
O Papel Social do Telejornalismo em Defesa da Liberdade de Expressão e da Democracia Plena no Brasil¹

Flávio PORCELLO²

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre/RS

Resumo

O presente trabalho analisa a vitória na eleição e os seis primeiros meses do governo Bolsonaro com foco no uso de mentiras e informações falsas no noticiário político deste período. Assim retomamos a discussão proposta ano passado no último Intercom quando alertamos que a mentira poderia decidir a eleição de 2018. Foi o que aconteceu. Afinal, como vimos, foi possível fazer campanha com um exército de robôs propagadores de *fake news* contaminando o processo eleitoral e decidindo o pleito. Mas como estamos vendo agora: é impossível governar pela internet! Analisaremos aqui os mecanismos de controle e proteção adotados pela imprensa para tentar barrar as inverdades no noticiário e os caminhos possíveis para valorizar o Telejornalismo nestes tempos da chamada “pós-verdade”, eufemismo para encobrir e disfarçar notícias falsas.

Palavras-chave: Telejornalismo; televisão; jornalismo; mídias sociais; *fake news*

Introdução:

No 41º Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (Intercom), realizado de 2 a 8 de setembro do ano passado na Universidade de Joinville (Univille) em Joinville (SC) apresentei, em co-autoria com Francielly Brites, neste Grupo de Pesquisa Telejornalismo o trabalho intitulado “Verdade x Mentira: a ameaça das *fake news* nas eleições de 2018 no Brasil”. Era um momento de debate mundial sobre a propagação de notícias falsas pelas redes sociais e a influência das mentiras no processo de circulação das informações na campanha eleitoral em curso no Brasil. Notícias falsas sempre existiram, porém, agora vivemos em uma era de propagação instantânea, na qual é possível reproduzir e disseminar informações falsas de forma mais rápida e sem o tempo necessário para a checagem entre o que é falso e o que é verdadeiro. Foi o que aconteceu no processo eleitoral de 2018 e acabou influenciando de forma direta o resultado da eleição para Presidência da República.

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista Diplomado pela UFRGS, Doutor em Comunicação pela PUCRS, professor de Telejornalismo no curso de Jornalismo da UFRGS. E-mail: flavio.porcello@ufrgs.br

A marca das eleições de 2018 foi a propagação de mentiras e notícias falsas durante a campanha eleitoral. E como foi dito à época no GP Telejornalismo do Intercom em setembro daquele ano: “Cuidado: a mentira poderá eleger o futuro presidente!”. Infelizmente, confirmou-se a previsão! E nos seis primeiros meses do governo Bolsonaro nada mudou. As notícias falsas e inverdades continuaram circulando e confundindo a opinião pública. E, como testemunhamos, foi possível fazer campanha eleitoral com um exército de robôs propagadores de *fake news* contaminando o processo eleitoral e decidindo a eleição. Jair Bolsonaro foi o primeiro presidente eleito pelas redes sociais pois negou-se a ir a debates com os adversários ou participar de entrevistas onde teria que enfrentar perguntas de jornalistas. O candidato de coligação “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos” (PSL-PRTB), Jair Bolsonaro, venceu em segundo turno com 55,13% dos votos válidos (57.797.847 votos). O candidato Fernando Haddad, do PT, teve 44,87% (47.040.906 votos).

Mas, como estamos vendo, é impossível governar pela internet.

O próprio presidente da República, ministros, assessores, correligionários e apoiadores políticos utilizam-se de métodos impróprios para divulgação de informações propositalmente imprecisas ou falsas sobre atos e medidas oficiais. O presidente despreza os canais habituais de comunicação com o público e manifesta-se publicamente pelas redes sociais como Twitter, Instagram, Facebook e grupos de WhatsApp ou em depoimentos feitos durante os cultos da igreja que frequenta no Rio de Janeiro. Bolsonaro também faz transmissões ao vivo por seu canal nas redes sociais todas as 5as-feiras à noite para comunicar-se com a população, desprezando entrevistas ou pronunciamentos formais à imprensa. São “improvisos” programados e planejados, onde ataca o Jornalismo e diz estar falando ali o que “a mídia quer esconder”. Gera os conteúdos com recursos técnicos primários para simular a ideia de um vídeo amador feito em alguma peça da casa com iluminação e áudio propositalmente ruins.

Expressa-se também, com frequência, pelas vozes e postagens de seus filhos que exercem forte influência política no destino do pai e do país. Mas influência maior quem exerce é o autoproclamado filósofo Olavo de Carvalho, que já foi astrólogo e declarava-se jornalista quando escrevia colunas em jornais e publicava livros. Morando nos Estados Unidos ele manda instruções ao presidente e seus filhos, com críticas que provocam sucessivas crises que geram demissões de ministros e ocupantes de cargos importantes. Depois de colecionar desafetos no início do governo, anunciou em maio que ia se calar:

“Vou ficar quietinho agora, não me meto mais na política brasileira. O Brasil escolheu confiar em pessoas que não merecem sua confiança e agora vai se danar”, previu o ex-astrólogo.

Neste 42º Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (Intercom), de 2 a 7 de setembro deste ano na Universidade Federal do Pará (UFPA) em Belém (PA), o tema está sendo retomado, atualizado e, com o devido distanciamento crítico, melhor analisado. Afinal, nos seis primeiros meses dos quatro anos previstos, o governo Bolsonaro gerou mais crises do que realizações concretas e todas elas tiveram enorme exposição e repercussão. Crises políticas e institucionais foram desencadeadas no primeiro semestre de governo pelos atritos entre o grupo familiar e círculo de amizades esotéricas do presidente com as instâncias superiores do poder, como os militares que compõem o primeiro escalão de governo, as esferas parlamentares do Congresso Nacional, a mídia convencional, universidades públicas, professores, técnicos administrativos e alunos, a quem o presidente da República referiu-se como “imbecis e idiotas úteis”³. Ele desautoriza o papel da imprensa e deslegitima a produção científica e a busca do conhecimento. Seu governo faz reiteradas afrontas ao ensino público e gratuito no país. O ministro da Educação, Abraham Weintraub, fez várias afirmações criticando a “balbúrdia” nas universidades federais que classificou de “improdutivas”⁴.

O combustível que impulsiona as crises é sempre originário de manifestações impróprias para um governo republicano. E, na maior parte das vezes, as informações falsas, inverídicas ou imprecisas vêm dissimuladas pelo anonimato, perfis falsos ou a utilização de robôs para amplificar e dar maior extensão às informações e opiniões que circulam nas redes. O melhor antídoto contra as *fake news*, também disfarçadas pela agora denominada “pós-verdade”, é a verdade pura e simples. E o mais confiável caminho para fazer com que a informação chegue precisa e verdadeira ao público é o bom e honesto jornalismo! A frase não é nova e nem recente, mas é sempre oportuno lembrá-la:

³ Em entrevista à jornalistas durante sua visita à Fundação George Bush, em Dallas, no Texas (EUA) em 15/05/2019.

⁴ O relatório *Research in Brazil*, produzido pela *Clarivate Analytics* para a Capes revela que entre 2011 e 2016 a quase totalidade do conhecimento científico produzido no país vem das universidades públicas, onde 70,2% dos alunos possuem renda familiar inferior a um salário mínimo e meio e 51,2% são negros, conforme a V Pesquisa do Perfil Socioeconômico e Cultural dos Estudantes de Graduação, realizada pela Andifes.

“Jornalismo é publicar o que não querem que se publique. O resto é publicidade e propaganda”.⁵

Procedimentos Metodológicos

Para embasar teoricamente os elementos técnicos e pressupostos teóricos levados à discussão naquele momento pré-eleitoral e posteriormente à eleição e os seis primeiros de governo Bolsonaro, utilizamos o método Dialético Histórico-Estrutural (DHE), de John Thompson (2000). O objetivo aqui é buscar caminhos que auxiliem o telejornalismo brasileiro a criar mecanismos de proteção como, por exemplo, checagem rigorosa, olhar atento, descrição adequada e precisa com informações certas sobre fatos políticos do cotidiano⁶. Pretendemos novamente propor desafios, questionamentos e provocar inquietações para que a audiência que consome notícias pela mídia, em especial a televisão, saiba distinguir verdade e mentira nas informações que recebe. Empresas de conteúdo, como agências de notícias, jornais e, inclusive, o Facebook, têm se mobilizado a identificar e barrar as *fake news*, além de informar suas características para que o próprio público as detecte e as denuncie.

O Facebook, por exemplo, lançou um programa de verificação das informações veiculadas em parceria com as agências de *fact-checking* Lupa e Aos Fatos, entre outras iniciativas com o mesmo propósito de checagem. Inclusive, essas empresas têm surgido para realizar cruzamentos de dados, pesquisas, registros e demais informações para considerar um fato verdadeiro. O Facebook, que já tinha alcançado em junho de 2019 mais de 2,3 bilhões de usuários no mundo (123 milhões no Brasil, de acordo com o Datafolha), adotou uma política interna para detectar e remover informações falsas da rede. A providência foi adotada em 2016, um mês após a vitória de Donald Trump nas eleições norte-americanas. A iniciativa envolve 43 organizações em todo o mundo, trabalhando em 24 línguas e consiste em utilizar ferramentas para conferir conteúdos gerados por usuários ou pelos algoritmos da rede que sejam potencialmente falsos. Os verificadores conferem as informações, às vezes até produzindo um “artigo explicativo”.

⁵ O nome do autor da frase é William Randolph Hearst, jornalista norte-americano protagonista do filme Cidadão Kane. Em 1895 ele era proprietário de 28 diários e 18 revistas nos Estados Unidos.

⁶ O conceito está melhor explicado e mais amplamente detalhado no livro de John Thompson, intitulado O escândalo político: Poder e visibilidade na Era da Mídia. Petrópolis: Vozes, 2000.

Usuários que tenham compartilhado notícias supostamente falsas recebem notificação e a publicação perde força no *feed* da rede social. Em fevereiro de 2019 o Facebook comemorou o resultado de um estudo conduzido por pesquisadores nas universidades de Princeton, Michigan, Exeter e Washington identificando que o consumo de notícias falsas diminuiu nestes últimos três anos. Outras três pesquisas de instituições diferentes e utilizando metodologias diversas também apontaram redução no volume de notícias falsas em circulação no Facebook. Remover, reduzir, informar é o lema da rede social para tentar evitar a proliferação de notícias falsas na internet. “Apesar de nos sentirmos encorajados por esses estudos, sabemos que a desinformação é algo altamente contraditório e estamos comprometidos com nosso papel no esforço de longo prazo que combater as notícias falsas vai exigir”, publicou a rede social em nota oficial (JUSTINO, ZH, 2019, pgs 30 e 31).

O jornal Folha de S.Paulo publicou matéria explicando que as bolhas no Twitter não refletem espontaneidade em suas mensagens. Diz o jornal que as bolhas surgem na rede social por ação de grupos organizados. E o pesquisador Fábio Malini do Laboratório de estudos sobre Imagem e Cibercultura da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) explica a afirmação:

Quer ter popularidade? Pegue de cinco a dez influenciadores para publicar conteúdo original, uns mil perfis (que retuitarão o conteúdo) e forma uma bolha. A partir daí será visto e até analisado. Como é um grupo coeso, rapidamente uma mensagem padronizada pode ganhar força dentro da bolha e, então, passa ser notada por outros grupos (MALINI, Folha de S.Paulo, 9/5/2019).

O pesquisador exemplifica que o uso da imagem da mão imitando uma arma de fogo foi popularizada pelos seguidores de Jair Bolsonaro, que também usava essa imagem na campanha eleitoral de 2019 e depois eleito e empossado como presidente. Malini complementa que a formação das bolhas de internet pode ser acelerada e impulsionada por robôs e por parlamentares e marqueteiros políticos.

Ao jornal O Globo, em 17/5/2019, Malini disse que a militância política nos sites e blogs à época do PT migrou para as mídias digitais. Nos protestos pelo impeachment de Dilma Rousseff em 2016 sabia-se das manifestações pelas páginas de eventos do Facebook com predominância da esquerda militante. O ambiente mudou para WhatsApp e Twitter na campanha eleitoral de Bolsonaro e a direita militante predominou até a eleição dele. O autor diz que “a internet é um camaleão”. De sites e blogs, o ativismo foi

para o Facebook, e depois migrou para grupos de WhatsApp e Twitter onde concentra-se atualmente. (MALINI, O Globo, 17/5/2019)

A Folha de S.Paulo também analisou 1,8 milhão de perfis na rede social focando o interesse da pesquisa em “política no twitter” e o resultado foi que, tanto usuários radicais de esquerda quanto de direita, seguem poucas pessoas fora de seus grupos ideológicos e pouco compartilham mensagens de outros segmentos distintos de suas preferências ideológicas. Nos 5% mais radicais de esquerda a diversidade é de 35%, nos mais radicais de direita a diversidade é de 5% e nos de centro 67% são de pessoas fora de seu grupo ou interesse político. O jornal chama sua pesquisa de GPS ideológico.

No livro intitulado **Sobre o autoritarismo brasileiro** (2019), a antropóloga e historiadora Lilia Moritz Schwarz debruça-se sobre os primeiros meses da Era Bolsonaro no Brasil e aponta razões que ajudam a explicar sua vitória eleitoral e a forma como governa flertando com o autoritarismo.

Com a onda de protestos nas ruas em junho de 2013 e depois o impeachment de Dilma Rousseff em 2016 já estava sendo preparado o clima para o que aconteceu em 2018:

Eu acredito que se abriu o caldeirão da democracia e se abriu para tudo. Se tomarmos a votação da Câmara Federal para o impeachment de Dilma como termômetro, já é significativo o que as pessoas disseram naquela ocasião. O discurso dos deputados foi de um “familismo coletivo”. O próprio discurso do então deputado Bolsonaro elogiava torturador (SCHWARCZ, em entrevista ao site uol.com.br dia 05/06/2019).

E completa:

Acho que nós, uma parte da intelectualidade, não vimos esse movimento crescer. Também não atentamos para a realidade das igrejas evangélicas ou atentamos com muito preconceito. Veio então esse caldo de ressentimentos, inclusive com a Constituição de 1988, com o direito das minorias (SCHWARCZ, em entrevista ao site uol.com.br dia 05/06/2019).

Como nos artigos anteriores, essa pesquisa será direcionada à televisão por se tratar de um veículo de referência, além de ter maior abrangência, pois está presente na vida de 95% dos brasileiros e possui a maior credibilidade, de acordo com 63% da população entrevistada pela Pesquisa Brasileira de Mídia, dado que sobre para 89% quando somadas a primeira e a segunda opção (PBM/2016). Também é importante ressaltar seu potencial de mostrar imagens que transmite a sensação de que se está na TV é verdade:

A televisão dá prioridade ao componente visual, de maneira a causar fascinação ao público. Ela aumenta o peso da imagem em relação ao valor da palavra. E o telespectador decodifica, mais facilmente, os códigos visuais do que os verbais. Se alguém diz que “isso apareceu na TV”, o outro aceita, passivamente, a situação como um fato real: “Se apareceu na TV, então aconteceu”. (PORCELLO, 2006a, p. 82)

O senso comum pode dizer que iniciamos esta pesquisa nos contradizendo. Uma vez que uma informação não é verídica, ela não pode ser notícia. Isso porque para ela existir precisa ser verdadeira, verificável, checada e chancelada por um jornalista. Porém, Miquel Rodrigo Alsina, da Universidade Pompeu Fabra (Barcelona, Espanha) questiona o que é um fato verdadeiro e nos faz refletir sobre a notícia não ser um fato, mas, sim, a narração de um fato:

A veracidade da notícia é um tema absolutamente questionável. Existem notícias falsas e nem por isso deixam de ser notícias. O conceito de notícia, não leva implícito o conceito de verdade. Nesse sentido, no dicionário dirigido por Moles (1975;495) é dito que: “a notícia é a narração de um acontecimento, de uma parte da vida individual ou coletiva, de algo verdadeiro ou fingido, provado ou não como um boato (ALSINA, 2009, p. 296).

Seguindo o pensamento de Alsina (2009), podemos dizer que notícias que não são verdadeiras sempre existiram. Porém, as *fake news* não são notícias distorcidas, erradas ou mal apuradas. Elas são notícias falsas criadas propositalmente para enganar visando alguma vantagem sobre isso. Os boatos sempre existiram, o que muda é o contexto em que estamos inseridos, a velocidade e a profissionalização com que as *fake news* tem se multiplicado e espalhado.

Jenkins, Green e Ford (2014, p. 246) nos lembram que para uma mídia se tornar propagável, é necessário a facilidade de acesso e o compartilhamento de conteúdo por parte do público, o conteúdo tem que ter potencial para gerar conversas, ser relevante, entre outros. As *fake news*, por sua vez, têm se tornado um resultado negativo do volume de informações disponíveis, transformando-se em um desafio para o jornalismo que têm como matéria prima as notícias.

Em todo momento conteúdos são publicados e compartilhados na internet. Essa mudança de comportamento, proporcionada por redes sociais e tecnologias, favoreceram ainda mais a crise de credibilidade que o jornalismo tem atravessado. Porém, podemos levantar a hipótese de que o surgimento do debate sobre as *fake news* pode reforçar a

importância de uma empresa ou um profissional por trás de uma informação, assim, estimulando a busca por conteúdos oriundos de emissoras jornalísticas e assinados por jornalistas. Afinal, o papel do jornalista é selecionar entre todos os fatos que acontecem no mundo o que merece ser contado como notícia.

Desde 2016 a palavra pós-verdade (*post-truth*) tem estado em evidência. Um dos reflexos disso foi quando a Oxford Dictionaries da Universidade de Oxford, no Reino Unido, a elegeu a palavra do ano em 2018.⁷ Seu significado foi estabelecido para descrever quando fatos são menos influentes na opinião pública do que os conteúdos relacionados à emoção e à crença pessoal. É importante ressaltar que, na maioria das vezes, seu uso está relacionado a assuntos políticos. Também não foi por acaso que sua relevância aumentou no contexto do referendo britânico sobre a União Europeia e nas eleições presidenciais dos Estados Unidos.

Televisão e memória

Fato comum em campanhas eleitorais, e muito além delas no cenário político brasileiro, é o uso da mentira como arma para conquistar votos. Na campanha eleitoral e nos primeiros seis meses do governo Bolsonaro, a Rede Globo exerceu forte crítica em seus telejornais. Já havia agido assim no final dos governos Lula e também nos mandatos de Dilma Rousseff e Michel Temer. Mas nada que se compare ao governo eleito em 2018. Por sua vez, o presidente Jair Bolsonaro e sua equipe de governo não escondem a insatisfação com a rede Globo, tanto que para entrevistas exclusivas e anúncio de medidas, o presidente escolhe a rede Record, que ostensivamente o apoia, e também a Rede tv! e o SBT. A propósito de escolhas é oportuno lembrar que, mesmo preferindo usar sua conta no Twitter ou postar vídeos no Youtube, o presidente Bolsonaro escolheu (e mandou pagar cachês) para artistas populares da televisão como Luciana Gimenez (Rede tv!), Ratinho (SBT) e participou do programa Sílvio Santos, também do SBT. Comprou assim fartos elogios em programas de forte apelo popular para melhorar sua imagem e defender a reforma da Previdência Social. E não por acaso escolheu a televisão, pois ela é o principal veículo de comunicação de massa no Brasil. O tema remete obrigatoriamente à influência da mídia no poder. Observa-se ao longo destas três últimas

⁷ Disponível em: < <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>>. Acesso em: 22/5/2019.

décadas que são profundos e nem sempre claros e transparentes para a opinião pública as relações de interesse e troca entre mídia e poder: os poderosos concedem a concessão, os concessionários de mídia retribuem apoiando o poder que as legitima. E, assim, fecha-se o círculo de interesses mútuos e recíprocos. No primeiro livro publicado pela Rede de Pesquisadores em Telejornalismo – TELEJOR – o tema já estava presente:

As cores, formas, palavras e sons que, através da TV, ajudam a construir a cultura brasileira também são dispostas diante dos olhos de quem as vê de maneira subjetiva. Claro que há ideosfera, nos níveis verbal e não verbal, por trás desse mosaico de que brilha luminosamente nos pixels da tela da TV (PORCELLO, 2006, p. 162).

É preciso observar atentamente e questionar seriamente a capacidade que a TV tem de montar e remontar a história, mostrando um passado devidamente selecionado pelos interesses da ocasião. O Brasil viveu nos últimos 34 anos (de 1985 até agora) um período democrático que garantiu a realização de sete eleições sucessivas com escolha pelo voto direto para presidente da República. Esse registro deve ser para reconhecer o processo político e a força das instituições democráticas que asseguram a legitimidade dos pleitos e garantem a posse dos eleitos.

Mas é preciso considerar também que foi preciso muito empenho e esforço para reconquistar a democracia. Em 1984 os brasileiros saíram às ruas exigindo o direito de votar. Desde a eleição de Jânio Quadros (Presidente da República pela UDN) e João Goulart (Vice-presidente da República pelo PTB) em 1960 os brasileiros não votavam para presidente.

A ditadura militar suprimiu dos brasileiros este direito nos Anos de Chumbo, de 1964 a 1989. Tancredo Neves foi eleito pelo colégio eleitoral formado pelo Congresso Nacional mas não chegou a assumir e pois teve uma crise de diverticulite aguda e foi internado na véspera de sua posse em 15 de março de 1985 e morreu 40 dias depois. O vice-presidente eleito José Sarney (PMDB) assumiu a presidência onde ficou por cinco anos. Nos governos seguintes, os mandatos de Fernando Collor de Mello (1989-1992), eleito pela direita, e Dilma Rousseff, candidata da esquerda, em seu segundo mandato (2014-2016), foram derrubados por escândalos políticos. Collor de Mello renunciou antes da votação do Impeachment para não ficar inelegível e poucos anos depois concorreu e foi eleito senador, mandato que exerce atualmente. Isso mostra a força da mídia como instrumento de persuasão e influência política em todos os processos eleitorais pelos quais o Brasil passou desde que a TV chegou ao país. Para eleger e para derrubar eleitos. Michel

Temer completou o mandato de Dilma Rousseff. E aqui também é importante novamente citar o livro *O Escândalo Político: Poder e visibilidade na Era da Mídia* (2000) por sua impressionante atualidade.

Ainda sobre o histórico comício pelas Diretas Já na Praça da Sé em São Paulo em 25 de janeiro de 1984, é relevante dizer que a Globo omitiu o motivo da concentração popular dizendo tratar-se de comemoração ao aniversário da cidade. Em série televisiva exibida pela emissora no primeiro semestre de 2017 (“Os Dias Eram Assim”) a Globo mostrou telejornais em que noticiava o comício de São Paulo como se o tivesse noticiado na época. Mostrou agora o que escondeu na época.

Os meios de comunicação, e, em especial, a TV nos dizem o que lembrar e o que esquecerem. Mostram o que querem lembrar e escondem o que querem que o povo esqueça ou nunca fique sabendo (MUSSE; MAGNOLO; VIANA, 2017, p.10).

Musse e Thomé destacam que o jornalismo é lugar de memória, pois são os registros jornalísticos de épocas passadas que nos permitem saber e lembrar o que aconteceu. O que não é dito e nem mostrado é esquecido, e muitas vezes, pelas conveniências de ocasião, intencionalmente esquecido.

Assim funciona a imprensa, sobretudo nas lembranças. O jornalismo deve ser considerado um “lugar de memória”, porque nos dá a dimensão daquilo que devemos lembrar e aquilo que deve ser esquecido (MUSSE; THOMÉ, 2016, p.67).

A bancada luminosa e futurista do JN é o verdadeiro altar onde a Globo, e as emissoras que seguem o padrão por ela adotado, celebram o ritual diário de mostrar e interpretar o Brasil que se vê e se reconhece pela TV. Na Grécia antiga a Ágora na praça central era o ponto de encontro das pessoas. Ali era debatida a sociedade, os direitos, os deveres, os conceitos de verdade e de mentira, o certo e o errado. A praça pública do nosso tempo agora é o Telejornalismo, o lugar das notícias de todos os dias. Bons e maus, justos e injustos, ídolos ou malfeitores, todos desfilam pela tela da TV, numa espécie de *show room* a mostrar notáveis aventuras e desventuras humanas, exibindo o sucesso e o fracasso das pessoas, indicando e sugerindo os modelos a seguir e, servindo, também, de vitrine para o poder (PORCELLO, 2012).

Ao chegar aos 70 anos no Brasil a TV continua sendo o meio de comunicação com maior penetração entre mais de 210 milhões de brasileiros por sua abrangência e alcance. Desde que surgiu no Brasil há meio século (TV Tupi, em São Paulo, em 17 de setembro de 1950) a televisão sempre teve forte influência em todos os períodos políticos

da nação, em momentos de plenitude democrática e também durante as ditaduras. E todos os governos usaram essa influência da TV para atingir seus objetivos. Mas já não reina soberana. Devemos considerar, é claro, que nos anos recentes a TV convencional não tem mais o domínio absoluto da audiência. Cada vez mais ela divide espaço com uma variedade enorme de dispositivos móveis. A TV hoje é assistida de forma diferente pelo que se convencionou chamar de “multitelas”, mas segue tendo significativa influência como demonstram todas as pesquisas de audiência: ela é a principal forma de acesso à informação para a grande maioria da população brasileira, conforme o relatório de Mídia da Secretaria de Comunicação do governo federal divulgado em 2016: 97% dos brasileiros informam-se pela TV. A multiplicidade de oferta que se deve à expansão da internet no país permite variedade maior de opções. Há mais o que ver e ouvir além do que mostra a televisão. Mas a curiosidade das pessoas é o terreno fértil para que mentira ocupe o lugar da verdade no imaginário coletivo.

A mentira sempre chega mais rápido, é mais atraente e avança com maior velocidade do que a verdade. O combustível que impulsiona a agilidade com que ela se espalha é a curiosidade do público para o que foge do habitual, ou que seja bizarro, esquisito, excêntrico, incomum. E como nós deciframos as imagens muito mais rapidamente do que os textos escritos ou falados, a televisão, em qualquer plataforma ou suporte, é o ambiente ideal para que a mentira se alastre. A TV é a incubadora perfeita para que o vírus das *fake news* se espalhe fazendo suas vítimas, contaminando-as com desinformação, informação falsa e mentiras.

A televisão dá prioridade ao componente visual, de maneira a causar fascinação ao público. Ela aumenta o peso da imagem em relação ao valor da palavra e o telespectador decodifica mais facilmente os códigos visuais do que os verbais, especialmente em um país como o Brasil onde é muito elevado o número de analfabetos funcionais (pessoas que sabem ler mas não entendem o que leram). Se alguém diz que “isso apareceu na TV”, as pessoas aceitam passivamente a situação como um fato real: “Se apareceu na TV, então aconteceu”. O mesmo se dá nas redes sociais impulsionadas pela internet, onde os códigos visuais são decifrados muito mais rapidamente. Mas a TV não é uma mera observadora dos fatos. Por trás de uma câmera, está o olhar de um cinegrafista. A matéria jornalística é uma história contada pela ótica do repórter, com as imagens captadas pelo cinegrafista. Na edição o jornalista faz escolhas, optando por uma e não por outra cena, por esse e não por aquele trecho da resposta do entrevistado. TV é

edição, é recorte, é fragmento. O desafio de quem trabalha nela é escolher certo, com responsabilidade, critério, ética, e, principalmente, honestidade.

Em tempos da chamada “pós-verdade” o papel da televisão destaca-se entre os meios de comunicação. A checagem ruim, a apuração imprecisa, a pressa em publicar e outros tantos deslizes nas rotinas produtivas ajudam a alimentar as informações falsas e mentirosas publicadas em sites especialmente criados para produzir inverdades para enganar e induzir o público aos erros de informação. Essas ferramentas têm domínios registrados no exterior, mascarados por IPs falsos em países que não tem regulamentação sobre a internet. Ou seja, qualquer pessoa pode criar uma “fábrica de mentiras” ou montar um exército de robôs e espalhar na forma de notícias falsas o que quiser publicar, sem correr qualquer risco de ter a autoria descoberta. É fácil propagar a mentira e apagar os rastros da origem da sua origem e autoria.

Outro fenômeno que ajuda na expansão das *fake news* é a forma como elas são disseminadas. Pesquisas sérias, realizadas com metodologia científica em renomadas universidades já comprovaram que as pessoas interagem nas redes sociais com outras pessoas que compartilham os mesmos pensamentos. Ou seja, vivem e alimentam-se de informações que circulam em suas bolhas. Na política é muito fácil perceber: cada um lê aquilo que seus pares escrevem e replicam, reforçando as mesmas convicções. É a chamada homofilia, já que os nossos amigos virtuais são pessoas que pensam como nós. As pessoas querem receber as informações que reforçam suas convicções. Os *bots* (robôs) distribuem pelos algoritmos aquilo que cada bolha quer receber. Não há espaço para o contraditório e o debate como no passado acontecia em conversas presenciais com amigos em lugares públicos.

Com o recente fenômeno das “multitelas” internet e televisão já compartilham o mesmo ambiente, onde a velocidade com que a informação circula é tão acentuada que nem permite uma análise mais criteriosa daquilo que está sendo veiculado. Um exemplo: nas redes sociais como Facebook e WhatsApp a palavra deu lugar à imagem parada que agora está sendo substituída pela imagem em movimento. Pense: quantos vídeos você recebeu hoje? Quantas palavras seriam necessárias para descrever aquilo que você acabou de ver e ouvir na tela de seu celular?

O método aqui utilizado para examinar em pesquisa qualitativa os objetos acima analisados é o Dialético Histórico-Estrutural (DHE), de John Thompson, e consideramos que para realizar uma adequada pesquisa é importante ressaltar o que observa Guareschi:

É essencial dar início à padronização de uma linguagem em métodos de pesquisa qualitativa possibilitando, assim, que o diálogo entre colegas avance de maneira suave e profunda. Uma agenda para esse diálogo deveria incluir, entre outros, a discussão de critérios de boa qualidade em pesquisa qualitativa e a necessidade de oferecer uma prestação de contas pública à comunidade científica sobre a produção em pesquisa qualitativa (GUARESCHI, 2002, p. 9).

Thompson destaca que a velocidade na circulação das informações e denúncias, verdadeiras ou falsas, atinge indiscriminadamente seus alvos, abalando reputações e interrompendo carreiras políticas:

Embora possamos legitimamente esperar e, se necessário, exigir que as organizações de mídia tenham um grau de discricção na investigação e publicação de detalhes e denúncias sobre a vida privada das pessoas, devemos também reconhecer que, nessa era de proliferação de redes de comunicação e fluxos, será sempre mais difícil controlar a circulação de informação e denúncias sobre as vidas privadas de proeminentes personalidades públicas (THOMPSON, 2000, p. 323).

O pesquisador britânico enfatiza em seu livro **O escândalo político: Poder e visibilidade na era da mídia** (2000) que a melhor e mais eficiente maneira de evitar a proliferação de informações falsas, mentiras e *fake news* é a correta e minuciosa checagem dos assuntos e seus desdobramentos. O método Dialético Histórico-Estrutural (DHE), de sua autoria, é muito eficiente como metodologia de análise. Como vemos, há muito tempo Thompson já disse e aqui nós vamos reafirmar: a missão primordial do Jornalismo é verificar antes de publicar e levar ao público e que for obtido de fonte confiável e verdadeira

Considerações finais

Há três décadas foi promulgada a Constituição Federal do Brasil que zela por nossa liberdade e direitos humanos como o da livre expressão. Ela foi conquistada com o povo nas ruas no início de 1984. Entre tantas manifestações pelas Diretas Já! Realizadas no país é relevante destacar a realizada na Praça da Sé, centro de São Paulo em 25 de janeiro; a realizada na Candelária, centro do Rio em 10 de abril e a realizada no Paço Municipal, centro de Porto Alegre em 13 de abril⁸. A emenda parlamentar apresentada pelo deputado federal Dante de Oliveira (PMDB-GO) que devolvia aos brasileiros o

⁸ Como repórter da rede Globo participei com entradas ao “vivo” das coberturas em São Paulo e Porto Alegre.

direito de votar para presidente foi derrotada no Congresso Nacional. Mas os deputados e senadores constituintes eleitos dois anos depois elaboraram a nova Constituição Federal que foi promulgada em cinco de outubro de 1988. Com a nova Constituição Federal na mão erguida o presidente do Congresso Nacional Constituinte, deputado federal Ulysses Guimarães (PMDB-SP) bradou:

Traidor da Constituição é traidor da Pátria! Conhecemos o caminho maldito: rasgar a Constituição, trancar as portas do parlamento, garrotear as liberdades, mandar os patriotas para a cadeia, o exílio e o cemitério. O estado prendeu e exiliou. A sociedade, com Teotônio Vilela, pela anistia libertou e repatriou. A sociedade foi Rubens Paiva, não os facínoras que o mataram” (Ulysses Guimarães em 05/10/1988).

A Constituição Federal cidadã promulgada em 1988 no seu artigo 1º define o Estado de Democrático de Direito dando garantias plenas à soberania, cidadania, dignidade da pessoa humana, valores sociais do trabalho e da livre iniciativa e pluralismo político. É a liberdade de expressão que precisamos. Outra garantia legal para proteger as liberdades é o Programa Nacional de Direitos Humanos que está completando 10 anos: o Decreto número 7.037, de 09/12/2009, que, em sua diretriz 22 apresenta “Comunicação”, “Informação” e “Democracia” como princípios orientadores dos Direitos Humanos no Brasil.

O papel social do Jornalismo sempre foi de fiscalizar o poder e exigir o cumprimento das garantias que a Constituição Federal assegura. Esse compromisso se torna ainda maior e mais importante em momentos como o que vivemos atualmente. A livre expressão e manifestação de idéias garante uma sociedade democrática e plural. E é por ela que temos que lutar, Mais do que nunca é preciso filtrar o que é verdadeiro do que e é falso. E caberá ao jornalismo o papel central de dar a certificação de verdade, emitir o selo de confiabilidade às informações que o público e a audiência receberão para, assim, garantir um futuro melhor e mais justo para o Brasil. O país tem 11 milhões de analfabetos, sem contar os que sofrem de analfabetismo funcional, e precisa de educação de qualidade para melhorar a qualidade de vida da população, gerando empregos, com mais justiça e igualdade social. Temos que defender o que já foi conquistado. A democracia não pode ser ameaçada. Não queremos recuar e nem voltar ao passado. Educar é resistir!

Referências Bibliográficas

- ALSINA, M. **A construção da notícia**. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.
- BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL. Brasília (DF): Centro Gráfico do Senado Federal, outubro de 1988.
- GUARESCHI, P. in BAUER, M.W. & GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.
- JORNAL NACIONAL. **A notícia faz história**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- JUSTINO, G. **Ações contra fake news ainda não são eficientes**. Porto Alegre: Zero Hora, 27 e 28 de abril de 2019, pgs. 30 e 31.
- MALINI, F. in **Criação de bolhas no twitter não é espontânea**. São Paulo: Folha de S.Paulo, 09/05/2019.
- MALINI, F. in **A nova oposição digital**. Rio: O Globo, 17/5/2019).
- MUSSE, C.; MAGNOLO, T.; VIANA, H.. **Séries brasileiras: a resignificação da história recente em “Os Dias Eram Assim”**. Artigo apresentado no GT Estudos em TV no XIV **Seminário Internacional de Comunicação na PUCRS**. 2017. Disponível em: <<http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/Ebooks/Pdf/978-85-397-1062-1.pdf>>. Acesso: 22/5/2019.
- MUSSE, C.; THOMÉ, C. Telejornalismo e Poder. **“Memórias (re) construídas pelo “Jornal Nacional”**. In: PORCELLO; EMERIM; FINGER (Orgs.). **Telejornalismo e Poder**: Florianópolis (SC): Insular, 2016.
- OXFORD. **Word of the Year 2016 is...** Disponível em: <<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>>. Acesso: 22/5/2019.
- PORCELLO, F.; VIZEU, A. e MOTTA, C.L. **Telejornalismo: a nova praça pública**. Florianópolis: Editora Insular, 2006.
- PORCELLO, F.; VIZEU, A. e COUTINHO, I. (Orgs.). **O Brasil é (e)ditado**. Florianópolis: Editora Insular, 2012.
- SCHWARCZ, Lilia Moritz. **Sobre o autoritarismo brasileiro**. São Paulo: Cia. das Letras, 2019
- SCHWARCZ, Lilia Moritz. **Sempre fomos autoritários**. Entrevista publicada pelo site uol.com.br (acesso em 05/06/2019) Link: <https://noticias.uol.com.br/reportagens-especiais/sempre-fomos-autoritarios-diz-lilia-schwarcz/index.htm#tematico-1>
- THOMPSON, J. **O escândalo político**: Poder e visibilidade na Era da Mídia. Petrópolis: Vozes, 2000.

