação”.

Pisa apresentou resultado de trabalho, que propunha reflexão sobre as *fake news* com o uso de metodologia ativa. A atividade foi aplicada em uma turma de 2º ano do ensino médio de um curso técnico em Comunicação Visual (PISA, 2020).

Iniciativas promovidas por grupos de comunicação, *big techs* e agências de checagem, além das práticas educacionais decorrentes dos impactos da pandemia de coronavírus estiveram no centro das discussões propostas

por Vetritti (2020). No contexto educativo, uma das ações destacadas foi o trabalho desenvolvido pelo projeto Imprensa Jovem da Secretaria Municipal de Educação da cidade de São Paulo, com o desenvolvimento, entre outros, de um telejornal escolar pelos próprios alunos, que trazia esclarecimentos sobre a Covid-19 e orientações para se evitar a disseminação de *fake news*.

Na edição seguinte da INTERCOM (2021), a autora enfatizou projeto que já havia apresentado em seu primeiro artigo, o U-Report Brasil, um recurso que, associado às redes sociais, estimula o engajamento dos jovens. Este projeto em específico combatia notícias falsas sobre as vacinas contra a Covid-19.

Ao recorrer à ideia de contrato de comunicação, Silva (2021) propõe discussão teórica sobre “como a erosão de acordos firmados tacitamente entre interlocutores podem impactar nas ações de educação midiática e *fact-checking*”. Ele entende que é preciso avançar nos debates promovidos atualmente em relação ao tema, recuperando o papel de mediação das “instituições tradicionais de representação e validação do conhecimento”. (SILVA, 2021, online). Ao manifestar preocupação com relação ao que denomina “comunicação desintermediada”, ele se aproxima de outros autores que associam diretamente o combate à desinformação à valorização do papel da imprensa profissional.

Um grupo de pesquisadores da Universidade de Brasília (UnB) apresentou recorte de trabalho realizado com alunos daquela instituição. Uma oficina que integra projeto com o objetivo de formar leitores críticos foi aplicada entre estudantes de jornalismo. Parte das atividades consistia na leitura e análise, pelos estudantes, de textos extraídos da cobertura jornalística sobre a Covid-19. Dentre as conclusões da pesquisa, destaca-se a necessidade de oferecer subsídios a estes profissionais em formação para que eles ‘possam “distinguir conteúdos que contenham algum tipo de desinformação”. (PEREIRA et al, 2021).

## **2. O avesso dos algoritmos: implicações para Educomunicação no contexto da desinformação**

Os mecanismos de Inteligência Artificial, os algoritmos, são tecnologias de cálculo e apreensão dos comportamentos em rede. São mecanismos forjados para conduzir e sistematizar como os usuários da internet se relacionam com a informação. Sofisticados — em matéria de apreensão da realidade e das relações socioculturais —, os algoritmos instituem um verdadeiro ponto de inflexão para a sociedade. Em tempos de construção de públicos calculáveis e a personalização extrema do consumo, a inter-relação entre comunicação e educação desempenha papel decisivo na constituição da cidadania e na formação de um senso crítico capaz de lidar com o fenômeno tecnológico.

Podemos citar diferentes exemplos deste uso, desde a produção de hits (ver o caso do DJ e compositor Yuri Martins), passando pela produção de séries de sucesso (aqui podemos citar *Stranger Things*), até o uso político (como o episódio que envolveu a Cambridge Analítica do Facebook, que promovia a mineração de dados dos usuários e o posterior direcionamento de propaganda favorável a determinado candidato).

Desta forma, o algoritmo tem a capacidade de criar públicos, de mapear comportamentos e de induzir o tecido social a se comportar de determinada maneira. Por definição, algoritmos são mecanismos numéricos que funcionam nas redes digitais sistematizando e organizando o fluxo de informação, condicionando e modulando a relação entre estudantes e docentes.

Construir padrões identificáveis de consumo é uma das funções dos algoritmos. Essa personalização extrema acaba por modular o consumo midiático. O postulado básico, pensando a partir da perspectiva do conceito de Educomunicação, é de que esse universo dos algoritmos traz uma nova ordem perceptiva – *sensorium* – no contexto escolar, forjando uma nova sociabilidade, uma nova forma de relação entre estudantes, professores e a comunidade escolar.

O algoritmo representa, em diversos níveis, a materialização de estratégias comerciais destinadas a extrair o máximo de informações na rede, a fim de criar possibilidades mercadológicas. Nesse sentido, já é lugar comum o conceito de “caixa-preta” para fazer referência aos critérios e à lógica de funcionamento das redes digitais. As manipulações impostas pelas *fake news*, os dados obtidos e armazenados a fim de mapear comportamentos com fins comerciais, além dos critérios de visibilidade que fazem com que um conteúdo apareça ou não aos usuários, são expressões daquilo que se vê (ou do que se acredita ver) dos algoritmos.

Ou seja, pesquisadores e profissionais da comunicação já admitem — e, em contrapartida, buscam tensionar — a evidente utilização sem limites da interação social para a criação de públicos calculáveis cujo propósito é abastecer os bancos de dados de empresas, governos e do mercado financeiro global. Além disso, é de conhecimento público uma série de acontecimentos que envolvem a promoção de algoritmos e das grandes empresas da internet para extrair dados pessoais e utilizá-los no domínio político e econômico.

Todavia, o que não se vê são as apropriações, os jogos de linguagem e os sentidos atribuídos pelos usuários da internet na interação com tecnologias digitais. Ao refletirmos sobre os impactos destas interações com mecanismo numéricos, movimentadas a partir de idiosincrasias que são apenas parcialmente apreendidas, restam inúmeras questões: todos os sujeitos em contato com as lógicas algorítmicas são manipulados? Os protocolos de *Machine Learning* e *Deep Learning* são capazes unilateralmente de fazer previsões sobre o comportamento humano? O tecido social está entregue às Big Techs globais, responsáveis pelo desenvolvimento de aplicativos diversos — seja para serviços de alimentação (Ifood) e transporte (Uber), seja para os de relacionamento (Tinder, TikTok etc)?

As respostas, no nosso entendimento, só podem ser apreendidas no Averso do Algoritmo. Conhecer os discursos,

a ordem simbólica e os enunciados construídos no ciberespaço — e que acabam por se manifestar na vida social como um todo — é passo fundamental para compreender a real abrangência dos protocolos numéricos na dinâmica social. O avesso dos algoritmos é justamente o lado oculto do processo comunicacional no tabuleiro da internet.

É na prática cotidiana, nos usos e apropriações dos sujeitos sociais, ou seja, no avesso da programação computacional feita em um sentido instrumental, que será possível superar, em nosso entendimento, a abstração e o domínio exercido pelos protocolos numéricos em rede.

De um lado, a depender dos “Engenheiros do Caos” (EMPOLI, 2019) e dos sujeitos “Dominados pelos Números” (SUMPTER, 2020), o cenário que se apresenta, ao discutir os algoritmos, é de total predominância dos mecanismos numéricos como vetores da vida social. A tragédia contemporânea, marcada pela ausência de consenso, radicalização de discursos e violências engendradas nas plataformas digitais, está associada à ideia de que os algoritmos são neutros e pertencem naturalmente ao funcionamento da rede.

A dimensão tecnológica está inserida exatamente nesse contexto: desregulamentações, crise, culto ao individualismo e à capacidade individual para resolução de conflitos, maximização da produção e, sem dúvida, ódio e raiva contra qualquer tipo de mediação coletiva. A ascensão de Youtubers independentes e contrários à imprensa, de influenciadores incendiários e outras expressões das redes sociais estão inseridos nesse contexto de cólera concebido pela lógica neoliberal do pós-Guerra.

Streeck (2018) está entre os autores que discutem essas facetas do neoliberalismo e dos fluxos informacionais. E ele analisa de que modo se instituiu um divórcio definitivo entre democracia e capitalismo. A percepção das redes sociais como a “terra de ninguém” constituiu-se a partir dessa divisão entre o capitalismo e a democracia, que permite e cria as condições para que as redes sociais sejam o que são atualmente.

Fraser e Jaeggi (2020) reforçam tal perspectiva, indicando como as redes sociais respondem à demanda comunicativa pela pressa, pela velocidade, tensionando os nossos parâmetros de cidadania. Trabalho e a vida social dependem, em tempo de redes, fundamentalmente de uma organização feita pelos mecanismos digitais. Assim, os algoritmos são parte estruturante das condições de vida, dos fluxos de informação e da própria constituição da sociedade.

Sodré (2021) também discute aspectos destes processos, analisando de que modo a civilização passou a se constituir a partir de uma nova dimensão. Em seu livro “A sociedade incivil: Mídia, liberalismo e finanças”, o autor afirma que vivemos um momento marcado pelo esgotamento do diálogo e das possibilidades civilizatórias, com tendência à cristalização das polarizações que temos visto especialmente no debate político.

Os algoritmos fazem parte de nossas vidas. E é neste ponto que caberia refletirmos sobre a desinformação, um importante conceito para a Educomunicação, uma vez que a escola, o cotidiano de professores e dos estudantes é atravessado por essas dinâmicas descritas até aqui.

A Educomunicação, nessa perspectiva, se dedica a investigar, no plano acadêmico, e desenvolver estratégias, no plano profissional, em relação às formas de elaboração da informação na atual quadra histórica. Caberia, portanto, reconhecermos, os papéis exercidos pelos fluxos numéricos, pela construção de públicos calculáveis e outras variantes da ação algorítmica nos processos de ensino-aprendizagem.

Expressões como “gamificação”, “protagonismo”, “inovação”, “metodologias ativas” fazem parte desse discurso que penetra as atividades escolares sob a égide de “preparar os estudantes para as exigências do século 21”. Não raro, nessa abordagem, os docentes são provocados a “se atualizar” e trabalhar cotidianamente com as mídias para estimular uma “aprendizagem criativa e participativa”.



Essas habilidades e competências, e mesmo o desejo de estimular a criatividade nos processos de ensino-aprendizagem, são fundamentalmente um desafio para a interface Comunicação/Educação quando consideramos o contexto global de desenvolvimento das techs. Isso se deve ao fato de que há, como assevera Buckingham (2019), uma diferença (para não dizer contradição) entre “teoria e prática”.

### **3. População idosa, conexões tardias e excessos informativos**

Outro aspecto importante ao discutir a desinformação no contexto da comunicação e educação é investigar o letramento digital nos diferentes grupos etários, como a população idosa, que apresenta heterogeneidade, em termos de escolaridade, interação social, mobilidade, condição financeira, entre outros fatores. A imagem jocosa do “tiozão do zap”, consagrada pelo senso comum nos últimos anos, simplifica a problemática, ao associar imediatamente o idoso ao hábito de compartilhar conteúdo falso nas plataformas digitais ou de acreditar em mensagens colocadas em circulação nos aplicativos de mensagens.

Quando discute a relação entre mídia e população idosa, Silva (2016) explica que algumas dessas tecnologias surgiram na vida dos idosos de hoje quando eles já eram adultos ou até mesmo velhos, influenciando a relação estabelecida com esses dispositivos. Para o autor, à medida que aumenta a média de idade da população no mundo, a sociedade “parece estar ficando cada vez mais midiaticizada, o que exige um contínuo processo de aprendizagem desse grupo social” (SILVA, 2016, p. 388).

Desse modo, é compreensível que a população idosa seja mais suscetível à desinformação, mas não em virtude simplesmente de uma questão etária, mas por conta de uma série de fatores cognitivos e sociais. Em um estudo sobre o compartilhamento no Facebook de informações falsas durante a campanha presidencial de 2016 nos Estados Unidos (que elegeu o ex-presidente Donald Trump), Guess e Nagler Tucker

(2019) revelaram que pessoas com 65+ anos passaram adiante sete vezes mais *fake news* quando comparados ao grupo etário entre 18 e 29 anos. A crença e a partilha de desinformação tendem a ser mais comum em pessoas com graus de letramento digital mais baixos (JONES-JANG et al., 2019; MIHAILIDIS; VIOTTY, 2017) e mais desconfiadas em relação ao comportamento das tradicionais instituições de autoridade (BENNETT; LIVINGSTON, 2018).

As motivações políticas e partidárias podem influenciar a forma como as pessoas avaliam as informações no ambiente digital, de modo a relativizar a verdade factual. As pessoas com crenças mais cristalizadas, como os mais velhos, se tornam mais suscetíveis a informações falsas, uma vez que determinados conteúdos falsos ou imprecisos corroboram com seus valores, opiniões ou pontos de vista. Assim, as pessoas rejeitam, deste modo, mais facilmente argumentos e informações contrárias às suas crenças pré-existentes.

Segundo Brashier e Schacter (2020), a população idosa se envolve com mais frequência com *fake news* por conta de três fatores: declínios cognitivos, mudanças sociais e analfabetismo digital. Os pesquisadores também apontam que os mais velhos, sem familiaridade com as novas tecnologias digitais, que mudam permanentemente, tendem a acreditar mais na opinião de pessoas dos seus círculos afetivos.

Quando nos concentramos no analfabetismo digital da população idosa, precisamos considerar o atual ecossistema midiático, permeado por informações de todo tipo e qualidade. Em poucos anos, passamos da escassez da informação a um tsunami de dados. Cada pessoa viva hoje tem 320 vezes mais informação à sua disposição do que em toda a biblioteca de Alexandria (o maior repositório da Antiguidade). Hoje, existem mais smartphones do que pessoas e temos a nossa disposição mais de 1,5 bilhões de sites. O Google recebe mais de 5,6 bilhões de buscas por dia. O excesso de dados ao qual a humanidade está exposta a impede de escolher entre tantas ofertas. O excesso de mensagens – falsas ou não – torna difícil

a busca por fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa, como se verificou durante os momentos mais severos da pandemia da Covid-19.

Na realidade, a sobrecarga de informações é algo com que as pessoas lidam há milênios, desde a Grécia e a Roma Antiga. Durante diferentes eras históricas, o aumento exponencial de dados disponíveis exigiu a criação de sistemas para classificar, indexar e compilar informações, ao mesmo tempo que fez surgir a preocupação de que o excesso informativo pudesse levar as pessoas a um estado de confusão (BOCZKOWSKI, 2021).

A midiaticização da sociedade reforçou as preocupações com a sobrecarga informacional e os efeitos danosos que esse fenômeno tem na capacidade de classificar o fluxo de dados on-line, hierarquizando o que é mais relevante e requer nossa atenção. A avalanche de estímulos é tamanha que não há tempo nem espaço para parar para pensar. Com a sobrecarga de informações, os sentidos são mais exigidos, o que impede que nos concentremos em uma única tarefa. Esse cenário se agrava quando pensamos na população idosa e suas limitações cognitivas por conta da idade (déficit de memória).

É preciso considerar que os idosos cresceram em um contexto em que a informação necessariamente era produzida a partir de critérios deontológicos de validação, em que a imprensa profissional operava como uma espécie de filtro ao intermediar a comunicação com o público. No passado, muitos idosos acreditavam no que assistiam simplesmente, porque o Jornal Nacional mostrava, contrastando com a contemporaneidade, em que qualquer indivíduo tem o poder de produzir e publicar conteúdos sem quaisquer critérios.

Diante disso, no contexto da comunicação e educação, precisamos de ações que tratem a desinformação entre os mais velhos com as particularidades que esse grupo exige, sem generalizações nem etarismo.

#### **4. Leitura crítica da mídia, desinformação e fake news na educação: relato de uma experiência prática no contexto da Educomunicação**

O curso *Leitura crítica...* integra uma das propostas de formação do Núcleo Técnico de Formação (NTE), da SME-SP, oferecida periodicamente a professores de toda a rede municipal de ensino, dos níveis: Ensino Infantil, Ensino Fundamental I e II, Educação de Jovens e Adultos (EJA), Movimento de Alfabetização de Jovens e Adultos (MOVA), entre outros. É aberto, ainda, a servidores que atuam nas secretarias das escolas, gestores administrativos das unidades, bibliotecários etc. Seus objetivos gerais são: 1) Promover a alfabetização midiática informacional; e 2) Potencializar competências para reflexão crítica da mídia (COPED/NTF, 2021). Entre os objetivos específicos, destacam-se: (1) Apresentar a cultura midiática como objeto de estudo e reflexão; (2) Analisar diferentes produtos midiáticos em seus diversos contextos (rádio, TV, impresso, internet); (3) Formar para transformar meros consumidores de mensagens midiáticas em analistas e produtores críticos de mídia (COPED/NTF, 2021).

Desde 2020, o curso é realizado na modalidade virtual, via *Google Meet*. São 6 horas de atividades síncronas e 14 de assíncronas. É gratuito e válido para certificação e pontuação dos cursistas na progressão da carreira docente da rede. Cada turma tem, até, 50 alunos. Ao fim das aulas, é exigido do cursista um plano de ação ou projeto (elaborado individualmente ou em grupo) a ser implementado na escola onde atua, voltado para as temáticas trabalhadas no curso, ou seja, uma proposta de trabalho prática direcionada a alunos, professores e/ou funcionários das unidades escolares, com o objetivo de despertar a consciência dos envolvidos para a importância de um olhar crítico-reflexivo sobre o conteúdo midiático e sua produção<sup>4</sup>.

---

4. A frequência nos encontros síncronos, a realização das atividades assíncronas e a entrega do trabalho final são requisitos obrigatórios para a certificação.

A justificativa do curso está na presença e importância das mídias no cotidiano social contemporâneo, seus múltiplos conteúdos, usos e formas de interação, especialmente por parte de crianças e jovens. Soma-se o papel da escola como um espaço privilegiado para estudo e reflexão da cultura midiática, modos de produção, recepção e práticas. Destaca-se, ainda, a própria ideia de Educomunicação, à qual o projeto do curso está vinculado, que potencializa a participação do estudante e transformação social. Por fim, está atrelado às normativas do Currículo da Cidade (SME, 2019), da Base Nacional Comum Curricular - BNCC (BRASIL, 2018) e Desenvolvidos dos Objetivos Sustentáveis (ODS), das Organizações das Nações Unidas, previstos na Agenda-2030 (SME; UNESCO, 2020) (COPED/NTF, 2021).

Nos encontros síncronos é apresentado e discutido o conteúdo programático do curso, a saber:

- Direito à comunicação e liberdade de expressão: Marcos legais
- Agência de notícias “Imprensa Jovem”: Exercício do Direito à Comunicação
- Imparcialidade da imprensa: verdade ou mito?
- Análise crítica da “pirâmide invertida” usada nos cursos de jornalismo
- Informação ou propaganda: O poder dos anunciantes
- O trabalho de edição/diagramação como produtor de conteúdo
- Leitura da imagem: Denotação e conotação
- Conceito de desinformação e *fake news*
- Temáticas relacionadas aos ODS
- Conceitos de Educomunicação e de Alfabetização Midiática e Informacional (AMI)

Como a carga horária do curso é de apenas 20h e o público heterogêneo, tal conteúdo é abordado a partir de

informações condensadas retiradas de referências clássicas da área, como Orozco (2014), Citelli (1999), Jenkins (2009), Freire (1983), Soares (2011) e, mais recentemente, Intervezes (2021). Além disso, a própria experiência profissional da formadora como jornalista e docente universitária de cursos de Comunicação Social, e o uso de materiais de apoio, como vídeos curtos do Youtube, charges e podcasts informativos, bem como debates sobre *fact checking* e casos reais de desinformação e suas consequências, complementam o processo metodológico de formação dos cursistas.

#### 4.1 Alguns resultados

Até o ano de 2021, a autora deste texto foi responsável por ministrar o curso para mais de 10 turmas e quase 500 cursistas. Nesse processo, avaliou todos os trabalhos finais entregues pelos participantes, isto é, o plano de ação ou projeto desenvolvido a partir do olhar dos cursistas para as temáticas de leitura crítica da mídia, desinformação e fake news voltado para o ambiente escolar, no contexto da Educomunicação. Alguns deles chamam a atenção pela criatividade, capacidade de adaptação do tema à realidade escolar e inovação. Destacamos aqui, três situações em especial:

1) Para o ensino infantil, fase na qual se trabalha muito a questão lúdica e motora, o brincar, a interação e a participação das crianças, entre outros pontos, costumam ser comuns projetos que se utilizam da literatura (e personagens conhecidas das crianças) e de brincadeiras populares para introduzir a questão da mentira no ambiente escolar. Nesse sentido, foram pensadas atividades que destacavam o Pinóquio como elemento central para o questionamento da informação falsa, seja em roda de leituras, seja em peça de teatro, por exemplo, e o “telefone sem fio”, brincadeira na qual uma informação é passada de criança em criança, tende a chegar totalmente distorcida no final.

2) Para o Ensino Fundamental 1 e 2, os projetos apresentados costumam ser mais elaborados e, de maneira geral, versam sobre produção de veículos de comunicação (telejornal, jornal mural, podcasts, redes sociais etc., a depender dos recursos disponíveis na unidade escolar), criação de agências de *fact-checking*, mostra de cartazes e fotografias e até a realização de um júri simulado para avaliar casos de desinformação. Dois pontos nos chamam a atenção na maioria das ações. O primeiro é a interdisciplinaridade envolvida nos projetos – normalmente planejados para serem executados no âmbito de duas ou mais disciplinas –; o segundo é o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) na disseminação da atividade, com repercussão em grupos de WhatsApp, páginas de Facebook, perfis no Instagram etc.

3) Com relação à checagem dos fatos, um projeto apresentado em conjunto por dois bibliotecários de Centro Educacionais Unificados (CEUs), em 2021, planejou um serviço de verificação da veracidade da informação voltados aos usuários das bibliotecas – estudantes e comunidade. Resumidamente, a ideia consistia na implementação de um ícone nos terminais de consulta dos espaços que remetia a um formulário (*Google Forms*). Como esses computadores também são usados para pesquisas e navegação pela Internet por parte dos usuários, a ideia foi a de que, ao se deparar com uma notícia que gerasse dúvida quanto à veracidade, o usuário clicaria no ícone do formulário, enviaria a notícia, a dúvida e preencheria um campo com seu e-mail. A notícia seria checada pelos próprios bibliotecários locais e a dúvida respondida diretamente no e-mail do usuário.

Ressalta-se, ainda, por fim, o planejamento de ações que envolvam os pais e familiares dos alunos, principalmente no nível da Educação Infantil, e a abertura da escola para a comunidade, em uma integração de espaços como, por exemplo, colagens de cartazes referentes aos projetos em estabelecimentos comerciais próximos à unidade escolar e estações de trem e metrô.



## 4.2 Revista *Imprensa Jovem*

Outra ação prática realizada em paralelo pela autora deste texto em parceria com o Núcleo de Educomunicação da SME-SP é a *Revista Imprensa Jovem*. Trata-se de uma publicação semestral, digital, feita em parceria por alunos da rede municipal de ensino de São Paulo e estudantes do curso de graduação em Jornalismo e pós-graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. A ideia é que os universitários – em uma atividade de extensão e prática jornalística – orientem os estudantes do Ensino Fundamental de escolas localizadas em diferentes pontos da cidade na produção de reportagens escritas.

Nesse sentido, os alunos – acompanhados tanto por professores da Universidade, como das escolas – participam de *workshops* sobre jornalismo, apresentam e discutem as pautas, apuram as informações por meio de pesquisas, entrevistas, leituras etc., redigem o texto, e definem, ainda, em elementos gráficos ilustrativos (fotos, desenhos, infográficos, entre outros). As páginas são diagramadas e a revista finalizada. Foram duas edições em 2021<sup>5</sup>. Até o fechamento deste texto, a primeira edição de 2022 estava em plena produção.

## Considerações Finais

Tivemos a oportunidade de, ao longo do texto, verificar como nos últimos anos o tema da desinformação ganhou destaque, na mídia e no campo acadêmico. De início uma discussão relacionada a educação midiática, e com o foco na mídia mais clássica e depois com as reflexões sobre a desvalorização da atividade jornalística e necessidade de fortalecimento da profissão, incluindo nos cursos de graduação atividades voltadas para checagem das informações.

Discutimos também o desafio que é para o campo da educomunicação pensar a questão da desinformação. De um lado, o texto chama atenção para a dimensão

5. Disponíveis (em arquivo PDF) em: [comunicanossagente.wordpress.com](https://comunicanossagente.wordpress.com). Acesso em: 30 de jun. 2022.

algorítmica presente nos usos que fazemos das redes sociais e no consumo de outros produtos midiáticos. Neste sentido, considerar o “avesso do algoritmo” é entender de que modo na relação entre algoritmos e seus usos se constitui um novo *sensorium*, reconhecendo seu papel nos processos de ensino-aprendizagem. De outro, ao trazer uma reflexão sobre os usos das redes sociais pelas pessoas mais velhas, nos fazer pensar sobre as especificidades de cada grupo, sobre a heterogeneidade das relações que se constituem. Neste caso específico, por exemplo, acostumadas a critérios diferentes de validação das informações, tendo a imprensa como importante fonte de informação, derivados de um momento em que a imprensa detinha certa forma. Nos dois casos, temos a preocupação em conhecer de que modo são instituídas estas relações e, portanto, estar atentos as especificidades destas diferentes relações.

Por fim, em total conexão com estas reflexões, apresentamos alguns exemplos de práticas relacionadas ao contexto da desinformação realizadas no campo da educomunicação tendo a escola como espaço privilegiado de reflexão sobre as diferentes dimensões da relação com a cultura midiática. Tais experiências nos apresentam possibilidades de abordar tais temas nos processos de ensino, uma importante questão para o campo da educomunicação.

## Referências

BRASIL. Ministério da Educação. Resolução no. 4, de 17 de dezembro de 2018. Institui a Base Nacional Comum Curricular na Etapa do Ensino Médio (BNCC-EM), como etapa final da Educação Básica, nos termos do artigo 35 da LDB, completando o conjunto constituído pela BNCC da Educação Infantil e do Ensino Fundamental, com base na Resolução CNE/CP nº 2/2017, fundamentada no Parecer CNE/CP nº 15/2017.

Ministério da Educação. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF, 18 de dez. 2018. Edição: 242, seção: 1, página: 120.

BREDARIOLI, C. M. M.. A perspectiva ética e os processos de ensino e aprendizagem em Jornalismo em tempos de pós-verdade. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 40, 2017, Curitiba. **Anais Eletrônicos...** São Paulo: INTERCOM, 2017. Disponível em: <[portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1422-1.pdf](http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1422-1.pdf)>. Acesso em: 29 jun. 2022.

BREDARIOLI, C. M. M.. Para Pensar sobre Elementos da Análise de Discurso na Checagem Jornalística: a reconstrução do contexto sócio-histórico permeando a compreensão da cobertura experimental das eleições presidenciais. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 41, 2018. **Anais Eletrônicos...** São Paulo: INTERCOM, 2018. Disponível em: <[portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0124-1.pdf](http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0124-1.pdf)>. Acesso em: 29 jun. 2019.

BUCKINGHAM, D. **The Media Education Manifesto**. Londres: Politic Press, 2019.

CALIXTO, D.; SOLEDADE, R.. Educomunicação: variável tecnológica no cotidiano escolar. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 41, 2018. **Anais Eletrônicos...** São Paulo: INTERCOM, 2018. Disponível em: <[portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0442-1.pdf](http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0442-1.pdf)>. Acesso em: 29 jun. 2022.

CAMY, M. A.. Educomunicação e Fake News: Contribuições da Alfabetização Midiática para a Transformação Social. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 42, 2019. **Anais Eletrônicos...** São Paulo: INTERCOM, 2019. Disponível em: <[portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0032-1.pdf](http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0032-1.pdf)>. Acesso em: 29 jun. 2022.

CITELLI, A. **Comunicação e Educação: A linguagem em movimento**. São Paulo: Senac, 1999.

COPED – Coordenadoria Pedagógica / NTE – Núcleo Técnico de Formação. Proposta de formação. Edital NTF/2021. São Paulo: SME/COPED, 2021. Disponível em: <[acervodigital.sme.prefeitura.sp.gov.br/acervo/educocomunicacao-leitura-critica-da-midia-desinformacao-e-fake-news-na-educacao-5](http://acervodigital.sme.prefeitura.sp.gov.br/acervo/educocomunicacao-leitura-critica-da-midia-desinformacao-e-fake-news-na-educacao-5)>. Acesso em: 30 jun. 2022.

EMPOLI, G. **Os engenheiros do caos**. São Paulo: Vestígio, 2020.

'FAKE NEWS' é eleita palavra do ano e ganhará menção em dicionário britânico. **BBC News Brasil**, 2 nov. 2017. Disponível em: <[bbc.com/portuguese/internacional-41843695](http://bbc.com/portuguese/internacional-41843695)>. Acesso em: 28 jun. 2022.

FRASER, N. ; JAEGGI, R. **Capitalismo em debate**: uma conversa na teoria crítica. São Paulo: Boitempo, 2020.

FREIRE, P. **Extensão ou Comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

INTERVOZES – Coletivo Brasil de Comunicação Social. **Fake News**: Como as plataformas enfrentam a desinformação. Rio de Janeiro: Multifoco, 2021.

JENKINS, H.. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

NAÇÕES UNIDAS BRASIL. COVID-19: chefe da ONU alerta para 'epidemia de desinformação'. **ONU**, 14 abr. 2020. Disponível em: <[brasil.un.org/pt-br/85522-covid-19-chefe-da-onu-alerta-para-epidemia-de-desinformacao](http://brasil.un.org/pt-br/85522-covid-19-chefe-da-onu-alerta-para-epidemia-de-desinformacao)>. Acesso em: 28 out. 2020.

PINHEIRO, R. M.. Comunicação e Educação em época de Covid-19: uma reflexão sobre o resgate do diálogo, da gestão democrática e da qualidade jornalística. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 43, 2020. **Anais Eletrônicos...** São Paulo: INTERCOM, 2020. Disponível em: <[portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1409-1.pdf](http://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1409-1.pdf)>. Acesso em: 29 jun. 2022.

OROZCO GOMÉZ, G.. **Educomunicação**: Recepção midiática, aprendizagens e cidadania. São Paulo: Paulinas, 2014.

PEREIRA, F. H.; MACHADO, L. M. M.; AUSANI, M. F.; SILVA, N. C.; VARÃO, R.. Práticas de formação de novos jornalistas em educação para mídia: Um relato de experiência do ObservInfo - Observatório Estudantil Internacional da Informação (UnB e UQTR) Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 44, 2021. **Anais Eletrônicos...** São Paulo: INTERCOM, 2021. Disponível em: <[portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt6-cd/fabio-henrique-pereira.pdf](http://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt6-cd/fabio-henrique-pereira.pdf)>. Acesso em: 30 jun. 2022.

PISA, L. F.. Fazer Fake News para entender Fake News: uma proposta

pedagógica com o uso de metodologia ativa. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 43, 2020. **Anais Eletrônicos...** São Paulo: INTERCOM, 2020. Disponível em: <portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-0364-1.pdf>. Acesso em: 29 jun. 2022.

POSETTI, J.; BONTCHEVA, K.. **Desinfodemia**: decifrar a desinformação sobre a COVID-19. Resumo de políticas 1. Paris: UNESCO, 2020a. Disponível em: <unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374416\_por>. Acesso em: 28 out. 2020.

POSETTI, J.; BONTCHEVA, K.. **Desinfodemia**: decifrar a desinformação sobre a COVID-19. Resumo de políticas 2. Paris: UNESCO, 2020b. Disponível em: <unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374417\_por>. Acesso em: 28 out. 2020.

RATIER, R. P.. Educação midiática e transparência jornalística: aproximações e possibilidades. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 43, 2020. **Anais Eletrônicos...** São Paulo: INTERCOM, 2020. Disponível em: <portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-2072-1.pdf>. Acesso em: 29 jun. 2022.

SILVA, M.; PRANDINI, P. D.. Educomunicação em tempos de COVID-19: um panorama acerca das lives da ABPEducom. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 43, 2020. **Anais Eletrônicos...** São Paulo: Intercom, 2020. Disponível em: <portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-2351-1.pdf>. Acesso em: 29 jun. 2022.

SILVA, M.. A desinformação e a erosão do contrato de comunicação: o combate às fake News numa perspectiva crítica. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 44, 2021. **Anais Eletrônicos...** São Paulo: INTERCOM, 2021. Disponível em: <portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt6-cd/michel-carvalho-da-silva.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2022.

SILVA, M. C. As tecnologias de comunicação na memória dos idosos. **Serv. Soc. Soc.**, São Paulo, n. 126, p. 379-389, mai/ago, 2016.

SME – Secretaria Municipal de Educação; UNESCO. **Diretrizes de aprendizagem dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) no Currículo da Cidade de São Paulo**. São Paulo: SME/COPED, 2020.

SME – Secretaria Municipal de Educação. **Currículo da Cidade**. Coordenadoria Pedagógica. São Paulo: SME/COPED, 2019.

SOARES, I. de O.. “Educomunicação: De experiência alternativa à política pública”. In: SOARES, I. de O. (Org.). **Educomunicação, o conceito, o profissional, a aplicação**. São Paulo: Paulinas, 2011.

SOUSA, L. de. Educação midiática na era das competências: conceitos e correntes no fazer educacional. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 43, 2020. **Anais Eletrônicos...** São Paulo: INTERCOM, 2020. Disponível em: <portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-2303-1.pdf>. Acesso em: 29 jun. 2022.

STENCEL, M.; LUTHER, J.. Fact-checkers extend their global reach with 391 outlets, but growth has slowed. **Duke Reporters’ Lab, Fact-Checking News**, 17 jun. 2017. Disponível em: <reporterslab.org/international-fact-checking-gains-ground>. Acesso em: 30 jun. 2022.

STENCEL, M.; LUTHER, J.. Fact-checkers extend their global reach with 391 outlets, but growth has slowed. **Duke Reporters’ Lab, Fact-Checking News**, 17 jun. 2022. Disponível em: <reporterslab.org/fact-checkers-extend-their-global-reach-with-391-outlets-but-growth-has-slowed>. Acesso em: 29 jun. 2022.

SUMPTER, D. **Dominados pelos números: do Facebook e Google às fake news, os algoritmos que controlam a nossa vida**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2019.

STREECK, W. **Tempo Comprado: a crise adiada do capitalismo democrático**. São Paulo: Boitempo, 2018,

SODRÉ, M. **A sociedade incivil: mídia, iliberalismo e finanças**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2021.

VETRITTI, F. G. C. de M.. Iniciativas de mídia e práticas Educomunicativas em prol do combate à desinformação sobre a pandemia do novo coronavírus. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 43, 2020. **Anais Eletrônicos...** São Paulo: INTERCOM, 2020. Disponível em: <portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1856-1.pdf>. Acesso em: 29 jun. 2022.

VETRITTI, Fabiana G. C. de M.. Combate às Fake News na Pandemia da Covid-19: a Central de Informações sobre Vacinas do U-Report Brasil. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 44, 2021.

**Anais Eletrônicos...** São Paulo: INTERCOM, 2021. Disponível em: <[portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt6-cd/fabiana-grieco-cabral-de-mello.pdf](http://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt6-cd/fabiana-grieco-cabral-de-mello.pdf)>. Acesso em: 30 jun. 2022.



# **CAPÍTULO 19**



# O telejornalismo brasileiro e a cobertura internacional, os conflitos e a guerra

Cristiane Finger  
Cláudia Tomé  
Vitor Belem

**Convidada:** Viviana Macedo – Editora-Chefe do SBT Brasil

**Debatedores:** Ariane Pereira (UNICENTRO); Vitor Belém (UFS); Edna Mello (Unifesp)

**Mediadora:** Cristiane Finger

## Introdução

São tempos difíceis, quem poderia imaginar que mesmo ainda em um período de pandemia o mundo iria ser abalado por uma guerra? Pois foi exatamente isso que aconteceu e em pleno século XXI. Os jornalistas, assim como toda população mundial foram pegos de surpresa, a diferença é que nesta profissão é preciso reagir logo e passar a contar o desenrolar dos fatos, mesmo que com poucas informações apuradas.

Até a década de 1990, a editoria de internacional dos telejornais das televisões abertas não tinha muito prestígio junto aos telespectadores. Assuntos complexos que pareciam

distantes e que não atraíam a maioria da audiência. Havia necessidade de ser muito didático nestes casos e de alguma forma aproximar as notícias do que acontece nacionalmente. Duas estratégias eram utilizadas, destacando as possíveis consequências para o nosso país e/ou encontrando um brasileiro que pudesse ser um case de alguém que estava no lugar do fato.

Sem dúvida, o sucesso dos canais internacionais de notícias vinte e quatro horas e o aumento da abrangência da internet contribuíram para tornar o mundo um lugar menor, onde as notícias ultrapassam o tempo e o espaço com maior facilidade.

É sobre tudo isso que este capítulo fala. Acreditando na importância de unir a prática profissional com os estudos acadêmicos convidamos a Editora-Chefe do telejornal SBT Brasil, o principal da emissora, para falar sobre os desafios das coberturas em outros países, principalmente quando estão em conflito ou até mesmo em guerra.

Viviana Macedo tem 18 anos de experiência em jornalismo televisivo. Mais da metade na coordenação da editoria de internacional de onde saiu para ser primeiro editora executiva do SBT Brasil e agora editora-chefe do mesmo telejornal. Viviana é formada em jornalismo pela Famecos-PUCRS, Pós-Graduada em Gestão e liderança de Pessoas pela FGV; e concluiu o Master Degree em Correspondência Internacional cursado em Londres.

Para manter o mais preciso possível as respostas dela sobre o tema vamos reproduzir a entrevista com perguntas e respostas:

**GP Telejornalismo:** Qual é diferença de trabalhar na editoria internacional e agora ser editora-chefe?

**Viviana:** Quando eu fui chamada para ser editora executiva do SBT Brasil meus colegas ficaram entusiasmados e pensaram

que agora as notícias internacionais iriam ter mais espaço no telejornal. Na verdade, a cobertura internacional nos traz muita experiência, esta pandemia foi um exemplo disso. Os jornalistas da editoria de internacional estão vivendo esta pandemia bem antes do que todos nós, porque a pandemia começou antes no mundo, entre novembro e fevereiro de 2019, s editores de internacional só se ocuparam disso. Já havia mortes no mundo todo e no Brasil ainda não havia chegado. Então, o jornalismo internacional traz um reflexo do que pode vir a acontecer no Brasil e por isso tem ganhado mais importância entre outros fatores.

**GP Telejornalismo:** A editoria de internacional de um telejornal de televisão aberta passou a ter mais importância num mundo globalizado. Mas, para os alunos de jornalismo a possibilidade de trabalhar como correspondente internacional sempre teve um fascínio. Em geral, eles pensam que é muito difícil conseguir chegar a esta função. Como foi o teu início de carreira?

**Viviana:** É uma editoria difícil para o começo de carreira, mas a primeira condição é a fluência em uma língua estrangeira. Eu primeiro morei um ano na Alemanha com uma família de lá para ter a conversação do dia a dia. Depois eu comecei a tentar uma bolsa de estudos na Inglaterra. Passei em Westminster e fiquei dois anos em Londres. O curso de Correspondência Internacional foi muito importante para estabelecer contato com jornalistas do mundo todo. Este mestrado não é muito acadêmico, mas para todos os profissionais da área da Comunicação e não apenas do jornalismo. Mesmo assim, foi importante, éramos alunos de 27 países. Mas, como eu não tinha os contatos necessários no Brasil para trabalhar fora como *free-lance*, eu resolvi voltar. Por outro lado, esta bagagem internacional foi muito importante porque em apenas uma semana eu consegui um emprego no SBT de São Paulo. Foi na época da cobertura da Olimpíada na China eu fui contratada

como editora de internacional do jornal da madrugada. Depois passei a editora do SBT Brasil e depois Coordenadora de internacional da Rede e passei trabalhar com todos os correspondentes. Esta editoria forma profissionais muito completos porque o jornalista não foca em apenas um assunto, não é apenas economia, política por exemplo é preciso saber de tudo e de todos os países.

**GP Telejornalismo:** Como tem sido o desafio da cobertura desta guerra na Ucrânia não apenas na questão da segurança dos repórteres que estiveram por lá, mas também a segurança de apuração, uma vez que são muitas informações e na maioria das vezes desconhecidas ou com outros interesses?

**Viviana:** É um desafio muito grande, até porque é um período muito longo, estamos há mais de 120 dias de guerra e vai se tornando cada vez mais difícil. Do que a gente viveu em termos de segurança foram escolhas bem difíceis. O SBT foi a primeira televisão brasileira a chegar na Ucrânia com o correspondente Sérgio Utsch. Ele ficou três semanas, foi o primeiro a chegar e um dos últimos a sair de Kiev. Ficamos com muito medo pela segurança dele, mas foi uma opção tomada pelo repórter. Fica complicado avaliar de longe. Só concordamos porque ele estava com o embaixador brasileiro e iria acompanhar a retirada da comitiva da cidade. Mesmo na estada dele foi preciso trabalhar também com as agências porque às vezes não havia como sair do hotel.

Quanto a segurança da informação não é só na guerra. Atualmente há um processo de desinformação de *fake news* muito grande. O segredo é checar, checar e checar com quantas fontes forem possíveis. A internet vem disseminando a notícia falsa, mas ao mesmo tempo nos dá acesso a muitas fontes. Foi difícil por exemplo, nos primeiros dias da guerra, chegar ao número de mortos que eram desconhecidos, porque a Ucrânia dizia uma coisa e a Rússia dizia outra. A saída era checar não apenas o maior número de fontes, mas também como os

principais veículos do mundo estavam anunciando. Al Jazeera, BBC, CNN. E vai tentando chegar o mais próximo da realidade junto com as fontes oficiais, que hoje em dia têm Twitter. É um desafio e não tem uma regra.

**GP Telejornalismo:** E quanto às equipes de telejornalismo que ao longo do tempo vem encolhendo. Às vezes o correspondente está só, monta o tripé, grava o seu stand up e envia. Gostaria que você comentasse primeiro sobre estas habilidades apurar, fazer a pauta, gravar, editar e enviar o material para emissora. Como é a gestão destes profissionais?

**Viviana:** Atualmente os correspondentes trabalham sozinhos mesmo. No dia a dia normal, porque em todo grande evento é contratado um cinegrafista free-lance. Além de grandes eventos também acontece a contratação quando há uma cobertura de uma autoridade, como por exemplo um presidente de um país onde tem muita gente. No caso do presidente do Brasil, além do cinegrafista o repórter também vai ter um produtor. No básico do dia a dia não precisa porque são usadas muitas imagens de agências. Hoje há um correspondente em Londres e uma correspondente em Washington, inclusive acabamos de mudar a nossa base que sempre foi em Nova Iorque. E a Patrícia Vasconcelos, que é correspondente hoje, vem fazendo um trabalho muito bom, conseguindo algumas credenciais na Casa Branca e pode conseguir uma credencial definitiva. O Sérgio e a Patrícia falam de acontecimentos no mundo inteiro e quando setenta por cento das imagens e entrevistas são de agências eles trabalham sozinhos. Mas quando as matérias são mais elaboradas ou coberturas maiores, há a necessidade da contratação de outros profissionais. Mas não é uma vida fácil para nenhum correspondente, lá fora não é fácil. Então é preciso trabalhar muito com uma base forte em São Paulo e o Rio de Janeiro. Seja de quem for a editora é preciso que trabalhem juntos editores e repórteres. São duplas que falam o dia inteiro mesmo que à distância.



**GP Telejornalismo:** E quanto ao talento para ser além de bom repórter também um bom cinegrafista?

**Viviana:** Eu acredito que a editoria de internacional forma um profissional muito completo e o correspondente então faz até a contabilidade para prestação de contas. E eles também mandam o material para a sede pré-editado, então sabem utilizar o sistema de edição. Mas um repórter ou um editor nunca vai ser um cinegrafista, existem talentos que são únicos. Mas também podemos abrir esta visão para que não seja sempre, mas uma exceção. É preciso usar das tecnologias que estão chegando, estes correspondentes usam o celular e tem feito matérias inteiras com ele. O que importa hoje é trazer esta notícia e estes aparelhos captam imagens com muita qualidade. Eu mesma fiz a coordenação da Copa da Rússia. Foram 45 dias lá e a equipe era de apenas oito pessoas, o que tornava impossível cobrir todas as seleções. Havia uma segurança muito rigorosa. Então mesmo num treino sem inscrição prévia para cobertura não tinha como entrar com a câmera, não havia negociação. E algumas vezes era permitido entrar o jornalista com o seu celular. E assim foram feitas matérias inteiras com o celular. Foi preciso se adaptar comprando microfone com ligação para o celular para fazer as passagens. Hoje esta tecnologia é usada dentro do Brasil. Eu prefiro dar a notícia mesmo em detrimento da qualidade, desde que seja por um jornalista. O Brasil é muito grande, há casos no extremo do território que não se consegue chegar com uma equipe no mesmo dia. A morte da Marília Mendonça foi um caso destes, não havia como chegar com a equipe completa, assim a cobertura foi sendo feita pelo celular com o primeiro jornalista da emissora que conseguiu chegar ao local, foi inclusive mandando o material pelo WhatsApp. São as exceções, mas é preciso ficar aberto a estas possibilidades.

**GP Telejornalismo:** Como você percebe as novas formas de transmissão audiovisual, que transmitem em tempo real como a televisão?



**Viviana:** É um dilema. Hoje existem diferentes formas de se assistir e de receber a notícia. Temos passado por um processo de integração no SBT, com a criação do SBT News, que é o nosso portal. Todos os profissionais estão passando por um processo de treinamento para que se possa fazer conteúdo para todas as mídias. Talvez, mais para frente, a gente não vai mais ter esse profissional de televisão especificamente; é um profissional de imagem e essa imagem tem que ser transmitida em diferentes formas. Com essa integração, a gente entende que isso se tornará mais rápido. Mas é preciso entender que essas mídias são diferentes, os públicos são distintos. O profissional precisa cada vez mais estar preparado para saber atingir a todos esses públicos, nas diferentes mídias.

**GP Telejornalismo:** Em coberturas que acontecem a longo ou médio prazo, como é o caso de uma pandemia ou mesmo de uma guerra, como continuar reportando sem dessensibilizar a audiência?

**Viviana:** É muito difícil mesmo assim. A cobertura da pandemia está sendo muito longa, então também foi um desafio de produção. Foi todo esse *boom* de cobertura e depois houve um desinteresse. Inclusive a audiência, acompanhada minuto a minuto do jornal, caía quando a gente colocava o assunto COVID. Só que a gente não pode parar de informar. Tem matérias que fazem parte do nosso papel de jornalista e independentemente se ela vai ou não dar audiência, é preciso colocar no jornal naquele dia. Por exemplo, nessa cobertura da pandemia a gente parou de apresentar a média móvel de número de casos e de mortos há alguns meses, mesmo assim a produção das matérias continuou desafiadora para as produtoras para encontrar enfoques inéditos para as matérias. Uma outra coisa em relação à pandemia que a gente passou a fazer foi dar exemplos de superação, com pessoas que sobreviveram, famílias inteiras que se curaram, enfim, exemplos que trazem um alívio para as pessoas. A gente

buscava tentar fazer esse equilíbrio. Na questão da Guerra, todo mundo tem muito interesse no início. No primeiro momento a abordagem do tema foi de humanizar, trazendo o rosto das pessoas que estavam vivendo aquele momento. Nosso correspondente fez muito bem isso, mostrando, por exemplo, as estações de trem subterrâneas com pessoas que estavam vivendo lá. A conversa com as pessoas e o texto do repórter vão mudando o sentido da cobertura. E aí entra a diferença para uma matéria de agência, que não tem alguém no local reportando. Depois que todo mundo já viu aquelas cenas de horror, com os rostos dos ucranianos sofrendo, assim como os russos que também não queriam a guerra, depois passa um tempo e vem o desinteresse. Então a gente buscou relacionar com brasileiros que ainda estavam lá ou abordar regiões do Brasil que têm muitos ucranianos. O fato não é que a guerra passou a ser menos importante, mas vão entrando outras questões com mais prioridade. Nosso jornal tem só 45 minutos, então não tem jeito. No dia que completaram 99 dias de guerra, nós tínhamos uma nota coberta só e tive que derrubar aquela nota, porque não tinha tempo no jornal e tínhamos que dar outras notícias.

**GP Telejornalismo:** Como é feito o planejamento da cobertura internacional?

**Viviana:** Temos um calendário prévio do que não é notícia de última hora. Temos as viagens presidenciais no meio desse calendário, que são feitas pelos correspondentes. Por exemplo, normalmente em todas as viagens do presidente a países da Europa ou da Ásia, a cobertura é feita pelo correspondente de Londres, então essas viagens são compradas com antecedência. As outras coberturas em viagens presidenciais pelos Estados Unidos ou América Latina também são feitas pela correspondente de Washington, então também têm que ser organizadas previamente. Tem outros eventos, como o jubileu da rainha da Inglaterra, a copa do mundo no fim do ano, que já

está sendo pensado. Mas nem sempre a gente consegue fazer toda essa agenda somente com esses dois correspondentes. Então, o SBT conta com uma rede de correspondentes *freelancer* pelo mundo, que são chamados e pagos a cada trabalho. Toda essa organização é feita aqui na sede da emissora em São Paulo.

**GP Telejornalismo:** Como você percebe a discussão sobre a centralidade do ocidente na cobertura da guerra?

**Viviana:** É um desafio de fato. Existem várias outras guerras no mundo que não estão sendo noticiadas. Muitas vezes não se tem material, são lugares mais longe, que a gente não tem as imagens produzidas por agências de notícias. Mas a gente sempre busca diversificar, com ao menos cinco assuntos, com o registro de outras coisas. Claro, não vamos dar o registro de tudo, mas pelo menos a gente vai citar alguns outros conflitos. Quando existe um outro conflito por muitos dias não noticiado, a gente abre espaço para fazer uma matéria. Por exemplo, em Burkina Faso, tem conflito que existe lá e que não tem ninguém noticiando, mas tem meninas sendo estupradas, morrendo com as facções. Se ao menos uma vez na semana a gente consegue noticiar, acho que a gente também faz o nosso papel. Esses pequenos registros nos dão uma possibilidade de dizer: “Olha, isso está acontecendo. Não tenho espaço no jornal para te contar os detalhes sobre isso, mas está acontecendo e se você tiver interesse procure saber mais”. Então, não posso deixar de noticiar questões internas, da realidade mais próxima das pessoas, para noticiar um conflito distante. Temos que pensar nesse equilíbrio.

**GP Telejornalismo:** Há muita informação diversificada de campos de conhecimento diferentes que você tem que ter com aprofundamento. Você tem uma equipe de pessoas que você pode acionar caso tenha alguma dúvida, como pesquisadores e historiadores? Como ter tanto conhecimento com profundidade com tanta diversidade de temas?

**Viviana:** Com certeza. Acho que a gente precisa sempre dessa ajuda, né? Acredito que a gente também precisa dar espaço para esse tipo de matéria, não só para o nosso conhecimento, mas para o público. Bati nessa tecla diversas vezes no início da Guerra: a gente precisa explicar para as pessoas o que é essa região, explicar o que foi a Ucrânia, o que é a Ucrânia. Então, obviamente, contamos com várias entrevistas e com telefonemas para cientista político, para pesquisador internacional, enfim, para traçar o mapa, para fazer a região... A gente não trabalha sozinho. Realmente precisamos dessas pessoas que têm um conhecimento maior que nosso.

**GP Telejornalismo:** Em alguns momentos você falou sobre a questão da contratação de *freelancer*, e de quando você voltou para o Brasil por conta dessa falta de uma rede que possibilitaria ser *freelancer*. Hoje, como chefe, que características você consideraria necessárias para alguém trabalhar, seja como *freelancer* ou como contratado na editoria de internacional no Brasil ou fora no Brasil?

**Viviana:** Falar outro idioma é essencial. O editor de internacional tem que ser fluente, minimamente em inglês. Acho que um outro idioma, além do inglês, traz um diferencial, porque ajuda a formar o time. Digamos assim, hoje eu tenho uma pessoa que fala francês, uma pessoa que fala alemão, enfim, se chegar alguém que fale mandarim pode ser um diferencial nesse momento. Então acho que essa questão do idioma para o editor, e para qualquer profissional de internacional, é essencial. Ainda trabalhamos com a questão do profissional de TV, que seja para essas outras mídias, que seja um profissional preparado para fazer vídeo, que tenha aquele mínimo conhecimento de passagem, de fazer tudo em frente às câmeras, uma boa narração, acho que ainda se tem isso um pouco menos. Acho que a gente vem tirando muito esse estigma do que é um profissional repórter de TV. Hoje em dia a gente vem trabalhando com diferentes profissionais, o que

é muito bom, porque somos todos diferentes. Não concordo muito com aquela coisa muito justinha de telejornal. Acho que a gente pode ousar cada vez mais, enfim, mas é isso. Tem que ser minimamente preparado para saber trabalhar com televisão.

**GP Telejornalismo:** Não posso deixar de discutir, na cobertura principalmente de Guerra, que é a cobertura hoje que está nos envolvendo mais no internacional, a questão da ética. A gente está falando de agência, de grandes emissoras, de correspondente, de enviado especial e de *freelancer*. Mas o que a gente precisa saber, me parece, é que o telejornal dá uma visão de mundo para as pessoas. Será que a cobertura internacional brasileira dá uma boa visão de mundo para as pessoas?

**Viviana:** Olha... como é que eu vou responder... Difícil falar que não, porque é isso que eu faço todo dia. Acho que dentro do possível sim, talvez não todos os dias. Se você pegar um telejornal isolado e falar hoje eu não noticiei tudo que deveria, com a profundidade que deveria. Acho que é isso que você queria saber né? A gente não dá a profundidade necessária, talvez, todos os dias. Mas por isso que eu acho que tem que ter esses momentos em que o editor-chefe vai chegar e vai falar: hoje vai ter cinco minutos a matéria da Guerra da Ucrânia, porque hoje nós vamos explicar. Então naquela semana eu acho que se fez o papel de noticiar com a profundidade e corretamente, mas se pegar diariamente acho que não.

**GP Telejornalismo:** Acha que terá mais espaço e mais interesse?

**Viviana:** Acho que sim. As últimas grandes coberturas de inter só vem nos mostrando isso, que há espaço. Só que o problema é que a gente também tem muita notícia aqui dentro. Talvez o dia que a gente tiver um pouco menos de notícia, um pouco menos de rolo nesse Brasil, a gente consiga dar um pouco mais de internacional. Não depende só da audiência ou só do interesse

pelo Internacional. Mas é difícil. O que não pode apagar é essa inquietude, né? Será que estamos noticiando o suficiente? O correto? Desde que a gente esteja fazendo isso diariamente, eu já fico um pouco mais satisfeita. Eu não saio todo dia satisfeita do jornal e pensando que quem assistiu o meu jornal está totalmente informado de tudo que aconteceu. Não, a gente sai frustrada, é pouco tempo, tem outras questões de logística, de tudo mais, mas o importante é, no todo, a gente se sentir ok com o que tá fazendo e eu me sinto assim, satisfeita.

**GP Telejornalismo:** O jornalismo está sendo muito exigido e muito atacado. Sempre ouvimos que ele passa por uma crise. Então pergunto a você: qual é o futuro do jornalismo, nessa nossa batalha diária? Vamos ter mais esperança, ou vamos ter que continuar brigando?

**Viviana:** Realmente o jornalismo é muito atacado, a imprensa é muito atacada. Mas também no momento em que começa a disseminação de *fake news*, de informações falsas, que é o que a gente vive, aí o jornalista volta a ser a fonte principal, volta a ser a fonte principal para saber se aquilo é *fake news*, para saber se aquilo está certo ou não. Então volta a ter toda aquela confiança. Acho que essa essência a gente não vai perder, de ser a referência da informação correta. Só que ela vai estar em diferentes mídias, e a gente vai ter que sempre trabalhar para isso. Acho que as pessoas sempre vão continuar buscando o jornalismo como a fonte de referência e a fonte mais confiável para aquela informação. Então eu acho que a gente também tem um papel, nesse momento que se divulga tudo, a gente também tem um papel de mostrar que no jornalismo está a fonte confiável. Então ficou mais importante ainda a nossa apuração, a nossa profundidade, o nosso interesse por buscar informação correta, porque a gente está dizendo: “não leia *fake news*, leia a gente, veja a gente porque a gente tem informação correta”. Então é uma responsabilidade ainda maior. Mas eu

acho que esse ponto de referência não vai se perder, acho que esse é o nosso futuro, só que a gente precisa se adaptar a todas as mídias que vem pela frente, né? Não tenho vergonha de dar informação no TikTok, se é lá que as pessoas estão buscando informação. É óbvio que nós não vamos fazer dancinha dando a informação, tem outro jeito de fazer o TikTok. Mas é esse profissional que eu acho que eu vejo que vai ter futuro, aquela pessoa que não tem amarras. Acho que é esse profissional que vai crescer, aquele profissional aberto a todas as mídias e aquele profissional que vai sempre priorizar a melhor e mais correta informação.

**GP Telejornalismo:** Naquele congresso com o (Leandro) Demori, achei muito interesse o que ele disse, que é fazer jornalismo para as pessoas e não para os jornalistas. As novas mídias, que estão na onda de todo dia, precisam ser consideradas, é isso?

**Viviana:** É isso, porque hoje em dia ninguém mais assiste televisão só com a televisão ligada na sala. Ninguém mais. Está todo mundo com o celular na mão, a televisão lá ligada, e se ele (o público) viu também ali na minha rede social que eu vou ter essa matéria, talvez seja por lá que ele vai ligar no meu jornal. Ou ele vai, talvez, assistir a matéria do outro dia ali. Então é uma coisa totalmente ligada a outra. E tem gente só se informando dessa forma. E aí porque o nosso preconceito de não informar dessa maneira? O nosso intuito não é informar? Então que seja onde as pessoas estão buscando informação. Desde que seja correta e confiável, obviamente.



# **SOBRE OS AUTORES**



## Sobre os autores

### **Alice Andrade**

Doutoranda e mestra pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN), na linha de pesquisa Estudos da Mídia e Práticas Sociais. Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo pela mesma instituição. Filiada à Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM) e à Associação Brasileira de Pesquisadores Negros (ABPN). Integrante do grupo de pesquisa PRAGMA - Pragmática da Comunicação e da Mídia: teorias, linguagens, indústrias culturais e cidadania (UFRN/CNPq) e do grupo de estudos Epistemologias Subalternas e Comunicação (desCom).  
E-mail: [aliceandrade@live.com](mailto:aliceandrade@live.com)

### **Allan Novaes**

Professor e Pró-reitor de Pesquisa e Desenvolvimento Institucional do Centro Universitário Adventista de São Paulo (UNASP). Doutor em Ciências da Religião pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).  
E-mail: [allanmnovaes@gmail.com](mailto:allanmnovaes@gmail.com)

**Alvaro Bufarah Jr**

Professor dos cursos de Comunicação da Universidade Presbiteriana Mackenzie/ Fundação Armando Alvares Penteado. Doutor em Letras (Mackenzie/2018) com Estágio Pós-Doutoral em Jornalismo (UFSC/2021). Vice-coordenador do GP Rádio e Mídia Sonora da Intercom. Integrante do Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (Girafa/CNPq) e o Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor/UFOP).

E-mail: abufarah@uol.com.br

**Ana Paula Miranda**

Mestre em Comunicação (2018). Doutoranda em Comunicação (PUC-RS/2021). Vice-coordenadora do GP Pensamento Comunicacional e Cultural Latino-Americano - INTERCOM. Exerceu atividade de Assessoria em Comunicação/ Imprensa na Fundação Astrojildo Pereira-FAP, na Secretaria de Articulação Nacional - SAN, representação do Governo de Santa Catarina em Brasília. Assessoria de comunicação/imprensa parlamentar na Câmara dos Deputados.

E-mail: paulamiranda.comunicacao@gmail.com

**Ana Regina Rêgo**

Jornalista. Professora do PPGCOM-UFPI. Coordenadora do NUJOC-UFPI. Pesquisadora PQ2 CNPq. Ex-Presidenta da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (ALCAR). Ex-Presidente da Federação Brasileira de Associações Científicas e Acadêmicas da Comunicação (SOCICOM). Coordenadora da Rede Nacional de Combate à Desinformação (RNCD Brasil).

E-mail: anareginarego@gmail.com

**Andrea Limberto Leite**

Professora do SENAC-SP. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Vice-coordenadora do GP Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão da INTERCOM.

E-mail: andrealimberto@gmail.com

**Andrea Rosendo**

Jornalista, doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo (Prolam/USP). Mestre em Comunicação (UFPR). Integrante da Cátedra Otavio Frias Filho de Estudos em Comunicação, Democracia e Diversidade (IEA-USP). Investiga o pensamento produzido por mulheres da América Latina, analisando as narrativas audiovisuais do cinema brasileiro e equatoriano a partir da perspectiva Decolonial/ Anticolonial.

E-mail: dearosendo@gmail.com

**Anézia Maria Lima Brito**

Graduada em Jornalismo da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP). Bolsista de Iniciação Científica (PROVIC/CNPq/ UNIFAP) [2022]; (PIBITI/ CNPq/ UNIFAP) [2020-2021]; (PIBIC/ CNPq/ UNIFAP) [2019-2020]. Integrante do Grupo de Pesquisa Comunicação, Mercado e Tecnologias (COMERTEC/ CNPq). Pesquisadora no Projeto Startups de Comunicação e Informação: empreendedorismo digital na Amazônia Amapaense (CNPq).

E-mail: anezialima55@gmail.com

**Betania Maciel**

Doutorado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, UESP (2002). Professora titular e pesquisadora do Grupo ESUDA de Interlocução Acadêmica da Faculdade de Ciências Humanas - ESUDA. Editora chefe da Revista Humane - ESUDA. Coordenadora Adjunta de Pós-graduação do Centro Latino-Americano de Estudos em Cultura - CLAEC. Presidente e sócia fundadora da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação? Rede Folkcom. (2006-2011). Diretora de Relações Internacionais da Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação - Socicom. Vice-coordenadora do GP Folkcomunicação da Sociedade de Estudos Interdisciplinares em Comunicação - INTERCOM. Ganhadora do Prêmio Luiz Beltrão de Liderança Emergente em Ciência da Comunicação Intercom-Rede Globo (2012).

E-mail: betaniamaciel@gmail.com

**Camila Escudero**

Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo e integrante da equipe de formadores do Núcleo de Educomunicação, da Secretaria Municipal da Educação da prefeitura de São Paulo.

E-mail: [camilaescudero@uol.com.br](mailto:camilaescudero@uol.com.br)

**Carla de Araujo Risso**

Professora da Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal da Bahia (UFBA) e membro do Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura (OBCOM) da USP. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP).

E-mail: [carlaarisso@gmail.com](mailto:carlaarisso@gmail.com)

**Carlos Figueiredo**

Professor Permanente do Mestrado Profissional em Economia da Universidade Federal de Sergipe. Coordenador do Grupo de Pesquisa de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura da Intercom. Secretário-Geral da Ulepicc-Brasil. Jornalista, Mestre em Comunicação (UFPE), e Doutor em Sociologia (UFPE).

E-mail: [carlospfs@gmail.com](mailto:carlospfs@gmail.com)

**Caroline Govari**

Doutora em Ciências da Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos (Universidade do Vale do Rio dos Sinos), com estágio doutoral na McGill University. É mestre pelo mesmo programa da Unisinos e bacharel em Comunicação Social - Jornalismo pela UFSM (Universidade Federal de Santa Maria). Se dedica especialmente a pesquisas que interseccionam temas como cenas e gêneros musicais, territorialidades, performances, formações de identidades, pesquisa biográfica e memória.

E-mail: [carolgovarinunes@gmail.com](mailto:carolgovarinunes@gmail.com)

**Ceres Santos**

É jornalista e tem doutorado pela ECA/USP; graduada em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC/RS) e Licenciatura em Estudos Sociais, também pela PUC/RS). Especialização em Direitos Humanos e Mestrado em Educação e Contemporaneidade pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB) (UNEB. Pesquisa sobre Políticas de Ações Afirmativas, feminismos negros, mídia e racismo e terreiros de matriz africana. É professora na UNEB, no Curso de Jornalismo em Múltiplos Meios, em Juazeiro/BA e vice-coordenadora do grupo Hierarquizações Étnico-raciais, Comunicação e Direitos Humanos (RHECADOS). Ativista dos movimentos negro e de mulheres negras.  
E-mail: [ceresantos3@gmail.com](mailto:ceresantos3@gmail.com)

**Cláudia Nonato**

Pesquisadora de pós-doutorado, no departamento de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, com bolsa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). É jornalista, doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP, vice-coordenadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT/ECA-USP) e do GP Comunicação e Trabalho da INTERCOM.  
E-mail: [claudia.nonato@uol.com.br](mailto:claudia.nonato@uol.com.br)

**Cláudia Thomé**

Professora associada da Facom/UFJF, nos cursos de Jornalismo e de Rádio, TV e Internet. Jornalista, mestre em Comunicação e Cultura, doutora em Ciência da Literatura, com Pós-doutorado em Comunicação e Cultura pelo PPGCOM/UFRJ. Professora permanente e coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF (PPGCOM/UFJF). Líder do Grupo de Pesquisa Narrativas midiáticas e dialogias (Namidia). Vice-coordenadora do GP Telejornalismo da Intercom.  
E-mail: [cthomereis@gmail.com](mailto:cthomereis@gmail.com)



**Cristiane Finger**

Professora titular do curso de Jornalismo da Famecos/PUCRS. Mestre e Doutora em Comunicação Social pelo PPGCOM/PUCRS. Professora permanente e Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUCRS. Líder do Grupo de Pesquisa Televisão e Audiência (GPTV). Conselheira da Rede TELEJor. Diretora Regional Sul INTERCOM. Coordenadora do GP Telejornalismo.

E-mail: cristiane.finger@pucrs.br

**Cristina Schmidt Portéro**

Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo), e Mestre em Teoria e Ensino da Comunicação pela UMESP (Universidade Metodista de São Paulo). É Jornalista, graduada pela Metodista-SP, com atuação no ensino, na pesquisa, e na assessoria de comunicação. Pesquisadora e Diretora Científica da Rede Folkcom? Rede Brasileira de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação. Diretora Administrativa da SOCICOM - Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (2019-2020). Integrante do Grupo de Pesquisa em Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidades da Intercom. Líder do Grupo de Pesquisa Políticas Públicas em Comunicação, Diversidade e Cidadania – CNPq.

E-mail: cris\_schmidt@uol.com.br

**Daniel Martín-Pena**

Professor de Comunicação Audiovisual e Jornalismo na Universidad de Extremadura, na Espanha. É Doutor em Comunicação e Educação pela Universidad de Huelva, diretor da Rádio Onda Campus e Decano da Faculdade de Ciências de Documentação e Comunicação da UEx.

E-mail: danielmartin@unex.es

**Debora Cristina Lopez**

Professora dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação



da UFOP e da UFPR. Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA). Desenvolve estágio pós-doutoral na Universidad de Extremadura (Espanha). Coordenadora do GP Rádio e Mídia Sonora da INTERCOM e presidente da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (RUBRA).

E-mail: debora.lopez@ufop.edu.br

### **Djalma Thürler**

Doutor em Letras com estudos nas áreas de Literatura Brasileira e Teatro (UFF), Mestre em Ciência da Arte (UFF) e Bacharel em Artes Cênicas e em Pedagogia, pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNI-RIO). Investigador Pleno do do CULT - Centro de Pesquisa Multidisciplinar em Cultura, da UFBA, Investigador Associado do CLAEC - Centro Latino-Americano de Estudos em Cultura e Investigador Colaborador do ILCML - Instituto de Literatura Comparada Margarida Losa, da Universidade do Porto (Portugal). É diretor artístico e dramaturgo da ATeliê voadOR Teatro (<http://www.atelievoadorteatro.com.br/>).

Professor permanente do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade e Professor Associado II do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências (IHAC) da Universidade Federal da Bahia. Vice-Coordenador do NuCuS - Núcleo de Pesquisa e Extensão em Cultura e Sexualidade (UFBA) e atual Coordenador Adjunto Acadêmico da Câmara II - Sociais e Humanidades, da Área Interdisciplinar da CAPES.

E-mail: djalmathurler@uol.com.br

### **Douglas Oliveira Calixto**

Jornalista formado pela UNESP, é mestre e doutorando em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Desenvolve pesquisa nas áreas de Comunicação, Educação e cibercultura e integra o grupo de pesquisa “Mediações Educomunicativas”, coordenado pelo prof. Adilson Citelli da ECA-USP. Atua como Grant Manager da Porticus.

E-mail: dodocalixto77@gmail.com

### **Felipe Pena**

Jornalista, escritor, psicólogo e professor associado III do DP de Comunicação Social da UFF. Mestre e Doutor em Letras (Literatura Brasileira) pela PUC-Rio, com estágio pós-doutoral em semiologia da imagem na Université de Paris/Sorbonne III, sob tutoria do professor François Jost. Autor de dez livros na área de Comunicação, trabalha como jornalista de TV desde 1995. Foi professor visitante da Universidade de Salamanca e visiting scholar da New York University. Atuou como Sub-Reitor da Universidade Estácio de Sá, onde foi diretor da Faculdade de Comunicação Social e coordenador da pós-graduação em telejornalismo e em jornalismo cultural. É diretor da INTERCOM e conselheiro da ABI.

E-mail: felipepena@lwmail.com.br

### **Fernando Oliveira Paulino**

Professor da Universidade de Brasília, onde coordena o Laboratório de Políticas de Comunicação (LaPCom) e o Projeto Comunicação Comunitária. Pesquisador PQ2 do CNPq. Presidente da Federação Brasileira de Associações Científicas e Acadêmicas da Comunicação (SOCICOM) e vice-presidente da Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação (ALAIC).

E-mail: fopaulino@gmail.com

### **Flávia Magalhães**

Doutoranda e mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Especialista em Comunicação e Imagem pela PUC-Rio. Faz parte do grupo de pesquisa Comunicação, Arte e Cidade (CAC), onde investiga territorialidades festivas, noturnidades e ativismos musicais. É colaboradora do projeto de pesquisa “Cartografias sensíveis das Cidades Musicais do Estado do Rio de Janeiro” financiado pela FAPERJ.

E-mail: flavinhamagalhaes@hotmail.com

### **Genio Nascimento**

Doutorando e Mestre em Comunicação Audiovisual pela Universidade Anhembi Morumbi (UAM). Bacharel em Letras pela Universidade de São Paulo (USP). É colaborador da INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação desde 2004 e coordenador da Expocom - Exposição e Prêmio de Pesquisa Experimental em Comunicação - Categoria Cinema e Audiovisual. É editor-assistente da Insólita - Revista Brasileira de Estudos Interdisciplinares do Insólito, da Fantasia e do Imaginário e editor na Gênio Editorial.

E-mail: genionascimento@gmail.com

### **Henrique Tenório**

Doutorando no PPGCOM/UFPE com pesquisa sobre performances de dança na cultura pop brasileira. Integrante do Laboratório de Análise de Música e Audiovisual (L.A.M.A.) e do Grupo de Pesquisa em Cultura Pop e Entretenimento (GruPOP), ambos na UFPE. Atualmente, tem interesse em estudos de comunicação e música, cultura pop, raça e etnicidade, audiovisual e performance.

E-mail: winglisonhenrique@gmail.com

### **Isabel Travancas**

Professora associada do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura e do curso de graduação Produção Editorial, ambos da Escola de Comunicação da UFRJ. Doutora em Literatura Comparada (UERJ). É autora dos livros: O mundo dos jornalistas (Summus Editorial, 2ª edição, 2011), O livro no jornal (Ateliê Editorial, 1998), Juventude e televisão (FGV, 2005) e A experiência da leitura entre adolescentes - Rio de Janeiro e Barcelona (Appris, 2020).

E-mail: isabeltravancas@gmail.com

### **Ivan Mussa**

Professor do Departamento de Mídias Digitais (DEMID/UFPB) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação

(PPGC/UFPB), ambos na Universidade Federal da Paraíba. Co-coordenador do Laboratório de Pesquisa em Mídia, Entretenimento e Sociedade (LENS/UFPB).

E-mail: ivanmussa@gmail.com

### **Ivan Paganotti**

Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Desenvolve pesquisa com auxílio Fapesp, processo nº 2020/15055-9, Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP). Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP).

E-mail: ivan.paganotti@metodista.br.

### **Jane Aparecida Marques**

Atualmente é Professora Livre Docente na área de Comunicação e Marketing na Universidade de São Paulo. Coordena o curso de Pós-Graduação Interunidades em Estética e História da Arte da Universidade de São Paulo e atua também no Mestrado Profissional em Empreendedorismo, da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade e no curso de graduação em Marketing da Escola de Artes, Ciências e Humanidades, todos da Universidade de São Paulo. Possui mestrado (2003) e doutorado (2008) em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo.

E-mail: janemarq@usp.br

### **João Martins Ladeira**

Professor adjunto da UFPR, atuando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e no Departamento de Comunicação. Possui doutorado em sociologia pelo IUPERJ (2009). Fez tanto o mestrado quanto a graduação em Comunicação pela UFF (2003, 2001). Seus principais interesses de pesquisa são tecnologias da comunicação e informação, estudos de audiovisual, arqueologia da mídia, cultura visual. É autor de *Imitação do Excesso: Televisão, Streaming e o Brasil*.

E-mail: joaomartinsladeira@gmail.com

**José Messias**

Professor adjunto do curso de Comunicação Social/Jornalismo e vice-coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão, campus Imperatriz. Coordenador do grupo de pesquisa GamerLab/UFMA.

E-mail: jose.cmsf@ufma.br

**Juliana Salles Souza**

Doutoranda (desde 2020) e Mestra em Ciências, na linha de pesquisa Comunicação e Cultura, do Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina (PROLAM-USP) (2019). Possui graduação em Jornalismo pela Faculdade PAULUS de tecnologia e Comunicação (2015). É membro do grupo de pesquisa Movimentos Sociais, Cultura, Comunicação e Território na América Latina, do Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação (CELACC-USP) e integrante do Observatório de Coletivos Culturais das Periferias de São Paulo (OCCP-USP).

E-mail: julianasalles@usp.br

**Katarini Miguel**

Docente nos cursos de graduação em Jornalismo e no mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Coordenadora do GP Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente da Intercom. Líder do Grupo de Pesquisa “Comunicação e Mobilização dos Movimentos Sociais em Rede” (CNPq/UFMS). Integrante do grupo executivo da Rede Brasileira de Mulheres Cientistas. Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo com período de doutorado sanduíche na Universidade Complutense de Madri.

E-mail: katarini.miguel@ufms.br

**Larissa Leda F. Rocha**

Pós-Doutorado na ECA-USP. Doutorado na PUC-RS. Professora do Departamento de Comunicação Social e da Pós-

Graduação em Artes Cênicas da UFMA. Editora da Cambiassu (UFMA/PPGCOMPRO). Coordenadora do Observatório de Experiências Expandidas em Comunicação (ObEEC/UFMA/CNPq). Coordenadora do GP Ficção Televisiva Seriada da INTERCOM.

E-mail: [larissa.leda@ufma.br](mailto:larissa.leda@ufma.br)

### **Leonel Aguiar**

Professor do PPGCOM da PUC-Rio, exerce o cargo de coordenador do Curso de Jornalismo do departamento. Em dezembro de 2020, assumiu novamente o cargo de coordenador do GP Teorias do Jornalismo da INTERCOM. Possui Doutorado e Mestrado em Comunicação e Cultura (UFRJ), com graduação em Comunicação Social/Jornalismo (UFF). Exerceu o cargo de coordenador do GP Teorias do Jornalismo da INTERCOM no período 2013-2016.

E-mail: [laaguiar@uol.com.br](mailto:laaguiar@uol.com.br)

### **Lígia Prezia Lemos**

Doutora e mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, USP, com Pós-doutorado pela mesma instituição. Vice-Coordenadora do GP Ficção Televisiva Seriada da INTERCOM. Pesquisadora do GELiDis, Grupo de Pesquisa Linguagens e Discursos nos Meios de Comunicação (ECA-USP) e do ObEEC, Observatório de Experiências Expandidas em Comunicação (UFMA).

E-mail: [ligia.lemos@gmail.com](mailto:ligia.lemos@gmail.com)

### **Luísa Chaves de Melo**

Doutora em Literatura Comparada, professora agregada no Departamento de Comunicação da PUC-Rio, integrante do grupo de pesquisas Narrativas da vida moderna na cultura midiática – dos folhetins às séries audiovisuais (CNPq).

E-mail: [luisa.melo@puc-rio.br](mailto:luisa.melo@puc-rio.br)

### **Luíza Santos**

Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), com estágio doutoral

na Goethe Universität (ALE) e no Sussex Humanities Lab da University of Sussex (UK). Atualmente, é professora substituta do Departamento de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa. É coordenadora do GP Tecnologias e Culturas Digitais da Intercom. Pesquisa mídias e culturas digitais, inteligência artificial, discurso de ódio e gênero. Consultora de pesquisa científica e comunicação digital Escola de Comunicação (@edecomunicacao).

E-mail: luizacdsantos@gmail.com

### **Magali do Nascimento Cunha**

Pesquisadora do Instituto de Estudos da Religião (ISER). Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Coordenadora do GP Comunicação e Religiões da INTERCOM e editora-geral do Coletivo Bereia – Informação e Checagem de Notícias.

E-mail: magali.ncunha@gmail.com

### **Manoel Dourado Bastos**

Professor Associado do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina. Doutor em História pela Unesp. Coordenador do Laboratório CUBO (Economia Política da Comunicação e Crise do Capitalismo), atualmente é presidente da Ulepicc-Brasil (2020-2022).

E-mail: manoel.bastos@uel.br

### **Marcelle Chagas**

Jornalista, mestranda em comunicação (UFF), pós-graduada em marketing e comunicação online (UCAM), possui passagens por redação de rádio, jornal impresso, online e agências de comunicação. Coordenadora da Rede JP de jornalistas Pela Diversidade na Comunicação e do Observatório de gênero, raça e territorialidade da Universidade Federal Fluminense em que pesquisa a desinformação com recorte de gênero, raça e território.

E-mail: marcellechagas@id.uff.br



**Marcelo Sabbatini**

Doutor em Teoria e História da Educação pela Universidade de Salamanca, professor do Centro de Educação da Universidade Federal de Pernambuco e do Programa de Pós-Graduação em Educação Matemática e Tecnológica da mesma instituição. Membro fundador da Rede Folkcom – Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação. Coordenador do GT Comunicação Intercultural e Folkcomunicação, da Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação (ALAIIC). Vice-coordenador do GP Folkcomunicação da INTERCOM.

E-mail: marcelo.sabbatini@ufpe.br

**Márcia Guena**

Doutora em História pela Universidade Complutense de Madrid (UCM), mestre pelo em Programa de Pós Graduação Em Integração da América pela Universidade de São Paulo (USP) e graduada em Jornalismo (USP). Atua como Professora do curso de Jornalismo em Múltiplos Meios da Universidade do Estado da Bahia (UNEB) – Campus de Juazeiro e como professora colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Educação Cultura e Territórios Semiáridos (PPGESA-UNEB). Atualmente desenvolve pesquisas com fotografia e hierarquias étnico-raciais, estudando comunidades quilombolas e de religiões de matriz africana no submédio São Francisco. Coordena o Grupo de pesquisas RHECADOS - Hierarquizações Raciais, Comunicação e Direitos Humanos, coordenadora do GP Comunicação Antirracista e Pensamento Afrodiaspórico da Intercom.

E-mail: marciaguena@gmail.com

**Márcio Souza Gonçalves**

Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ. Doutor em Comunicação (UFRJ). Coordenador do Laboratório de Investigação da História da Comunicação (UERJ).

E-mail: msg@uerj.br

**Marco Schneider**

Pesquisador Titular do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict). Professor Associado da Universidade Federal Fluminense (UFF). Professor dos Programas de pós-graduação em Ciência da Informação (PPGCI-Ibict / ECO-UFRJ) e em Mídia e Cotidiano (PPGMC-UFF). Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Líder do grupo de pesquisa Perfil-i (Perspectivas Filosóficas em Informação). Representante na América Latina do International Center for Information Ethics (ICIE). Bolsista de produtividade CNPq. Cientista do Nosso Estado Faperj.

E-mail: marcoschneider@ibict.br

**Marcos Paulo da Silva**

Professor associado da UFMS, orientando e lecionando no PPGCOM, no PPGEL e no curso de graduação em Jornalismo. Atualmente desenvolve pós-doutorado como pesquisador visitante na School of Journalism da Michigan State University com bolsa do CNPq. Foi presidente (2019-2021) e diretor científico (2017-2019) da SBPJor e vice-coordenador (2017-2020) do GP Teorias do Jornalismo da INTERCOM. Doutor em Comunicação Social pela UMESS, com estágio de doutorado-sanduíche na Syracuse University. Jornalista e mestre em Comunicação pela UNESP. É líder do Grupo de Pesquisa Cotidiano e Noticiabilidade.

E-mail: marcos.paulo@ufms.br

**Marcus Vinicius Pereira**

Graduado em Jornalismo (Faculdade Casper Líbero - SP), especialista em Gestão da Informação Digital (FESP - SP), em especialização em Ciência de Dados (USP Esalq). Pesquisador do GP Comunicação Antirracista e Comunicação Afrodiaspórica, militante do núcleo de tecnologia do MTST e embaixador da Open Knowledge Brasil.

E-mail: marcusvinicius85@gmail.com

**Maria Cristina Gobbi**

Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq. Livre-Docente em História da Comunicação e da Cultura Midiática na América Latina (2014). Concluiu o Pós-doutorado (2008) no Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo - PROLAM/USP. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista - UNESP. Desde 2017 é professora do PPGMiT - doutorado acadêmico.

E-mail: mcgobbi@terra.com.br

**Marialva Barbosa**

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRJ. Professora Titular da Escola de Comunicação da UFRJ. Foi professora visitante da Universidade Nova de Lisboa e Universidade Fernando Pessoa (Portugal). Foi Diretora Científica, Vice-Presidente e Presidente da Intercom (2014-2017). Ganhou o Prêmio Maturidade Acadêmica da INTERCOM, em 2008.

E-mail: marialva153@gmail.com

**Marília de Araujo Barcellos**

Professora Associada do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM. Doutora em Letras/Estudos de Literatura (PUC-Rio). Coordenadora do Laboratório pe.com UFSM - Editora Experimental do Curso de Comunicação Social - Produção Editorial. Vice-coordenadora do GP Produção editorial da INTERCOM.

E-mail: mariliabarcellos@gmail.com

**Michel Carvalho**

Doutor em Ciências Humanas e Sociais pela UFABC. Mestre em Ciências da Comunicação pela USP. Chefe dos Serviços de Comunicação Social da Câmara Municipal de Cubatão (SP). Integrante da ABCPública e do Grupo de Pesquisa MECOM-USP.

E-mail: midiacidada@gmail.com

**Monica Franchi Carniello**

Doutora em Comunicação e Semiótica (PUCSP) com pós-doutorado pela Universidade do Minho – Portugal e pela Universidade Metodista de São Paulo, professora-pesquisadora do Programa de Mestrado em Planejamento e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté e da Faculdade de Tecnologia de Pindamonhangaba, Taubaté, SP, Brasil.

E-mail: monicafcarniello@gmail.com

**Nadja Vladi Gumes**

Professora adjunta da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia e docente Permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRB. Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pelo PósCom/UFBA. Uma das líderes do grupo de pesquisa Música e Mediações Culturais/MusPop (UFRB) e pesquisadora associada do Laboratório de Análise em Música e Audiovisual (L.A.M.A), ligado ao Programa de Pós-Graduação da UFPE. É coordenadora do GP Comunicação, Música e Entretenimento da INTERCOM. Pesquisa música e comunicação, com ênfase em cenas, feminismos, territorialidades, raça/etnia.

E-mail: nadjavladi@ufrb.edu.br

**Nair Prata**

Jornalista (UFMG), doutora em Linguística Aplicada (UFMG), com estágio de pós-doutoramento na Universidad de Navarra (Espanha). Professora do programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Diretora Científica da INTERCOM.

E-mail: nairprata@uol.com.br

**Nara Lya Cabral Scabin**

Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi/SP. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo

(USP). Coordenadora do GP Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão da INTERCOM.

E-mail: naralyacabral@yahoo.com.br.

### **Octavio Penna Pieranti**

Doutor em Administração pela Escola Brasileira de Administração Pública. Professor no Programa de Pós-graduação em Mídia e Tecnologia da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista (PPGMiT/Faac/Unesp). Pesquisador Emérito do Núcleo de Estudos de Administração Brasileira (ABRAS/UFF) e do Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia, Educação e Criatividade (Lecotec) da FAAC/UNESP. Autor/organizador de nove livros.

E-mail: octavio.pieranti@unesp.br

### **Paulo Fernando Lopes**

Professor titular na Universidade Federal do Piauí e doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. É professor na linha de pesquisa Processos e Práticas em Jornalismo do Mestrado em Comunicação da UFPI. Coordenador do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Discursos.

E-mail: lopespaulofernanando@gmail.com

### **Paulo Giraldi**

Pós-Doutorando na Universidade de São Paulo (ECA/USP). Professor Permanente do Mestrado em Desenvolvimento Regional (PPGMDR/UNIFAP) e do Colegiado de Jornalismo. Doutor em Comunicação e Sociedade pela Universidade de Brasília (UnB/PPGCOM) [2019]. Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Estadual Paulista (FAAC/UNESP) [2013]. Atual coordenador do Grupo de Pesquisa Pensamento Comunicacional e Cultural Latino-Americano da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM).

E-mail: paulogiraldi2@gmail.com

**Paulo Victor Melo**

Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Desenvolve pesquisa de pós-doutoramento na Universidade da Beira Interior/Portugal. Coordenador do Centro de Comunicação, Democracia e Cidadania da UFBA. Vice-coordenador do Grupo de Pesquisa Comunicação Antirracista e Pensamento Afrodiaspórico da Intercom.

E-mail: paulo.melo@ubi.pt

**Rafael Grohmann**

Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Coordenador do Laboratório de Pesquisa DigiLabour. Diretor Científico da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS). Entre os projetos que coordena, estão Fairwork Brasil, Observatório do Cooperativismo de Plataforma e Trabalho em Fazendas de Clique. Organizador do livro Os Laboratórios do Trabalho Digital (Boitempo).

E-mail: rafael-ng@uol.com.br

**Raquel Lobão Evangelista**

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho/UNB. Professora agregada ao Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Católica de Petrópolis. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Comunicação, Consumo e Subjetividade (CNPq).

E-mail: raquellobao80@gmail.com

**Ricardo Costa Alvarenga**

Professor e Pesquisador Visitante no Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA)-Campus Imperatriz pela Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA). Doutor e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista

de São Paulo (UMESP). Vice-coordenador do GP Comunicação e Religiões da INTERCOM e coordenador do Setor Jovem da Associação Católica de Comunicação - SIGNIS Brasil.  
E-mail: ricardocalvarenga@gmail.com

### **Rodrigo Gabrioti**

Doutor em Comunicação. Professor e coordenador de Jornalismo da Athon Ensino Superior. Diretor adjunto de projetos da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM).  
E-mail: rgabrioti@hotmail.com

### **Rogério Pelizzari de Andrade**

Doutor e mestre em Ciências da Comunicação, além de especialista em Gestão de Processos Comunicacionais pela ECA/USP. Coordenador de mídias digitais da Prefeitura de São Paulo, consultor pela Fundação Vanzolini em projeto de gestão educacional, formador do Núcleo de Educomunicação da Secretaria de Educação do Município de São Paulo (SME/SP) e vice-coordenador do grupo de pesquisa Comunicação e Educação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM).  
E-mail: rpelizzari@alumni.usp.br

### **Roseli Figaro**

Professora Livre-docente, bolsista Produtividade em Pesquisa do CNPq, Nível 2. É coordenadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT) e do GP Comunicação e Trabalho da INTERCOM. Presidenta da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação (COMPOS).  
E-mail: figaro@uol.com.br

### **Sandra Reimão**

Professora da USP, na Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH). Bolsista de Produtividade em Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).



Publicou, entre outros, os livros: Mercado Editorial Brasileiro (ECA-USP, 2018, nova ed.); e Repressão e resistência - censura a livros na ditadura militar (EDUSP/ FAPESP, 2019, 2ª ed.).  
E-mail: sandrareimao@usp.br

### **Sérgio Luiz Alves da Rocha**

Doutor em Educação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Docente do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro (IFRJ). Membro do LEC – Laboratório de Estudos da Cidade, atuando na linha de pesquisa Cidade, Juventude, Escola e Tecnologia. Coordenador do grupo de pesquisa Comunicação e Educação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).  
E-mail: sergio.rocha@ifrj.edu.br

### **Sônia Jaconi**

Doutora em Comunicação Social pela UMESp, pós-doutoranda em Educação pelo IEA-USP, mestre em Letras, professora formadora da Secretaria Municipal de Educação de São Paulo, diretora de Projetos da INTERCOM, assessora e consultora educacional.  
E-mail: sonia.jaconi@usp.br

### **Suely Fragoso**

Professora Titular-Livre da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), onde atua nos cursos de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom) e Graduação em Publicidade e Propaganda e Relações Públicas. Coordenadora do Laboratório de Artefatos Digitais (LAD/UFRGS), criado em 2005, e fundadora e primeira presidente da Divisão Brasileira da Digital Games Research Association (DIGRA-Brasil). É Ph.D. em Communication Studies pela University of Leeds (Reino Unido, 1998), Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP (1992) e arquiteta pela USP (1987).  
E-mail: suelyfragoso@ufrgs.br

**Tarcízio Silva**

Atualmente é Tech + Society Fellow pela Fundação Mozilla e curador na Desvelar. Pesquisador, mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA, realiza doutorado em Ciências Humanas e Sociais na UFABC. Autor do livro “Racismo Algorítmico: mídia, inteligência artificial e discriminação nas redes digitais”.

E-mail: eu@tarciziosilva.com.br

**Thales Vilela Lelo**

Pesquisador de pós-doutorado, no departamento de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, com bolsa da Fundação e Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo – FAPESP. É doutor em Ciências Sociais pela UNICAMP, e membro do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho. É autor do livro *Jornalismo e Transformação*, relatos de uma profissão em crise da Mercado de Letras.

E-mail: thales.lelo@gmail.com

**Valdir Roque Dallabrida**

Geógrafo, Doutor em Desenvolvimento Regional, com pós-doutorado na Universidade de Lisboa (Portugal), pesquisador do CNPQ com atuação como Professor Visitante no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial Sustentável da Universidade Federal do Paraná (Setor Litoral), Matinhos –PR, Brasil.

E-mail: valdirdallabrida@gmail.com

**Vitor Belém**

Jornalista. Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, coordenador do curso de Jornalismo e da Assessoria de Comunicação da UFS. É docente permanente do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM-UFS). Líder do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Narrativas Audiovisuais (Jornau). Vice-coordenador do GP Telejornalismo da Intercom.

E-mail: vitorbelem@academico.ufs.br

**Zilda Martins**

Professora colaboradora da Escola de Comunicação da UFRJ - ECO/UFRJ, doutora e mestre em Comunicação e Cultura pela ECO, pós doutorado pela École des hautes études en sciences sociales (EHESS), com bolsa Capes/2019. É Pesquisadora do Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária (LECC) – ECO/ UFRJ, fundadora e coordenadora do Grupo de estudos Muniz Sodré sobre Relações Raciais (GEMS) – LECC/ ECO/ UFRJ. Dialoga com temas como comunicação, mídia, comunidade, hegemonia e contra-hegemonia, com foco em relações raciais, políticas públicas de ações afirmativas, cotas raciais e Negritude. Autora do livro *Cotas raciais e o discurso da mídia: um estudo sobre a construção do dissenso*.

E-mail: [zildamarti@yahoo.com.br](mailto:zildamarti@yahoo.com.br)

Todos os direitos desta edição reservados à:

INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

Av. Brigadeiro Luís Antônio, 2050 - Bela Vista

CEP 01318-002 - São Paulo - SP

Tel.: (11) 3892 7558

Site: [portalintercom.org.br](http://portalintercom.org.br)

E-mail: [secretaria@intercom.org.br](mailto:secretaria@intercom.org.br)